



ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่
The Practice of Everyday Life of Secondhand Clothing Vendors in
Ko Mi Flea Market

สุรศักดิ์ บุญรอด
Surasak Boonrod

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Arts in Human and Social Development
Prince of Songkla University

2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่
ผู้เขียน นายสุรศักดิ์ บุญรอด
สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกีตถวา บุญปรากฏ) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย)
.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกีตถวา บุญปรากฏ)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสัจการ)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จุรีรัตน์ บัวแก้ว)
.....กรรมการ
(ดร.อุทิศ สังขรัตน์)

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก็ตถวา บุญปรากการ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นายสุรศักดิ์ บุญรอด)

นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นายสุรศักดิ์ บุญรอด)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่
ผู้เขียน	นายสุรศักดิ์ บุญรอด
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ (2496-2556) และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากเจ้าของตลาด ผู้ค้าและผู้ซื้อ จำนวน 44 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลมาจำแนกหมวดหมู่ ตีความ สร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย นำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ (2496-2556) พบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ แบ่งการเปลี่ยนแปลงออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) จะมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนสินค้ากันภายในชุมชน ผู้ค้าเป็นกลุ่มคนในชุมชนเกาะหมี่ และสินค้าที่ได้จากผลผลิตทางการเกษตร และที่หาเองตามธรรมชาติ ระยะที่สองเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) จะมีการขยายพื้นที่ของตลาด ปรับทำเลที่ตั้งให้มีความสะดวก มีการจัดโซนสินค้าแบ่งเป็นประเภทของสินค้า ตลาดนัดเกาะหมี่เริ่มเป็นที่รู้จักของพ่อค้าแม่ค้า ผู้ค้าเร่ต่างเริ่มเข้าจับจองพื้นที่ เพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง และสินค้าเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น ระยะที่สามเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556) ลักษณะของตลาดนัดเกาะหมี่ในช่วงนี้เปลี่ยนไปจากเดิม การค้าขาย จะเริ่มมีเสื้อผ้ามือสองเข้ามาเปิดแผงในพื้นที่ โดยผู้ค้าจากภายนอกชุมชน มาจากต่างอำเภอ ต่างจังหวัด เข้ามาขายสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ค้าจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ข้ามแดนมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

2. ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ พบว่ากว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ในตลาดนัดเกาะหมี่ มีทั้งผู้ค้าที่อยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

และสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดบางรายพักอาศัยอยู่ในพื้นที่
อำเภอหาดใหญ่ ต่างเคยประกอบอาชีพอย่างอื่นมาก่อนหน้านี้แล้ว เช่น ทำงานบริษัทขาย
รถจักรยานยนต์ เป็นพนักงานราชการ รับจ้างทั่วไป และช่างไฟฟ้า เงินเดือนที่ได้มาในแต่ละเดือน
ไม่พอเพียงที่จะใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้สามารถผ่านพ้นไปได้ในแต่ละเดือน จึงหันมาขายเสื้อผ้า
มือสอง และกลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมีแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกขายเฉพาะใน
ตลาดนัดเกาะหมี กลุ่มที่สองจะขายในตลาดนัดเกาะหมีและตลาดนัดอื่นด้วย โดยมีวันหยุดวันจันทร์
วันเดียวเพื่อสั่งซื้อสินค้า คัดเกรดสินค้า การช่วงชิงพื้นที่เพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ในตลาดนัดเกาะหมี
พบว่า ผู้ค้าจะตามเพื่อนมาขายที่ตลาดนัดเกาะหมีเป็นอันดับแรก หลังจากนั้นจะติดต่อกับเจ้าของ
ตลาดหาพื้นที่ และมีเทคนิคในการวางแผนเพื่อให้สะดวกตามผู้ซื้อ ส่วนการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้า
มือสองพบว่า สินค้าเสื้อผ้ามือสองจะเดินทางมาหลายช่องทาง ช่องทางแรกเดินทางมาจากมาเลเซีย
ผ่านถ้ำแกซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางจากปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ช่องทางที่สองผู้ค้าจะไปคัดเลือก
สินค้าและสั่งซื้อที่ตลาดโรงเกลือ และส่วนช่องทางที่สามผู้ค้าจะสั่งซื้อตามเว็บไซต์สินค้าเสื้อผ้ามือสอง
การจ่ายเงินจะใช้วิธีการจ่ายได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด การโอนเงินผ่านธนาคาร หรืออาจใช้เครดิต
ขายสินค้านำก่อน แล้วจ่ายงวดต่อไปเมื่อได้รับสินค้าล็อตใหม่เข้ามา

Thesis Title	The Practice of Everyday Life of Secondhand Clothing Vendors in Ko Mi Flea Market
Author	Mr. Surasak Boonrod
Major Program	Human and Social Development
Academic Year	2014

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the trading dynamics of Ko Mi flea market (1953-2013) and the practice of everyday life of the secondhand clothing vendors in Ko Mi flea market. The data of this qualitative research were collected from non-participatory observations and in-depth interviews with 44 subjects consisting of the owner of the market, vendors, and buyers. The data were classified into categories, interpreted, and inductively concluded. The results of the study were presented using descriptive analysis, and revealed the following.

1. The changing dynamics of Ko Mi flea market (1953-2013) revealed that the change of Ko Mi flea market could be divided into three phases. In the first phase (1953-1983), Ko Mi flea market was established to be a place where products of the original Muslim community were traded among people in Ko Mi community. Most of the products were agricultural produce and products obtained from nature. The second phase (1983-2003) was the period when consumer products entered the market and the market area was expanded and improved to make it more convenient. Zoning on types of goods was done, and the market began to be known among vendors who sold goods at the market as well as those who traveled from one flea market to another to sell their goods. Vendors reserved spaces so that they could have certain spots in the market. More varieties of goods were available, and thus, more choices for buyers. The third phase (2003-2013) was a period when secondhand clothing entered the market. The look of Ko Mi flea

market was different from the way it used to be as secondhand clothing jostled its way through the market area. More vendors from outside the community, from different districts and provinces, particularly, secondhand clothing vendors from the three southern border provinces.

2. Regarding the practice of everyday life of secondhand clothing vendors in Ko Mi flea market, it was found that before becoming secondhand clothing vendors, all of them had done other jobs whether they were from Hat Yai or other provinces, namely, Surat Thani, Krabi, Nakhon Si Thammarat, and the three southern border provinces, and some of them had a place to stay in Hat Yai. Some of the jobs they had done before selling secondhand clothing included motorcycle salespersons, government employees, odd-job doers, and electrical technicians but their monthly income was not enough to make ends meet, Thus, they turned to selling secondhand clothing. Secondhand clothing vendors in Ko Mi flea market could be classified into two groups: a group who sold only at Ko Mi flea market, and the other who sold at other markets in addition to Ko Mi flea market. They did not sell on Monday but spent it for ordering and sorting out their goods into different grades. Concerning competition for a space in Ko Mi flea market, it was found that vendors began by selling their goods using the same space as their friends before contacting the market owner to rent a space. They also had techniques in displaying their goods to attract buyers. As for the routes of the secondhand clothing, it was found that there were various routes. The first one is from Malaysia through middlemen in Pattani, Yala and Narathiwat. The second route was the vendors went to select the goods and ordered them from Rong Kluea market. The third route was ordering from secondhand clothing websites. Regarding payments, there were several ways such as cash, transferring through banks, or using deferred payment and paid the next amount when they received a new lot of goods.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้ดำเนินการจนเสร็จลุล่วงไปได้ ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกียรติวาท บัญปรากฏการ ที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับ Concept งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี่ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ที่ผู้วิจัยไม่เคยเรียนรู้ อ่านงาน ตรวจสอบ ชี้แนะแก้ไขข้อบกพร่อง อย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย คอยให้ความช่วยเหลือ เอาใจใส่ดูแลงาน ถามไถ่ความก้าวหน้า และเป็นกำลังใจให้มาโดยตลอดระยะเวลาดำเนินการวิจัย จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และประทับใจเป็นอย่างมาก จนไม่รู้จะบรรยายหรือกล่าวคำใดได้มากไปกว่าคำว่า “ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง” มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพันธ์ เขมคุณาศัย ประธานกรรมการสอบขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสังการ รองศาสตราจารย์ จุริรัตน์ บัวแก้ว และ ดร. อุทิศ สังขรัตน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาสอบงานวิจัยเรื่องนี้ พร้อมทั้งได้ให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อปรับปรุงงานวิจัยเรื่องนี้จนสามารถทำงานวิจัยเล่มนี้ประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี รวมทั้งขอขอบคุณไปถึงนายเสวต สียะโอะ นายจิระโรจน์ บิลแหละ เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ ที่ให้ความร่วมมือในการพูดคุยซักถามในข้อสงสัยต่างๆ ของผู้วิจัยอย่างไม่รู้สึกรำคาญ หรือรำคาญ ขอขอบคุณ พ่อค้า แม่ค้าที่ให้ข้อมูล ได้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ การตอบคำถามและให้ข้อมูลต่างๆอย่างดียิ่ง นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่าน ที่มีส่วนเป็นขวัญกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือที่ไม่สามารถนำมาเอ่ยนามในที่นี้ทั้งหมดได้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่ชาย ที่ช่วยสนับสนุนเงินทุนในการศึกษามีส่วนช่วยสนับสนุนในการศึกษาหาความรู้ และการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ คอยดูแลเป็นกำลังใจให้ตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และหากมีข้อบกพร่องประการใดเกิดขึ้นกับงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว ด้วยความเคารพเป็นอย่างยิ่ง

สุรศักดิ์ บุญรอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(5)
Abstract.....	(7)
กิตติกรรมประกาศ.....	(9)
สารบัญ.....	(10)
รายการผลงานที่ตีพิมพ์.....	(12)
รายการผลงานที่ตีพิมพ์และการประชุมวิชาการ.....	(13)
สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้พิมพ์ผลงาน.....	(15)
บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหาการวิจัย.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
การสืบค้นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์.....	7
เอกสารเกี่ยวกับพื้นที่ตลาดนัด.....	7
แนวคิดเรื่องพื้นที่.....	19
แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน.....	39
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	48
วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
พื้นที่ในการวิจัย.....	49
ผู้ให้ข้อมูล.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล.....	53
เนื้อหาวิทยานิพนธ์โดยสังเขป.....	54
ผลและการวิเคราะห์.....	56
พลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี (2496-2556).....	56
ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี.....	64
สรุปผล.....	86
สรุปผลการวิจัย.....	86
อภิปรายผล.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	93
บรรณานุกรม.....	94
บุคลากร.....	98
ภาคผนวก.....	100
แนวคำถามการสัมภาษณ์พลวัตตลาดเกาะหมี.....	101
แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง.....	102
แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสอง.....	103
บทความเรื่องพลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี: จากตลาดผลผลิตทางการ เกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง.....	104
บทความเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี	123
ประวัติผู้เขียน.....	140

รายการผลงานที่ตีพิมพ์

สุรศักดิ์ บุญรอด และเกีตถวา บุญปรากฏ. (2556). พลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี่: จากตลาดผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง ใน วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

สุรศักดิ์ บุญรอด และเกีตถวา บุญปรากฏ. (2556). ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี่ ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตวิทยาลัย ครั้งที่ 5 วันที่ 29 สิงหาคม 2556 ณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายการผลงานที่ตีพิมพ์และการประชุมวิชาการ



ที่ ศธ ๐๕๑๘.๑๔/๑๓.๓๙๐๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๖

เรื่อง รับรองการตีพิมพ์เผยแพร่ในรายงานการประชุม (Proceedings)

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตามที่ นายสุรศักดิ์ บุญรอด นักศึกษาระดับปริญญาเอก/โท สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้เข้าร่วมนำเสนอบทความจากคณาจารย์/วิทยานิพนธ์/การศึกษานิพนธ์ ในที่ประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ ๕ เมื่อวันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๖ ณ ห้องประชุมกลุ่มย่อย มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก ซึ่งจัดโดย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง นั้น

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ขอรับรองว่า บทความจากคณาจารย์/วิทยานิพนธ์/การศึกษานิพนธ์ ดังกล่าวข้างต้น ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ให้ตีพิมพ์เผยแพร่บทความฉบับเต็มรวมเล่มในรายงานสืบเนื่องจากการประชุม (Proceedings) ภายในเดือนมีนาคม ๒๕๕๗

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ ลากเจริญทรัพย์)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง

งานมาตรฐานวิทยานิพนธ์

ฝ่ายมาตรฐานวิชาการ

โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๕๕๗



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ขออวยพรเกียรติบัตรนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

นายสุรศักดิ์ บุญรอด

ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยแบบบรรยาย

ในการประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ ๕

The 5th National Graduate Research Conference

มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก

วันที่ ๒๓ สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๕๖

Prof. Dr. M.

อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง



ที่ ศธ 0521.1.11/ 867

คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
90112

2 ตุลาคม 2556

เรื่อง ตอบรับการได้รับบทความ

เรียน นายสุรศักดิ์ บญรอด

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง พลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี่: จากตลาดผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง เพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตามความทราบแล้วนั้น

กองบรรณาธิการได้รับบทความของท่านแล้ว และจะนำบทความของท่านเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป ทั้งนี้ กองบรรณาธิการจะแจ้งผลให้ท่านทราบอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาลี สบายยิ่ง)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะศิลปศาสตร์

งานวิจัย

โทรศัพท์/โทรสาร 0-7428-6675

E-mail: waranorn.pn@nsu.ac.th

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหาการวิจัย

ตลาดในประเทศไทยนั้นมีมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย และจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์นั้น ทำให้ทราบว่าสมัยสุโขทัยเราเรียกตลาดว่า “ตลาดปสาน” ที่มีรากคำมาจากภาษาเปอร์เซียว่า (Plaza) หมายถึง ตลาดในที่โล่งแจ้ง เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าทั้งของชาวเมืองสุโขทัยและชาวเมืองใกล้เคียง สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดปสานมีหลายประเภทตั้งแต่ผลไม้ เครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ และสัตว์ที่ใช้เป็นแรงงาน เป็นพาหนะ เช่น วัวและม้า ลักษณะของตลาดนั้น จะเป็นลานกว้างๆ เหมาะสำหรับเป็นที่ชุมนุมกันของผู้ซื้อและผู้ขาย รูปแบบของตลาดเช่นนี้อาจจะเรียกได้ว่า ตลาดบก เพราะมีทำเลที่ตั้งขายอยู่บนบก ต่อมาในสมัยอยุธยา ตลาดยังอยู่ตามชุมชนเช่นเดิมแต่รูปแบบของตลาดมีเพิ่มมากขึ้นคือ ตลาดน้ำมีทั้งตลาดบก และตลาดน้ำ ซึ่งตลาดน้ำนั้น หมายถึง สถานที่หรือทำเล ที่มีการค้าขายทั้งแบบถาวรและแบบชั่วคราว คือมีทั้งการขายทั้งวันตั้งแต่เช้าจรดเย็น และตลาดที่ขายเฉพาะช่วงเช้าหรือเย็นเท่านั้นหรืออาจจัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนด อาจเพียงวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ และเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ ซึ่งชุมชนตลาดน้ำลักษณะนี้มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบทและตัวเมืองใหญ่ๆ เพื่อให้คนในละแวกใกล้เคียงหรือคนที่สัญจรไปมา ได้มาจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้ากันได้สะดวก (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2552)

ลักษณะของตลาดที่เกิดขึ้นจะสัมพันธ์กับสถานการณ์บ้านเมือง และระยะเวลา อย่างเช่น ตลาดนัดสนามหลวงเกิดขึ้นในช่วงปี 2491 เป็นตลาดขนาดใหญ่อยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพฯ เพื่อให้ประชาชนได้ซื้อเครื่องอุปโภคและบริโภคและบริโภคราคายุติธรรม จนกระทั่งปี 2525 ตลาดนัดสนามหลวงได้ปิดตัวลงเนื่องจากได้แปรสภาพเป็นสวนสาธารณะ และเป็นสถานที่จัดงานราชพิธี หลังจากนั้นได้เกิดตลาดนัดจตุจักร สินค้ามีหลากหลายมากขึ้นจากเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นสำหรับครัวเรือนได้มีสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มขึ้นมา เช่น สินค้าเสื้อผ้า เครื่องตกแต่งบ้าน สัตว์เลี้ยง หนังสือ ในปี 2540 เป็นช่วงที่ประเทศไทยเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจทำให้มีตลาดนัดรูปแบบใหม่เกิดขึ้น นั่นคือตลาดเปิดท้ายรถขายของ ลักษณะสำคัญคือการขายสินค้ามือสอง ที่ผ่านการใช้แล้ว แต่สภาพยังดีอยู่ เป็นตลาดที่กำหนดวันขาย ส่วนตลาดนัดที่เกิดขึ้นตามเมืองใหญ่และเป็นเมืองที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้นว่า เชียงใหม่ ได้นำถนนที่มียานพาหนะวิ่งตามปกติ กำหนดวันนัด โดยใช้ถนนท่าแพมาจัดกิจกรรมขาย

สินค้า เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เรียกว่า ถนนคนเดิน และหลังจากนั้นในเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศได้นำแนวคิดนี้มาจัดกิจกรรมถนนคนเดินเช่นกัน ซึ่งถือว่าเป็นตลาดนัดที่สำคัญ (วราพร ตันติศิริกุล. 2549)

ตลาดนัดเป็นตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ชนบท ที่มีการตั้งถิ่นฐานอย่างเบาบางและกระจาย และมีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางไปใช้บริการ เพราะต้องใช้เวลาส่วนใหญ่เพื่อการผลิต ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดในเขตเมืองได้บ่อยๆ ตลาดนัดในชุมชนจึงสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในชนบทได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ตลาดนัดจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ทางเศรษฐกิจในสังคมเกษตรกรรม ประชาชนในชนบทของไทยจึงมีความผูกพันกับตลาดนัดมาก ประมาณปี 2555-2556 ตลาดนัดมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะตลาดนัดเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งในแง่ของผู้ซื้อมีแรงจูงใจที่จะจับจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาถูกและสามารถต่อรองราคาได้ และสิ่งที่สำคัญในตลาดนัด คือมีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายครบวงจร เหตุผลดังกล่าวนี้ ตลาดนัดจึงเป็นสิ่งตอบสนองของคนที่มีรายได้น้อยและยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตคนไทยที่ต้องการมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีเศรษฐกิจของชุมชนที่ขึ้นอยู่กับรายได้ของประชากรเป็นหลัก (วราพร ตันติศิริกุล. 2549)

สินค้าซึ่งพ่อค้าแม่ค้านำมาวางขายภายในตลาดนัดมีหลากหลาย ส่วนมากเป็นผลผลิตจากการเกษตรที่ใช้สำหรับการบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และอาหารแปรรูปต่างๆ รวมถึงสินค้าที่จำหน่ายในตลาดจะเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเองภายในท้องถิ่น เช่น ขนมพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง การขายของชำ ข้าวเปลือกข้าวสาร หากมีผลผลิตที่เกินความจำเป็นในการบริโภคของประชาชนก็จะนำไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกันที่ตลาดนัด ลักษณะการซื้อขายสินค้าบางอย่างมีลักษณะการซื้อขายกันแบบระบบน้ำใจ (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. 2542) ไม่มีการชั่ง ตวง วัด ต่อมาเมื่อมีการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างชุมชน จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิตจากเดิมที่มีไว้เพื่อการบริโภคในครัวเรือนมาเป็นการผลิตเพื่อทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนแบบมุ่งหวังกำไร โดยใช้ตลาดนัดเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน ตลาดนัดเป็นแหล่งรวบรวมอาหารที่เหลือจากการบริโภคของชาวชนบท เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดในเมืองที่มีความต้องการสินค้าประเภทนี้ จึงเกิดระบบการค้าภายในท้องถิ่น และระหว่างท้องถิ่นนั้นซึ่งอาจจะพัฒนาเป็นย่านกลางที่ให้บริการสินค้าทางเกษตรเป็นสื่อกลางประสานช่องว่างของความต้องการสินค้าต่างประเภทของคนในเมืองกับชนบท และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชากรในชนบทอีกด้วย (เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ. 2519)

ภาคใต้มีตลาดนัดกระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ ทั่วทั้งภาค โดยเฉพาะในชนบท เพื่อแลกเปลี่ยนผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิตขึ้นภายในท้องถิ่น และเพื่อซื้อหาของกินของใช้ที่มีความจำเป็น เช่น เครื่องครัว อาหาร เสื้อผ้า เป็นต้น (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. 2542) สำหรับในพื้นที่ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีตลาดนัดเกิดขึ้นจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วหาดใหญ่มีทั้งตลาดเช้า-เย็น ตลาดอาเซียนเทรด (เปิดท้ายขนส่ง) ใกล้สถานีขนส่งหาดใหญ่ ตลาดกรีนเวย์ตลาดนัดยามค่ำคืน ตลาดกิมหยง ตลาดสันติสุข และตลาดนัดแถวหาดใหญ่ใน สำหรับตลาดนัดเกาะหมี่ มีประวัติศาสตร์มานานถึง 60 ปี (กึ่งศตวรรษ) ได้ก่อตั้งขึ้นในช่วง พ.ศ. 2496 ที่ตั้งของตลาดนัดเกาะหมี่ คือบริเวณถนนริมถนนกาญจนวนิชย์ (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) ตลาดนัดเกาะหมี่ตั้งอยู่ในตำบลตำบลคลองแห อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา พื้นที่บริเวณรอบๆ ตลาดนัดเกาะหมี่แวดล้อมไปด้วยชุมชนมุสลิมดั้งเดิม พื้นที่ตั้งไม่ไกลจากตัวเมืองหาดใหญ่ มากนัก ประมาณ 1.5 กิโลเมตร ในช่วงแรกเปิดขายเฉพาะวันนัดเพียงวันเดียวเท่านั้น คือ วันเสาร์ พ่อค้า แม่ค้านั้นเป็นเพียงกลุ่มคนที่อยู่ภายในชุมชนเกาะหมี่เท่านั้น สินค้าที่พ่อค้า แม่ค้านำมาวางขาย ก่อนหน้านั้นจะเป็นสินค้าประเภท พืชผักผลไม้ ที่ปลูกขึ้นเอง และที่หาได้จากธรรมชาติ อย่างเช่น อาหารทะเล กุ้ง หอย ปู ปลา จากทะเลสาบสงขลา สินค้าราคาไม่แพงเพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยเจ้าของตลาดได้สร้างศาลาไว้สำหรับขายของ พ่อค้า แม่ค้าเข้ามาขายของที่ตลาดนัดแห่งนี้ เริ่มแรก ประมาณ 5 – 10 เจ้าเท่านั้น พ่อค้าแม่ค้า ที่นี้ขายของหมดทุกวันนัด แต่ใช้เวลาขายของในช่วงเช้าประ 1-2 ชั่วโมง ก็เลิกขายแล้ว (บังเสวต, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2556)

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2536 เปิดให้มีวันนัดเพิ่มขึ้น จากเดิมที่มีเพียงวันเสาร์ เป็นวันนัดแค่วันเดียวก็จัดให้มีวันนัดอีกหนึ่งวันคือวันพุธ เพื่อเพิ่มเวลาให้กับผู้ซื้อ และผู้ขาย ผู้ค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาขายของมากขึ้น แต่เดิมเป็นเพียงสินค้าภายในชุมชนที่นำมาวางขาย ก็เริ่มมีสินค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาเพิ่มมากขึ้น หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2546 ได้มีการขยายตัวของเมืองไปตามถนนกาญจนวนิชย์ จึงทำให้ผู้คนในชุมชนและจากพื้นที่อื่นได้รับความสะดวกในการเข้าถึงตลาดนัดเกาะหมี่ เนื่องจากอยู่ติดถนน การคมนาคมสะดวก ตลาดนัดเกาะหมี่อยู่ไม่ห่างจากศูนย์กลางของเมือง รถวิ่งผ่านไปมาตลอดทั้งวัน ทำให้ผู้ที่สัญจรไปมารวมถึงคนในละแวกนั้นได้มาจับจ่ายซื้อของกันสะดวก จึงทำให้ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ค้ามุสลิมจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เจ้าของตลาดจึงเปิดให้ขายของในตลาดนัดแห่งนี้ทุกวัน ตั้งแต่เวลาบ่าย

สองโมงเป็นต้นไป จนถึงค่ำ เพื่อเพิ่มให้มีเวลาในการจับจ่ายซื้อของกันอย่างสะดวกมากขึ้น (ละไม, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2556)

จากการสำรวจข้อมูลตลาดนัดเกาะหมี่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2556 พบว่าตลาดนัดเกาะหมี่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่เข้ามาจับจองพื้นที่ขายจำนวนมาก เป็นตลาดที่รวบรวมเอาสินค้ามือสองมาจำหน่ายประมาณ ร้อยละ 80 ของสินค้า เป็นสินค้ามือสอง ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้าทุกเพศทุกวัย รองเท้า กระเป๋า ผ้านวม ผ้าห่ม และอีกมากมาย ราคาถูกมาก โดยเฉพาะเสื้อผ้ามือสอง ที่ได้รับความนิยมของทุกเพศทุกวัย ปัจจุบันมีผู้ค้าจากต่างถิ่นเข้ามาจับจองพื้นที่ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ค้าที่มาจากพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้จึงทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดนัดเกาะหมี่อย่างรวดเร็ว(สุภกิจ และสุวลักษณ์, สัมภาษณ์ 6 เมษายน 2556)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามว่า ในช่วง 60 ปีที่ผ่านมาตลาดนัดเกาะหมี่มีพลวัตการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และในแต่ละช่วงมีจุดเปลี่ยนอย่างไร ตลอดจนผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่เข้ามาขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่มีปฏิบัติการในชีวิตประจำวันอย่างไร ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการที่ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมชนบทสู่สังคมเมืองผ่านงานศึกษาตลาดนัด และเพื่อให้เห็นมุมมองในภาคปฏิบัติการของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง และเป็นแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ของงานศึกษาพื้นที่สาธารณะที่เต็มไปด้วยผู้คนเข้ามาเผชิญหน้าในสถานการณ์ทางการค้า

คำถามการวิจัย

1. ตลาดนัดเกาะหมี่มีการเปลี่ยนผ่านในแต่ละช่วงอย่างไร นับตั้งแต่ปี 2496-2556 และในแต่ละช่วงมีจุดเปลี่ยนอย่างไร
2. สินค้าเสื้อผ้ามือสองได้เข้ามาแทรกในพื้นที่ของสินค้าทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างไร โดยวิธีใด
3. ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมีกี่ประเภท และแต่ละประเภทมีปฏิบัติการทางการค้าอย่างไร
4. ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมีปฏิบัติการประจำวันในการช่วงชิงพื้นที่ทางการค้าในตลาดนัดเกาะหมี่อย่างไร
5. ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมีปฏิบัติการประจำวันในการสั่งซื้อสินค้าอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ (2496-2556)
2. เพื่อศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยเน้นศึกษาเรื่องพลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่ และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ตลาดนัดเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ มีพัฒนาการมาอย่างยาวนาน แวดล้อมไปด้วยชุมชนมุสลิมดั้งเดิม และมีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดนัดเสื้อผ้ามือสองของอำเภอบางขัน รongจากตลาดทุ่งลุง ตั้งอยู่บริเวณริมถนนกาญจนวนิชย์ (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) เขตชานเมือง

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2556

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้ข้อมูลประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชนเกาะหมี่ผ่านพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ และการเปลี่ยนผ่านจากสังคมชนบทสู่สังคมเมือง
2. สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลวิธีการขายเสื้อผ้ามือสอง ปฏิบัติการในการต่อรองกับกลไกต่างๆ ในการค้าขายสินค้าที่ตลาดนัดเกาะหมี่ และวงจรการค้าของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง
3. ได้สร้างองค์ความรู้กระบวนการทำงานของพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ และพื้นที่อื่นๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตลาดนัดเกาะหมี่ หมายถึง ตลาดนัดที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมี่ ซึ่งเป็นชุมชนมุสลิมดั้งเดิม จัดให้มีขึ้นเฉพาะในวันพุธกับวันเสาร์ซึ่งเป็นวันนัดใหญ่โดยจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

พลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ หมายถึง การเคลื่อนไหวการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัด นับตั้งแต่การก่อตั้งตลาดนัด จนกระทั่งถึง ปี พ.ศ. 2556

สินค้าเสื้อผ้ามือสอง หมายถึง สินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ส่งมาจากต่างประเทศ และสินค้าที่พ่อค้า แม่ค้า รับซื้อมาจากกลุ่มคนที่มีฐานะในชุมชน เป็นสินค้าที่มีแบรนด์ดังผ่านการใช้งานมาแล้ว และเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ

ปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน หมายถึง กลวิธีในการชงชิงพื้นที่ ระหว่างผู้ค้าด้วยกันในตลาดนัด เพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่เป็นของตนเอง ในการวางแผงขายสินค้า และปฏิบัติการในการซื้อสินค้าข้ามแดน เช่น กลวิธีในการต่อรองการซื้อสินค้าจากพ่อค้าคนกลาง สั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ และการเดินทางไปคัดเลือกสินค้าด้วยตนเอง

วงจรการค้า หมายถึง ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมีเส้นทางชีวิตในการค้าขายตามเส้นทางใดบ้างนอกจากตลาดนัดเกาะหมี่ และเส้นทางในการซื้อสินค้า และขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

การสืบค้นเอกสารเกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์

ในการศึกษา ตลาดนัดเกาะหมี่ : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ได้มีการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับพื้นที่ตลาดนัด
2. แนวคิดเรื่องพื้นที่
3. แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

1. เอกสารเกี่ยวกับพื้นที่ตลาดนัด

การศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ตลาดนัด ผู้วิจัยได้ศึกษา ประเด็นเกี่ยวกับ ความเป็นมาและความสำคัญของตลาด ขอบเขตบริการของตลาดนัด ตลาดพื้นที่แห่งชีวิต ชีวิตในตลาด ตลาดน้ำ/ตลาดบก ตลาดสด ตลาดนัด และตลาดนัดสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของตลาด

ในอดีต สังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจ แบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตน ได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยาก เพราะอาศัยวัตถุดิบที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้น และคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร ตลอดจนถึงของเครื่องใช้ที่จำเป็นได้ในปริมาณที่มากกว่า ความต้องการ จนเหลือเป็นส่วนเกิน จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของ หรืออาหารที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้าน หรือระหว่างเมือง ที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างๆ หรือกองคาราวาน หรืออาจจะนำผลผลิตนั้น ไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้นจึงยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน

ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่ มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมือง การใช้เงินตราเริ่มแพร่หลาย และการค้าขายมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภค และบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความ จำเป็นที่จะต้องมีแหล่งหรือสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้น

นั่นคือตลาด ซึ่งมักจะเป็นที่ที่คนในสังคมหรือชุมชนนั้นรู้จัก และสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็ก เพียงใดก็ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ หรือจำนวนสินค้าที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น นอกจากนี้แล้ว ลักษณะของตลาดยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้นๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้นก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อค้าขายก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคน ในสังคมอีกด้วย (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2547)

1.2 ขอบเขตบริการของตลาดนัด

จากการศึกษาเขตบริการของตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูลของเกรียงศักดิ์ หลีเจริญ (2519) พบว่า กลุ่มตลาดนัดที่มีพื้นที่บริการมากกว่า 125 ตารางกิโลเมตร มีลักษณะเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่อยู่ไกลจากตลาดนัดอื่นๆ และเป็นตลาดที่เส้นทางคมนาคมมีอิทธิพลต่อการเดินทางของผู้บริโภค เปิดขายในช่วงระยะเวลาานานกว่า 5 ชั่วโมง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เดินทางมาซื้อสินค้าอย่างทั่วถึง ส่วนกลุ่มตลาดนัดที่มีพื้นที่ บริการเล็กกว่า 125 ตารางกิโลเมตร จะตั้งอยู่ใกล้ตลาดนัดแห่งอื่นๆ มีระยะเวลาในการขายสั้น กว่า 5 ชั่วโมง เพราะผู้มาใช้บริการมีน้อย

จากเรื่องการศึกษาพื้นที่ที่ถูกจัดสร้างให้เป็นตลาดนัดนั้น ได้มีการกล่าวถึงจากงานบทความเรื่อง “ตลาดนัดมหาวิทยาลัยมหิดล: การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่” ของ อธิตา สุนทรโรทก (2548) ที่ได้กล่าวว่าในฐานะที่ตลาดเป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ มหาวิทยาลัยพื้นที่ตลาดกลายเป็นพื้นที่แห่งการบริโภค (Space of Consumption) ด้วยอีกนัยหนึ่งซึ่งในความหมายของการบริโภคมิได้หมายถึงการใช้/ซื้อสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังบริโภคสิ่งอื่นที่ไม่ได้จัดอยู่ในหมวดหมู่ของสินค้าและบริการด้วย เช่น บรรยากาศ สถานที่ และสภาพแวดล้อม ในขณะที่บริโภค ซึ่งหากมองไปในแง่พื้นที่ของตลาดนัดเกาะหมีจะเห็นได้ว่าตลาดนัดเกาะหมี ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่อย่างหนึ่งด้วยการนำเอาพื้นที่ว่างเปล่าของชาวบ้าน (เอกชน) ประดิษฐ์สร้างให้มีความหมายมากกว่าตลาดค้าขายสินค้า และประดิษฐ์พื้นที่แห่งนี้กลายเป็นพื้นที่ทางสังคม ตามที่ เลอ แพบ เสนอว่า พื้นที่ทางสังคมไม่ใช่สิ่งของไม่ใช่อาณาบริเวณสถานที่ แต่เป็นสิ่งสร้างทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ เช่น เดิมตลาดนัดเกาะหมีเป็นพื้นที่เพาะปลูก แต่ปัจจุบันกำลังเปลี่ยนแปลงและขยายตัว มีหน่วยงานราชการย้ายมาจาก อำเภหาดใหญ่ เข้ามาตั้งหลายแห่ง

ขณะเดียวกันก็มีหน่วยงานเกิดใหม่หลายแห่ง เช่นโรงเรียน นอกจากหน่วยงานราชการแล้ว ก็เป็นบ้านเรือนที่อาศัยอยู่ของชุมชนเดิม และหมู่บ้านจัดสรร ตลาดนัดดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งเพิ่งขยายตัวในช่วงที่ชุมชนกำลังขยายตัวด้วยสภาพชุมชนที่อยู่ระหว่างกิ่งชนบทกิ่งเมือง ตลาดนัดเกาะหมีจึงเป็นสถานที่ใช้ทำ กิจกรรมในเวลาตอนกลางวัน

1.3 ตลาดพื้นที่แห่งชีวิต

ตลาดแห่งชีวิต ที่มีการเคลื่อนไหวด้วยการค้าขาย ซึ่งเป็นข่าวของเครื่องบริโภคอุปโภคในชีวิตประจำวัน ชีวิตที่รู้จักกันทักทายกันจนเป็นเสมือนญาติมิตร พบเห็นภาพลักษณะความงดงามด้านวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ เรื่องราวของชุมชน ที่เปี่ยมด้วยความสงบสุข กิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง และบนพื้นฐานที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม ทำให้ซื้อขายแลกเปลี่ยนมีวิวัฒนาการไปเรื่อยๆ จากเดิมที่เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนกันในชุมชน ไปสู่การแลกเปลี่ยนกันในระดับสูงขึ้น สิ่งที่น่ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นฐานของการดำรงสังคม ตลาดก็มีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมเมืองในยุคสมัยต่างๆ

หลักฐานจากบันทึกของมาร์โคโพลโล เมื่อครั้งที่ได้มาเยือนจีน ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนว่ามีความครึกครื้นมาก และที่สำคัญการตลาดและการค้านี้เองเป็นปัจจัยให้เกิดภูมิปัญญาพื้นถิ่นของชาวจีนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นระบบเงินตรา ระบบการชั่ง ตวง วัด และระบบการผ่อนแรงโดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการขนถ่ายสินค้า ยิ่งไปกว่านั้น ในสมัยต่อมา ตลาดยังนับได้ว่าเป็นแหล่งที่ใช้เพื่อการสื่อสาร ประชาคมเผยแพร่ข่าวสารในชุมชนและระหว่างประชาชนกับรัฐ แหล่งแสดงมหรสพและวรรณกรรมมุขปาฐะต่างๆ การแสดงประเพณีที่ต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของคนหลายวัย ทำให้เกิดการไปมาหาสู่ และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ตลาดยังเป็นแหล่งที่ผู้คนได้มานั่งดื่มชาตามโรงเตี๊ยม เพื่อเสวนาพูดคุย และก่อให้เกิดการละเล่นชนิดต่างๆ เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็นหมากรุก หอคเต๋า ฯลฯ แม้แต่เด็กเล็กๆ และผู้หญิงก็ชอบมาที่ตลาด เพื่อเลือกสินค้านานาชนิด และของเล่นตลอดจนข้าวปลาอาหารที่จะใช้เป็นเสบียงในครัวเรือน (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

งานของฮัฟเฟรด เกลล์ ที่ศึกษาตลาด Dhorai อยู่เขต Bastar รัฐมัธยประเทศ (ตอนกลางของอินเดีย) ก็กล่าวถึงมีชีวิตชีวาในตลาด พบว่า วันที่ไม่มีตลาด พื้นที่แถบนั้นไม่มีอะไรเลย แต่ในวันศุกร์ที่มีตลาดจะต่างไปอย่างสิ้นเชิง มีรถบรรทุกมาจอดทำให้รถติด ชาวสิกข์มาจากทางเหนือ

ชนเผ่าต่างๆ เดินทางมาจากทุกทิศทาง เอาของป่า ของที่ปลูกได้จากไร่ นา และของที่ผลิตเองมาขาย มีคนขายผักชาวอินดู ช่างฝีมือ ช่างปั้นหม้อ ช่างทอผ้า ช่างตีเหล็ก มีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โลกทั้งโลกและเทพเจ้ามารวมกันอยู่ในตลาด (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

ผู้คนพากันแต่งตัวอย่างสวยงาม ผมใส่น้ำมัน ใส่เครื่องประดับ นุ่งสำหรับสวยๆ เสื้อใหม่ ผ้าโพกหัวใหม่ เหมือนกับว่าตลาดเป็นเพียงพิธีกรรมอย่างหนึ่ง ไม่ใช่ที่ที่มีการค้าขาย ตลาดแห่งนี้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในแบบที่ไม่ได้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของหมู่บ้าน ตลาดแบ่งคนเป็นกลุ่มและใช้ความสัมพันธ์ทางการตลาดผูกมัดคนเหล่านี้เข้าด้วยกัน และเป็นการสังคมกันจริงๆ ตลาดเป็นที่จัดงานแต่งงาน การประชุมเรื่องระหว่างหมู่บ้าน งานพิธี งานแสดง ต่อรองค่าสินสอด คื่นของเมื่อหย่า ทุกอย่างเกิดที่ตลาด คนที่จะหาคู่ก็ไปหาที่ตลาด ชนเผ่า (Tribals) มากมายไปตลาดโดยแทบไม่มีอะไรติดมือไปขายและไม่ได้อยากซื้ออะไร แต่ไปเที่ยวในเขตแนวรอบวง (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

สำหรับผู้หญิงของพวกชนเผ่าต่างๆ แล้ว นี่คือนตลาดเทียม (Pseudo) เพราะมันเป็นเหตุให้พวกเธอได้หาเรื่องออกจากบ้าน เนื่องด้วยธรรมเนียมของกลุ่มที่ห้ามไม่ให้ผู้หญิงออกจากบ้าน ผู้หญิงกลุ่มนี้จะหาอะไรที่แทบจะเนาแล้วไปขาย เพื่อให้ได้เจอเพื่อน ญาติๆ และเพื่อนบ้าน นับเป็นโอกาสที่จะได้พบปะทางสังคมและไม่ต้องอยู่บ้าน (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า ตลาดมิใช่เพียงสถานที่สำหรับดำเนินกิจกรรมซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าเท่านั้น ทว่ายังเป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการปะทะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆ แล้วพื้นที่ตลาดก็เป็นเพียงสถานที่ว่างเปล่าเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ มีปัจจัยอะไร หรือกระบวนการอย่างไรในการทำให้พื้นที่แห่งหนึ่งกลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ และเป็นที่ยอมรับของผู้คน (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

บทความของกิตติพร ใจบุญ (2549) ได้วิจัยงานศึกษาเกี่ยวกับตลาดในประเทศไทย นับแต่อดีตถึงปัจจุบัน และนำเสนอประเด็นที่งานเหล่านั้นพูดถึงการดำรงอยู่และการปรับตัวของตลาด ในลักษณะต่างๆ นับตั้งแต่การเสื่อมโทรมของตลาดน้ำและการฟื้นฟูขึ้นมาแทนที่ตลาดบก อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเส้นทางคมนาคมและระบบขนส่ง การขยายตัวของย่านการค้าและพัฒนารูปแบบของตลาดนัด ลักษณะทางกายภาพของเมืองที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับเวลา สินค้า และผู้คนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบทบาทสำคัญของผู้หญิงในตลาด ซึ่งช่วยให้ผู้อ่านเห็นภาพรวมของประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับตลาดในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม กิตติพร ใจบุญ เสนอว่า แม้จะมีการพูดถึงการต่อรองอำนาจของกลุ่มแม่ค้าในตลาด แต่ก็ยังขาดงานที่ศึกษาอำนาจของกลไกในระบบตลาดและเชื่อมโยงตลาดไปถึงอำนาจและศีลธรรมดังแนวคิดของคาร์ล โพลันยี ที่เห็นว่า ในสังคมยุโรปภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม ระบบตลาดมีบทบาทมาแทนที่ระบบศีลธรรมเดิม ตลาดสมัยใหม่ปฏิเสธระบบศีลธรรมเดิมในเรื่องประโยชน์ของสังคม ในระบบตลาดเสรีที่มีการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง มีการตั้งราคาตายตัว (Fixed Prices) เมื่อจ่ายเงินแล้ว ความสัมพันธ์ก็สิ้นสุดลง ไม่มีพันธะในการพึ่งพากัน (Reciprocity) อีกต่อไป ตลาดจึงเป็นสนามประลองในเชิงอำนาจผ่านค่านิยมทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ และการครอบงำเชิงวัฒนธรรมในการตลาดมีอำนาจในการกำหนด “ความเป็นอื่น” ในวาทกรรมการค้าด้วย ดังจะกล่าวต่อไปในภายหลัง (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

ในประเด็นนี้ มิคาอิล บัคติน ได้เสนอว่า ตลาดเป็นสถานที่ อภิสิทธิ์ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการต่อต้านวาทกรรมอำนาจนำ (Antihegemonic Discourse) ตลาดเป็นสถานที่เผชิญหน้ากับแรงกดดันสองด้านด้วยกัน ด้านหนึ่งคือเรื่องของระบบชนชั้นและโครงสร้างทางสังคม และอีกด้านหนึ่งคือการจัดระเบียบของรัฐ ดังนั้นตลาดจึงเป็นพื้นที่ซึ่งสัมพันธ์กับอำนาจ เป็นพื้นที่กลางอำนาจทางการเมืองส่งผ่านค่านิยมของรัฐไปยังประชาชน (ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการจัดระเบียบพื้นที่ จัดระเบียบการวางสินค้า ตรวจสอบคุณภาพสินค้า กำหนดราคา และเก็บภาษี) แต่ในขณะเดียวกัน ตลาดก็เป็นพื้นที่ที่เปิดให้การต่อรองและต่อต้านอำนาจที่เหนือกว่า ผ่านทางการนินทา การพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร และการแสดงออกอย่างอิสระของผู้คนที่มาตลาด เพื่อหลบเลี่ยงจากความเป็นจริงของชีวิตที่ถูกจัดระเบียบไว้

ด้วยเหตุนี้ บรรยากาศของพื้นที่ตลาดซึ่งมีความจอบแจ วุ่นวายสับสน จึงดึงดูดให้ผู้คนมากมายเฝ้ารอการมาเดินตลาดอย่างใจจดใจจ่อ ในบทความเรื่อง “ตลาดนัดมหาวิทยาลัยมหิดล: การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่” ของอริดา สุนทรโรทก นั้น แม้ว่าจะไม่ได้ใช้แนวคิดของบัคติน แต่ก็เสนอว่า คุณลักษณะของความไร้ระเบียบ หรือที่เรียกว่าปรากฏการณ์ชายขอบ ในช่วงเวลาที่มีตลาดนัด ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานะของพื้นที่ จากสถานที่ราชการเจ้าหน้าที่ นักศึกษา และผู้มาติดต่อราชการเท่านั้น ให้กลายมาเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้ผู้คนจากภายนอกเข้ามาได้ ความพลุกพล่านจอบแจไปด้วยผู้คน ทำให้พื้นที่ดังกล่าวแปรสภาพเป็นพื้นที่แห่งการพักผ่อน และพื้นที่แห่งการบริโภค เป็นช่วงเวลาชั่วขณะที่เปิดให้คนในหน่วยงานได้หลีกเลี่ยงจากความจำเจของตารางงานประจำวันและลำดับชั้นในที่ทำงาน มาโลดเล่นเคลื่อนไหวและจับจ่ายของตามอารมณ์ในพื้นที่ตลาดแห่งนี้ ซึ่งเป็นมุมมอง

หนึ่งที่น่าสนใจ เพราะคนเหล่านี้มาจับจ่ายด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างจากแม่บ้านที่ไปจ่ายกับข้าวในตลาดสด (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

1.4 ชีวิตในตลาด

ในหลายวัฒนธรรม ผู้หญิงถูกกำหนดให้รับบทบาทเป็นผู้จ่ายตลาด เพื่อนำไปประกอบอาหารเลี้ยงครอบครัว ในเวียดนามก็เช่นกัน พื้นที่ตลาดนับเป็นพื้นที่ของผู้หญิง บทบาทของ ษ์ตรา ขมะวรรณ เรื่อง “รหัสทางวัฒนธรรมของการจับจ่าย: เล่าเรื่องการค้าขาย ชีวิตผู้หญิง และวัฒนธรรมในตลาดสดแบ็คควา-ฮานอย” ได้สะท้อนภาพตลาดสดในฐานะสมรรถภูมิของผู้หญิง ที่ทั้งฝ่ายแม่ค้าและลูกค้าล้วนมีจุดประสงค์เดียวกันคือการหาเลี้ยงครอบครัว เนื่องด้วยระบบตลาดสดที่ราคาของสินค้าเลื่อนไหลไปตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อต่างก็ประเมิน “ข้อมูล” ของอีกฝ่าย ใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อต่อรองให้ตนเองได้ราคาที่พอใจ

ในฐานะแม่บ้านต่างชาติผู้คุ้นเคยกับระบบราคาตายตัว ษ์ตรา ขมะวรรณ (2549) ได้ร่วมในสมรรถภูมิแห่งนี้ ได้เรียนรู้ และค่อยๆ ทำความเข้าใจกับรหัสทางวัฒนธรรมที่อยู่เบื้องหลังกิจกรรมการซื้อขายในตลาดและการต่อรองราคา คุณค่าทางวัฒนธรรมที่กำหนดสถานะทางสังคมของผู้ที่มีอาชีพค้าขาย และความสัมพันธ์ของคนในตลาด และโยงเข้าสู่ประเด็นถกเถียงทางทฤษฎีระหว่างนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ที่มองว่าราคาถูกกำหนดจากความผันแปรของอุปสงค์และอุปทาน เกิดจากความคิดคำนวณอย่างเป็นเหตุเป็นผล กับแนวคิดทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจที่เห็นว่าคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมเฉพาะถิ่นมีอิทธิพลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ษ์ตรา ขมะวรรณ ใช้แนวคิดระบบ บาคาร่าเข้ามาวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขายในการต่อรองราคาและสะท้อนถึงการครอบงำเชิงวัฒนธรรมที่มีอำนาจในการกำหนด “ความเป็นอื่น” ในวาทกรรมการค้า ไม่ว่าจะเป็นคนอื่น ชาติพันธุ์อื่น หรือ สินค้า “เรา-เขา” ที่บอกความเป็นอื่นของแหล่งที่มา ซึ่งล้วนมีผลต่อการกำหนดราคาทั้งสิ้น

บทความนี้ยังชี้ให้เห็นถึงกลไกทางเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมของเวียดนามที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจการค้าเสรี ภาพความอิหลักอิเหลื่อของผู้ขายต่ออาชีพการค้าขายและการทำธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าในสังคมนานาชาติที่ยังคงมี “ดั่งก้าม” หรือความเอื้ออาทรต่อกัน ในขณะที่ผู้ค้าส่วนหนึ่งพร้อมเปิดรับระบบตลาดเสรี และทำธุรกิจแบบมีอาชีพที่เน้นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์เท่านั้น ไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบร่วมมือและเอื้ออาทรต่อกัน ซึ่งทำให้เห็นการซ้อนทับกันของค่านิยมสังคมนิยมและทุนนิยมได้อย่างน่าสนใจและเปี่ยมไปด้วยชีวิตชีวา

ภาพของตลาดในฐานะพื้นที่ที่เต็มไปด้วยการต่อรองและแสวงหาทางเลือก พื้นที่ของการสร้างสรรค์และแสดงถึงพลังของมนุษย์ในการต่อสู้ปรับตัวเพื่อมีชีวิตอยู่ ก็ปรากฏในบทความของ ศิริรินทร์ ใจเที่ยง และดำรงพล อินทร์จันทร์ เช่นกัน

ในบทความเรื่อง “ตลาดชายขอบของมอญพลัดถิ่น” ดำรงพล อินทร์จันทร์ (2549) ก็ให้น้ำหนักกับการใช้พื้นที่ตลาดวัดวังกะและตลาดเจดีย์พุทธคยาจำลองเพื่อการหาเลี้ยงชีพและจุนเจือครอบครัวของผู้หญิงมอญ และมองว่าตลาดในชุมชนมอญพลัดถิ่นแห่งนี้เป็น ศูนย์กลางทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน แม้ว่าการครอบงำเชิงอำนาจของระบบเศรษฐกิจและการเมืองระดับชาติและระดับนานาชาติ ได้ส่งผลให้สภาพของคนในชุมชนแห่งนี้กลายเป็นคนชายขอบ แต่ข้อจำกัดต่างๆ ก็ช่วยธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนมอญในชุมชนแห่งนี้เอาไว้ และกลายเป็นจุดขายของตลาดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามา

อย่างไรก็ตาม ตลาดในชุมชนแห่งนี้มิได้ดำรงอยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่เชื่อมโยงกับตลาดในอำเภอสังขละบุรี และตลาดที่ด่านชายแดนเจดีย์สามองค์ ดำรงพลเห็นว่า แม้ว่าคนมอญพลัดถิ่นจะใช้ความสัมพันธ์และเครือข่ายการค้าชายแดนข้ามรัฐระหว่าง ไทย-พม่า ในการต่อรอง ต่อต้านอำนาจที่เหนือกว่า แต่คงยากที่จะต้านทานต่อระบบตลาดเสรีและทุนนิยมที่ทรงอิทธิพลยิ่ง นายทุนจากภายนอกได้เข้ามาขายสินค้าด้วยระบบเงินผ่อนและสินเชื่อ ทำให้ชีวิตของคนมอญจำนวนมากมีภาระหนี้สิน กฎและประเพณีปฏิบัติในชุมชนบางประการลดความเคร่งครัดลง และพ่อค้าแม่ค้าพึ่งพาแนวความคิดการลงทุนเพื่อผลกำไรสูงสุดมากขึ้น

บทความได้ให้ข้อมูลประวัติการก่อตั้งชุมชนวัดวังกะและตลาด ทั้งสองแห่งว่าเกี่ยวข้องกับผู้นำสำคัญ คือ หลวงพ่ออุตตมะ ผู้สนับสนุนทุนในการก่อสร้างตลาด เพื่อให้เป็นแหล่งหาเลี้ยงชีพของชาวบ้าน ซึ่งไม่มีที่ดินทำกิน อันเป็นผลกระทบมาจากการก่อสร้างเขื่อน แต่เนื่องจากดำรงพล อินทร์จันทร์ เน้นประเด็นไปที่ความเป็นชายขอบ และความสัมพันธ์กับรัฐ จึงมิได้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงของตลาดกับพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และความเชื่อเรื่องการแสวงบุญ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดแห่งนี้เติบโตขึ้น

ในอินเดีย สถานที่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาเป็นสถานที่ที่ผู้แสวงบุญมารวมกันเป็นจำนวนมาก สถานที่เหล่านี้มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ และบางกรณีขยายเติบโตเป็นเมืองสำคัญจากที่เดิมปกติเวลาไม่มีงานจะมีคนน้อยหรือเป็นแค่หมู่บ้านเล็กๆ แต่เมื่อมีคนมาเรื่อยๆ ความต้องการความสะดวกสบายก็ตามมา พ่อค้ามองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ เริ่มมีการให้บริการพักรแรม

ศูนย์กลางการแสวงบุญทำให้เกิดสิ่งก่อสร้างทั้งทางศาสนาและสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตแก่ผู้ที่มาเยือน จึงกล่าวได้ว่ามันทำให้เกิดมิติทางเศรษฐกิจ มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของเมือง ระบบตลาด และ ถนน

ตลาดที่ชุมชนมอญแห่งนี้ก็มีกำเนิดมาจากความศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของพระเจ้าเกจิอาจารย์เช่นกัน มีการสร้างถนนให้ผู้คนจำนวนมากที่ศรัทธาเดินทางมาสักการบูชาพระเจ้าเกจิอาจารย์และมาจาริกแสวงบุญที่วัดวังกะและเจดีย์พุทธคยาจำลองได้อย่างสะดวก คนภายนอกที่เดินทางมาแสวงบุญเหล่านั้นเป็นผู้ซื้อหลักของตลาด ซึ่งหากมีการศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นนี้เพิ่มเติมจะทำให้บทความมีประเด็นที่น่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งยังเห็นการแยกจากกันของตลาดและสถานที่ตลาดสมัยใหม่เป็นระบบที่ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่เฉพาะแบบตลาดดั้งเดิม ซึ่งบทความก็กล่าวถึงไว้บ้างในเรื่องการนำสินค้าระบบเงินผ่อนมาสู่ชุมชนแห่งนี้

จากที่กล่าวมา บทความในหนังสือเล่มนี้ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาพื้นที่ตลาดขนาดเล็ก เช่นตลาดนัด ตลาดสด และมุ่งศึกษาปฏิสัมพันธ์ทางสังคมภายในตลาด การใช้พื้นที่ตลาดในฐานะแหล่งยังชีพ พื้นที่แห่งการเพลิดเพลินในการบริโภค และพื้นที่แห่งการต่อรอง แต่ด้วยข้อจำกัดของระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและวิธีการศึกษาที่เน้นการเก็บข้อมูลภาคสนาม บทความส่วนใหญ่จึงขาดมิติของการตั้งถามต่อด้วยการเปรียบเทียบกับตลาดประเภทอื่นหรือตลาดขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตามอย่างไรก็ดีหนังสือเล่มนี้นับเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษามิติต่างๆ ในตลาด ที่นอกเหนือไปจากกิจกรรมในการซื้อขายและมูลค่าทางเศรษฐกิจ หากเรามองตลาดในมิติของสังคม วัฒนธรรมและศึกษาเพิ่มเติมให้ลึกซึ้งด้วยการตั้งคำถามใหม่ๆ เช่น ทำไมนักการเมืองต้องไปหาเสียงที่ตลาด เหตุใดดาราดาวร้ายในละครไม่กล้าไปเดินในตลาด แม้กระทั่งการที่รัฐบาลสนับสนุนให้เปิดตลาดนัดในวันศุกร์ที่ปัตตานี (สิงหาคม พ.ศ. 2548) เราอาจพบว่าพื้นที่ตลาดและบทบาทของตลาดมีอะไรมากกว่าที่เราคิด (สมรักษ์ ชัยสิงห์ กานานนท์, 2549)

1.7 ตลาดนัด

“ตลาดนัด” หมายถึง สถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ประจำ หากพิจารณาความหมายนี้ จะเห็นว่าร่องรอยพัฒนาการของตลาดนัดในสังคมไทยนั้นมีมาแต่โบราณ เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้คนในแต่ละชุมชน ซึ่งกำหนดให้จัดขึ้น ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน แต่เป็นที่รับรู้กันในชุมชนนั้นๆ อาจปรากฏในรูปของตลาดไม่ประจำหรือตลาดตาม

ฤดูกาล ทั้งที่เป็นตลาดน้ำและตลาดบกก็ได้ ทั้งนี้ความสำคัญของตลาดบกและตลาดน้ำขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์ของชุมชน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีพัฒนาการตลาดรูปแบบใหม่เกิดขึ้น คือ ตลาดนัดขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในทำเลใจกลางเมือง ธาณี กุลแพทย์ กล่าวถึงจุดกำเนิดของตลาดนัดแห่งใหญ่ไว้ว่า รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม มีดำริให้จัดตั้งตลาดนัดขึ้นในกรุงเทพฯ เขตปริมณฑล และทุกจังหวัดทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2491 เพื่อให้ประชาชนได้หาซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคในราคาถูกหรือราคาที่รัฐควบคุม และเพื่อเป็นการปลูกฝังให้คนไทยรู้จักการค้าขายมากยิ่งขึ้น

หลังจากรัฐบาลจอมพล ป. ประกาศตั้งตลาดนัดสนามหลวงขึ้นมาวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลต่างให้ความสนใจใช้บริการกันอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งขายสินค้าราคาถูกและสินค้ามีหลากหลาย จนพื้นที่เพียงครึ่งเดียวของท้องสนามหลวงที่จัดตลาดนัดขณะนั้นไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้คนที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ทางราชการต้องการให้พื้นที่ดังกล่าวในงานราชพิธีต่างๆ เป็นครั้งคราว จึงมีการย้ายตลาดนัดที่สนามหลวงไปยังพระราชวังอุทยานสราญรมย์ในปี พ.ศ. 2492 และย้ายกลับมาที่สนามหลวงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2501 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2525 ตลาดนัดสนามหลวงได้ยุติลง สนามหลวงแปรสภาพเป็นสวนสาธารณะสำหรับให้ประชาชนได้พักผ่อนหย่อนใจ และยังคงเป็นสถานที่จัดงานพระราชพิธี และพิธีต่างๆ ของรัฐ จนกระทั่งปัจจุบัน ส่วนตลาดนัดที่ขึ้นมามีบทบาทแทนตลาดนัดสนามหลวงก็คือ ตลาดนัดพหลโยธิน ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “ตลาดนัดจตุจักร”

ตลาดนัดจตุจักรถือว่าเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ เพราะมีเนื้อที่ถึง 68 ไร่ 95 ตารางวา มีแผงขายสินค้าจำนวน 8,817 แผง (ข้อมูลปี 2535) ความหลากหลายของสินค้ามีสูงมาก นับตั้งแต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายซึ่งขายดีเป็นอันดับหนึ่ง ไปจนถึงหนังสือ ต้นไม้ดอกไม้ สัตว์เลี้ยง ของเก่า เซรามิก เครื่องจักรสาน ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ อาหารสำเร็จรูป อาหารแห้ง เนื้อสัตว์ ผักสด พระเครื่อง ภาพเขียน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ มีการจัดการอย่างเป็นระบบ มีการจัดระเบียบแผงสินค้าต่างๆ เป็นหมวดหมู่ มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ออกทะเบียนบัตรให้กับผู้ประกอบการ ติดตั้งโทรศัพท์ น้ำประปาเข้าไปในพื้นที่ ทำท่อระบายน้ำ มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีเงินทุนหมุนเวียนจากการจำหน่ายสินค้ารวมกันไม่ต่ำกว่าวันละ 80 ล้านบาท (ข้อมูลจากคำชี้แจงของพรเทพ วิริยพันธ์ ผู้อำนวยการกองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร, พ.ศ. 2535) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นใน

อนาคต การบริหารงานของตลาดนัดจตุจักรอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นฝ่ายต่างๆ (กิตติพร ใจบุญ, 2551)

ในช่วงภาวะเศรษฐกิจไทยถดถอยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา มีตลาดนัดรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เปิดท้ายรถขายของ” เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลักษณะสำคัญของตลาดรูปแบบใหม่ก็คือ “การขายสินค้ามือสอง” หรือสินค้าที่ผ่านการใช้แล้ว แต่ยังมีสภาพดี สามารถใช้ประโยชน์ต่อได้อีก ตลาดลักษณะนี้กลายเป็นที่นิยมของลูกค้า และพัฒนาเป็นตลาดนัดที่ขายสินค้าใหม่ด้วย บางแห่งก็กลายเป็นตลาดถาวร เช่น ตลาดข้างโรงพยาบาลนครินทร์ เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์หลายสาขา ตลาดแผงลอยบริเวณลานจอดรถในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ หลายแห่ง เป็นต้น ตลาดเหล่านี้มักเปิดเป็นวันๆ ไป และเน้นสินค้าประเภทเสื้อผ้าเป็นหลัก ภายหลังเลิกใช้รถเป็นที่วางสินค้า หันมาใช้แผงหรือราวแขวนแทน

นอกจากนี้ยังมีตลาดนัดที่ขายของอุปโภคบริโภคราคาถูกแต่คุณภาพดี และลักษณะสินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าในตลาดนัดระดับชาวบ้านเกิดขึ้น โดยมักอิงแอบอยู่กับอาคารสำนักงานใหญ่ๆ ทั้งภายในและภายนอก ทั้งที่อยู่ในซอยด้านข้าง หรือหลังอาคาร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ พนักงานของสำนักงานเหล่านั้น ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่และมีกำลังซื้อสูง หลายแห่งกลายเป็นตลาดนัดถาวร เช่น ตลาดข้างกระทรวงศึกษาธิการ ตลาดหลังสำนักงานการบินไทย ตลาดหลังตึกปตท. ตลาดซอยละลายทรัพย์ ตลาดข้างตึกเมืองไทยประกันชีวิต ตลาดช่อง 9 อสมท. เป็นต้น ตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในย่านธุรกิจที่มีผู้คนสัญจรพลุกพล่าน หรือใกล้หน่วยงานราชการที่มีคนทำงานอยู่มาก วันที่ขายจึงเป็นวันทำงานในแต่ละสัปดาห์ ได้แก่ จันทร์ - ศุกร์ เวลาเปิดตลาดจะเป็นช่วงสั้นๆ ส่วนมากจะอยู่ในช่วง 11.00 – 14.00 น. ซึ่งเป็นเวลาพักเที่ยงของคนทำงาน ตลาดนัดลักษณะนี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก ผู้ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องใช้ต่างๆ หลายคนจึงตะเวนไปขาย ตามตลาดนัดลักษณะนี้หลายแห่ง แต่มีการหมุนเวียนและกำหนดวันที่แน่นอนว่าแต่ละวันในสัปดาห์จะขายอยู่ที่ใด (กิตติพร ใจบุญ, 2551)

ตลาดอีกประเภทหนึ่งที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจคือตลาดน้ำ ที่เป็นตลาดนัดนั้น ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในสังคมไทย เป็นตลาดที่ผู้คนพาเรือบรรทุกสินค้ามาขายในสถานที่ที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ หรือบริเวณปากคลอง มีผู้คนมารวมกลุ่มกันขายสินค้าทางน้ำ ที่จัดขึ้นเฉพาะวัน อาจจะเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ จะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของผู้คนในชุมชน

ตลาดนัดอีกลักษณะหนึ่ง คือ ตลาดนัดในรูปแบบของ “ถนนคนเดิน” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วง 7-8 ปีมานี้ เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวถึงการเกิดขึ้นของถนนคนเดินไว้ว่า ถนนคนเดิน (Walking Street) เป็นหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาเมืองและการกำหนดใช้พื้นที่เมืองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ถนนคนเดินในหลายประเทศได้กลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งรวมด้านศิลปะ แหล่งรวมศิลปิน ศิลปินอิสระได้ใช้เวทีในการแสดงออกทั้งทางด้านดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ฯลฯ ตลอดจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจะต้องมาแวะเยี่ยมเยือน การปิดถนนทำให้สามารถใช้พื้นที่เป็นลานกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ กลายเป็นพื้นที่สาธารณะกลางเมือง นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนมาจำหน่าย เป็นการส่งเสริมสนับสนุนภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาล พ.ต.ท.ดร. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี เป็นการช่วยลดมลพิษ เพื่อพัฒนาทั้งทางด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ ทั้งทางด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมของเมือง และสุขภาพจิตของประชาชน

การเกิดขึ้นของตลาดแบบถนนคนเดินนี้ ในระยะแรก เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ โดยจัดขึ้นเป็นช่วงเวลา เช่น ที่ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ จัดขึ้น 10 ครั้งทุกวันอาทิตย์ ตั้งแต่วันอาทิตย์ที่ 3 กุมภาพันธ์ ถึงวันอาทิตย์ที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2545 หรือเกิดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่มาชมงานเทศกาล แต่ในปัจจุบันมีถนนคนเดินหลายแห่งประสบความสำเร็จสูง มีผู้คนมาท่องเที่ยวจับจ่ายสินค้าเป็นจำนวนมาก จึงมีการขยายเวลาในการจัด จนกลายเป็นตลาดนัดประจำทุกสัปดาห์ เช่น ถนนท่าแพ หรือ ที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ สินค้าที่ขายส่วนมากเป็นเสื้อผ้าพื้นเมือง หรือเครื่องประดับตกแต่งบ้านที่มีกลิ่นอายของความเป็นพื้นเมือง เป็นต้น

ปัจจุบันตลาดนัดมีหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม การเกิดพื้นที่การจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี ไบเทคบางนา ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และที่อื่นๆ อีกจำนวนมาก ซึ่งมักจะอยู่บริเวณชานเมือง ทำให้เกิดการแสดงผลสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งเดิมจำกัดวงเฉพาะสินค้าบางชนิด เช่น รถยนต์ ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ แต่ในปัจจุบันมีการแสดงผลสินค้ามากมายหลายชนิด ผลัดเปลี่ยนมาแสดงและจำหน่ายตลอดทั้งปี มีระบบการจัดการทั้งในด้านประชาสัมพันธ์ การจัดระบบขนส่งคมนาคม การจัดนิทรรศการ การจัดแสดงประกอบการจำหน่าย

สินค้า และยังขยายไปถึงบริการบางประเภท เช่น รายการการท่องเที่ยว รูปแบบการพักผ่อน กีฬา ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นโฉมหน้าใหม่ของตลาดนัดในอีกรูปแบบหนึ่งที่ยังไม่มีการศึกษาเฉพาะเจาะจง (กิตติพร ใจบุญ, 2551)

1.8 ตลาดนัดสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

ศิริพันธ์ ใจเที่ยง (2549) กล่าวไว้ว่า สินค้ามือสองมีจำหน่ายมาตั้งแต่เมื่อใดนั้นไม่ปรากฏชัดเจนในต่างประเทศ ตลาดขายของเก่าได้รับความนิยมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะตามเมืองใหญ่ๆ ในยุโรป เรียกว่า Flea Market บ้าง หรือ Car Doot Sale หรือ Garage Sale บ้าง สินค้านำมาขายรวมอยู่ในตลาดเดียวกันจะมีความหลากหลาย ทั้งเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องเรือน หนังสือ เครื่องแก้ว นาฬิกา เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ ในประเทศไทยก็มีตลาดขายของเก่าอยู่ด้วยเช่นกัน แต่มีได้แพร่หลายอยู่ทั่วไปเช่นในปัจจุบัน ในอดีต ตลาดที่รู้จักกันดีก็คือ ตลาดคลองถม และตลาดคลองหลอด ซึ่งขายของเก่าประเภทของใช้ภายในบ้านเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องเรือน และของตกแต่งบ้าน โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ส่วนตลาดที่ขายของเก่าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายนั้น ยังไม่เป็นที่นิยมทั่วไปและมีน้อยแห่ง เช่น ตลาดสะพานพุทธ ซึ่งขายเสื้อยืด เสื้อเชิ้ต และกางเกงมือสองในราคาถูก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้มีรายได้น้อย

การปรับตัวทางออกทางเศรษฐกิจจากการตกงาน หรือมีรายได้ลดลง วิธีหนึ่ง ด้วยการจัดให้มีตลาดนัดรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เปิดท้ายรถขายของ” หรือ “ตลาดนัดคนเคยรวย” โดยได้แนวคิดมาจากต่างประเทศ สัญลักษณ์สำคัญของตลาดนัดรูปแบบนี้คือ ขายสินค้ามือสอง ซึ่งเป็นของผ่านการใช้งานหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้วของผู้ค้ามาจำหน่ายต่อ ผู้ที่นำของมาจำหน่ายนั้นมักจะมีฐานะดี หรือเคยมีฐานะดีมาก่อน สินค้าที่นำมาจำหน่ายจึงเป็นของคุณภาพดี ดียี่ห้อ ดิดแบรนด์เนม แต่ราคาจะต่ำกว่าท้องตลาดมาก เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า นาฬิกา หมวก เครื่องประดับ ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ ที่มีใช้ผู้มีรายได้น้อยเพียงกลุ่มเดียว มีความกล้าและคุ้นเคยที่จะซื้อของที่ผ่านการนำมาแล้ว นอกจากเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้ามือสองให้ขยับขึ้นมาอยู่ครอบคลุมชนชั้นกลางแล้ว ตลาดนัดประเภทนี้ได้รับความนิยมและขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นตลาดนัดถาวร ที่รวมเอาร้านสินค้าใหม่เข้าไปด้วยเป็นหลัก ส่วนสินค้ามือสองเองก็พัฒนาจากของที่นำมาจากบ้านผู้ค้า ไปเป็นสินค้าที่หาซื้อได้จากแหล่งอื่นผสมผสานกัน เพราะของตัวเองมีอยู่ไม่พอขาย (ศิริพันธ์ ใจเที่ยง 2549)

ปรากฏการณ์เปิดทำยรชขายของทำให้เกิดการบริโภคของมือสองที่เป็นประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายกว้างขวางขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่าเกิดแหล่งจำหน่ายสินค้ามือสองประเภทนี้ขึ้นอย่างแพร่หลาย แหล่งที่สำคัญได้แก่ จตุจักร รามคำแหง พระโขนง คลองหลอด มาบุญครอง และตลาดนัดตามย่านชุมชนที่มีการสัญจรหมุนเวียนของผู้คนสูง เช่น ตลาดที่ซอยวังหลัง ศิริราช ซึ่งติดตลาดทุกวัน ตลาดนัดที่บางกระบือ ซึ่งติดตลาดวันจันทร์-เสาร์ ตลาดนัดยิ่งเจริญ สะพานใหม่ ซึ่งติดตลาดทุกวันอังคาร พุทส์บตีและเสาร์ เป็นต้น (ศิริินทร์ ใจเที่ยง 2549)

ปัจจุบันมีตลาดนัดชั่วคราวผุดขึ้นเป็นดอกเห็ดอยู่ทั่วกรุงเทพฯ และบริเวณปริมณฑล ไปจนถึงเมืองใหญ่ๆ ในต่างจังหวัด และท่ามกลางสินค้าที่เป็นของใหม่ของตลาดนัดชั่วคราวโดยทั่วไปนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า มีสินค้ามือสองร่วมตลาดอยู่ด้วยเสมอ ส่วนใหญ่เป็นประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ซึ่งได้รับความนิยมจากลูกค้าไม่แพ้สินค้าใหม่ในประเภทเดียวกัน

2. แนวคิดเรื่องพื้นที่

ก่อนหน้าที่แนวคิดเรื่องพื้นที่จะถูกนำมาใช้ในทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ พื้นที่ถูกนำมาใช้ในทางเรขาคณิต โดยการศึกษาพื้นที่ทางกายภาพในฐานะที่เป็นความจริงเชิงประจักษ์ ภาษาที่ใช้บรรยายพื้นที่จึงเป็นภาษาเชิงปริมาตร (Volumetric Language) ความเป็นจริงเชิงกายภาพนี้เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดมาให้ในฐานะเป็นมิติของการมีอยู่ในโลกของสิ่งต่าง ๆ ดังนั้น พื้นที่จึงเป็นความจริงและเงื่อนไขในแง่ที่ว่าพื้นที่ “ว่างเปล่า” คือปลอดพ้นจากการให้คุณค่าไม่ได้ขึ้นอยู่กับหรือรับใช้ผลประโยชน์ของใคร จึงปลอดจากอำนาจและการเมือง ดูเป็นกลางโดยธรรมชาติในสามัญสำนึกของคนทั่วไป (Lefebvre 1991 อ้างถึงใน เกตถวา บุญปรากฏ, 2551)

2.1 การศึกษาเรื่องพื้นที่

Lefebvre (1991) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ไว้ว่า พื้นที่นั้นถูกสร้างโดยผ่านการช่วงเวลาและมักจะแสดงตัวเองในฐานะที่เป็นเหมือนดังชิ้นส่วนที่มาประกอบเข้าด้วยกัน โดยการเชื่อมสัมพันธ์ด้วยเวลา ดังนั้นแต่ละพื้นที่ทางกายภาพ (ตามสภาพภูมิศาสตร์) จึงมีลักษณะทางประวัติศาสตร์ของตนเอง ประวัติศาสตร์ของพื้นที่จึงไม่ใช่สิ่งอื่นนอกจากประวัติศาสตร์ของการดำรงอยู่ พื้นที่ และเป็นผลผลิต หรือเป็นสิ่งที่ถูกผลิตจากกิจกรรมที่รวมเอาทั้งเศรษฐกิจ และเทคโนโลยี และสิ่งที่เหนือไปกว่านั้น คือ พื้นที่เป็นผลผลิตสร้างทางการเมืองที่ถูกบรรจุลงในพื้นที่ในแง่มุมมองของ

ผลประโยชน์ เนื่องด้วยความเป็นพื้นที่ทางกายภาพ (ตามสภาพภูมิศาสตร์) ของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจะทำให้เห็นประวัติศาสตร์ของพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับสังคมทางการเมืองและลักษณะเฉพาะของทุนนิยม ซึ่งจะนำไปสู่การครอบงำพื้นที่ชนชั้นกลางและนำไปสู่ความขัดแย้ง หรือความเห็นพ้องต้องกันของคนในพื้นที่ในการที่จะใช้พื้นที่ที่ทำการกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะองค์ประกอบหลักของพลังแห่งการผลิตทั้งหลายก็เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทางสังคม (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม) ของมนุษย์ภายในพื้นที่นั้นๆ ด้วย

2.2 พื้นที่สาธารณะ

พื้นที่ (Space) ไม่ได้เป็นเพียงฉากที่ว่างเปล่าและหยุดนิ่ง เพื่อรองรับปรากฏการณ์ทางสังคมเท่านั้น แต่พื้นที่เป็นตัวกำหนด และมีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ทางสังคม ทั้งยังเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในตัวเอง การเกิดขึ้นและการดำรงอยู่ของพื้นที่หนึ่งๆ นั้นเป็นการผสมผสานระหว่างการสร้างเชิงกายภาพ และการสร้างโดยกระบวนการทางสังคม พื้นที่ประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจอย่างแพร่หลายในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และสังคม คือ พื้นที่สาธารณะ (สุธาริน คุณผล 2541)

Jurgen Habermas เป็นนักคิดรุ่นที่ 3 ของสำนัก Frankfurt ให้ความสำคัญกับพื้นที่สาธารณะ ในฐานะเป็นพื้นที่ทางการเมือง อิงอยู่กับความคิดเรื่อง ปริณทลสาธารณะของ กระจุกุมพี (the Bourgeois Public Sphere) อธิบายพัฒนาการของปริณทลสาธารณะว่า ได้ก่อตัวขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 17 ในอังกฤษ และในศตวรรษที่ 18 ในฝรั่งเศสและเยอรมัน ในเวลาต่อมา หลังจากที่ Ancient Regime เสื่อมอำนาจลง และการที่ชนชั้นกลางเริ่มมีพลังทางเศรษฐกิจ ทำให้ชีวิตทางสังคมมีการแบ่งอาณาเขตอย่างชัดเจนระหว่าง ปริณทลส่วนตัว ปริณทลสาธารณะ และ ปริณทลของผู้ปกครองขึ้นเป็นครั้งแรก

เมื่อมีการขยายตัวของเทคโนโลยีการพิมพ์ ทำให้ปริณทลสาธารณะมีการถกเถียงในเรื่องงานวรรณกรรม (Literary Sphere) ไม่ว่าจะเป็นที่ห้องรับแขก (Salons) ในฝรั่งเศส หรือที่ สภากาแฟ (Coffee House) ในอังกฤษ หรือที่สมาคมโต๊ะ (Table Societies) ในเยอรมัน เป็นพื้นที่ที่ประชาชนแต่ละคนใช้เหตุผลในการสร้างวาทกรรม เกิดสิ่งที่เรียกว่า ความคิดเห็นของสาธารณะชน (Public Opinion) ขึ้นเป็นครั้งแรก Jurgen Habermas ได้อธิบายว่า เป็นปริณทลของกระจุกุมพี

ปรากฏการณ์นี้ได้กลายมาเป็นฐานความคิดที่สำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการมีอยู่ของ “พื้นที่สาธารณะ” และความเข้มแข็งของสังคมพลเมือง (Civil Society) (สุธาริน คุณผล, 2541)

ดังนั้น เมื่อเกิดปริณทลสาธารณะขึ้น จึงมีคำว่า พื้นที่สาธารณะ (Public Space) เกิดขึ้นตามมา เนื่องจากปริณทลสาธารณะนั้น เป็นฐานความคิดของพื้นที่สาธารณะ ที่มีความหมายในการสร้างสรรค์ความเป็นพลเมือง John Stevenson (1998, p.190) มีความเห็นว่า “ปริณทล” นั้นบ่งบอกถึงสภาวะ ซึ่งเป็นนามธรรม ในขณะที่ “พื้นที่” นั้นมีลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ เป็นเพียงการแสดงออกมาเป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งของปริณทลสาธารณะเท่านั้น

นอกจากนี้ พื้นที่สาธารณะยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ต่อสู่ทางการเมืองของชนชั้นกลางด้วย เพราะนอกจากพูดคุยกดกล่าวแล้ว ยังจะเป็นช่องทางในการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ (Public Life) และยังสามารถตรวจสอบรัฐบาลที่กำลังปกครองอยู่ขณะนั้นด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ชนชั้นกลางได้แสดงตัวในฐานะ “พลเมือง” (Citizen) และได้รวมตัวกันเพื่อเป็นช่องทางเข้าไปร่วมกับชีวิตสาธารณะของสังคม

ช่วงดังกล่าวนี้เอง เป็นช่วงเฟื่องฟูของ “พื้นที่สาธารณะ” หลังจากที่ชนชั้นกระฎุมพีได้ชัยชนะแล้ว ชนชั้นกระฎุมพีได้ค่อยๆแปรเปลี่ยนความหมายของพื้นที่สาธารณะจากมิติทางการเมือง เป็นมิติทางด้านเศรษฐกิจสังคม พื้นที่สาธารณะ ที่เกิดขึ้นจึงหมายความว่า “การกำหนดพื้นที่ให้โดดเด่นออกมาจากส่วนอื่นๆ มีองค์ประกอบทางกายภาพที่แน่นอน เช่น สวนสาธารณะ ศูนย์การค้า ร้านอาหาร ฯลฯ ถ้าเป็นในแง่การเข้าถึง เป็นพื้นที่ที่ใครก็สามารถเข้าออกได้โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งวัตถุประสงค์ เพียงแต่ต้องมีกฎกติกาบางอย่าง”

ธีรยุทธ บุญมี (2547) ได้เสนอถึงพัฒนาการในการก่อรูปของพื้นที่สาธารณะไว้ว่า ในช่วงศตวรรษที่ 17-18 พื้นที่เพื่อแสดงอำนาจเหนือสาธารณะของชนชั้นขุนนาง ได้แก่ ปราสาท ราชวัง โดยผ่านงานพระราชพิธี งานเลี้ยง เทศกาล ขบวนพาเหรดต่าง ๆ เริ่มถูกแทนที่ด้วยพื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ของชนชั้นพ่อค้า นายธนาคาร นักอุตสาหกรรมชนชั้นกลาง ปัญญาชนประวัติศาสตร์ของภูมิศาสตร์ยุโรปอาจต่างไปจากที่อื่น คือ บริเวณที่พำนักหรือทำงานของกษัตริย์ ขุนนาง อันได้แก่ ปราสาท พระราชวัง อยู่เขตหนึ่งบริเวณที่พำนักและค้าขายของพ่อค้า ช่างฝีมืออยู่อีกเขตหนึ่ง ซึ่งเดิมคือตลาดที่เคยค้าขายสินค้าอยู่ริมชายขอบอาณาเขตที่ดินของเจ้านาย ขุนนาง และโบสถ์ แต่ต่อมาขยายตัวใหญ่ขึ้นกว่าอาณาเขตของขุนนาง จนเรียกว่า เมือง เมืองของพวกพ่อค้า ช่างฝีมือเกิดใหม่หรือเติบโตขึ้นมาในช่วงกลางของยุโรป ซึ่งเศรษฐกิจและการค้าเริ่มขยายตัว

เช่น เมืองลอนดอน ปารีส อัมสเตอร์ดัม ออกซ์ฟอร์ด โคโลญจน์ ฮัมบูร์ก ยอร์กเลียง บอร์โดซ์ เก็นท์ เป็นต้น เมืองใหญ่ๆ เหล่านี้มักมีสมาคมพ่อค้า ช่างฝีมือ นักธุรกิจ การเงิน ซึ่งออกกฎหมายระเบียบของตนเองได้ จนบางครั้งเกือบเป็นเขตอิสระจากการปกครองของกษัตริย์และโบสถ์ บางเมืองเช่น มิลาน เวนิช ฟลอเรนซ์ ก็มีฐานะเป็นรัฐอิสระมาตั้งแต่ประมาณปลายยุคกลาง เนื่องจากเมือง มีความมั่งคั่งมากขึ้นเรื่อย ๆ อำนาจทางการเมืองก็มีมากขึ้นไปพร้อมๆ กัน โดยบางครั้งเมืองเป็นพันธมิตรกับกษัตริย์เพื่อถ่วงดุลอำนาจกับศาสนจักร บางเมืองสามารถออกกฎหมายได้ว่าไพร่ติดที่ดินคนใดหากสามารถหลบอยู่ในเมืองได้ครบ 1 ปี 1 วัน ก็จะสามารถกลายเป็นอิสระชนได้โดยอัตโนมัติ เป็นต้น เมืองจึงเป็นพื้นที่ของอำนาจที่ก้าวขึ้นมาท้าทายกับพื้นที่อำนาจของวัดและวังมากขึ้นเรื่อย ๆ

ในช่วงตั้งแต่ปลายยุคกลางระบบการแบ่งที่ดินแบบศักดินาเริ่มเสื่อมลง แต่อำนาจของกษัตริย์และการก่อตัวของสำนักความเป็นชาติเริ่มเกิดขึ้น ศาสนจักรเริ่มแสวงความเป็นพันธมิตรกับเมืองของพ่อค่านายธนาการที่มั่งคั่งมีมากขึ้น มีการสร้างโบสถ์วิหาร ในเมืองการค้าเหล่านี้ ตั้งโรงเรียนและมหาวิทยาลัยจำนวนมากขึ้น ในยุโรปซีกเหนือจะมีมหาวิทยาลัยปารีสเป็นศูนย์กลาง ส่วนซีกใต้จะมีมหาวิทยาลัยโบโลญญาเป็นศูนย์กลาง ในศตวรรษที่ 13 University of Oxford, University of Cambridge, Montpellier Salamanca และ Naples ก็เริ่มมีชื่อเสียงตามขึ้นมา ในช่วงต้น นักศึกษาจะจำกัได้อยู่แต่ในวงนักบวช แต่ต่อมาก็ขยายขึ้นสู่ลูกหลานพ่อค้า ช่างฝีมือและชนชั้นสูง ประมาณว่าปลายศตวรรษที่ 15 ทั้งในฟลอเรนซ์และอังกฤษมีประชากรที่อ่านออกเขียนได้มากกว่า 40% จึงนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของการก่อตัวเป็น “ประชาสังคม” ขึ้นมาคานอำนาจกับรัฐของกษัตริย์ต่อมา

นอกจากสถานศึกษามหาวิทยาลัยแล้ว ในเมืองยังมีศาลาว่าการเมือง ที่ประชุมสมาคมพ่อค้า ช่างฝีมือ จัดรัฐเมือง ตลาด โรงงานที่เป็นที่พบปะของผู้คนเพื่อสนทนาและเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารข้อคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ “ประชาสังคม” และ “ปริณทลสาธารณะ” ด้วย

นอกจากเมืองจะปรากฏพื้นที่สาธารณะในรูปแบบของมหาวิทยาลัย ตลาดและองค์กรทางสังคมต่าง ๆ ชีรยุทธ บุญมี ได้เสนอว่ามีพื้นที่สาธารณะรูปแบบใหม่ ๆ ปรากฏขึ้นคือ ห้องรับแขก สโมสร สมาคม ร้านกาแฟ พื้นที่สาธารณะใหม่เหล่านี้ เกิดขึ้นเพื่อทำหน้าที่หลายด้านด้วยกันคือ การคานอำนาจกับกลุ่มต่อรองอำนาจรัฐเดิมการสร้างความคิดทางการเมืองใหม่ จนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองยุโรปซึ่งเกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 18 และประเทศอื่น ๆ ในโลกก็เกิดขึ้นตามหลังมา นอกจากนี้กลุ่มสังคมและภาคสาธารณะยังมีบทบาทในการสร้างความคิด

เรื่องวัฒนธรรม องค์ความรู้ใหม่ องค์ความคิดเรื่องศิลปะ มารยาท ประเพณี และความงามซึ่งแต่เดิมเป็นบทบาทของกษัตริย์ พระ หรือชนชั้นเจ้านายใหม่ด้วย กล่าวโดยนัยยะสำคัญก็คือ กลุ่มประชาสังคมและภาคสาธารณะมีบทบาทเป็นตัวกลางและตัวนำความคิดในการปฏิบัติทั้งทางการเมือง สังคม และวัฒนธรรมด้วย ปัจจัยสำคัญที่สร้างสรรค์ให้เกิดประชาสังคมคือ เกิดประเพณีการอ่านหนังสือ การขบคิดทางชีวิต สังคมการเมืองที่ลึกซึ้งขึ้น สิ่งที่เกิดตามมาคือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์การอ่านซึ่งกันและกัน จนอาจกล่าวได้ว่าระบอบพี ชนชั้นกลาง ชนชั้นพ่อค้า ภัยธรรมชาติ อุทกภัยในยุคนครสวรรค์ที่ 17 - 18 เป็นกลุ่มแรก ๆ ของโลกที่ได้สร้างประเพณีการสรุปปัญหาแก้ด้วยวาทกรรม (Discourse) ไม่ใช่การใช้ความรุนแรงหรืออาวุธ แต่ก็มีบ่อยครั้งที่กระแสความคิดที่ถูกผลิตจากประชาสังคมและภาคสาธารณะไปสู่ความรุนแรงได้ (หทัยรัตน์ ทองสกุล, 2554)

พื้นที่สาธารณะที่สำคัญของสังคมไทยในอดีตที่สำคัญยิ่ง คือ วัด เพราะวัดเป็นพื้นที่สาธารณะที่รวมเอากิจกรรมหลายอย่างของชุมชนเอาไว้ เช่น ศาลาการเปรียญในภาคกลางนั้นเป็นศาลาประชาคมซึ่งพระและชาวบ้านช่วยกันดูแลเพราะเป็นสมบัติชุมชนไม่ใช่กระทรวง มหาดไทย บริเวณวัดยังใช้เป็นพื้นที่จัดงานฉลอง หรือใช้หลบภัย ทั้งภัยที่มนุษย์ก่อขึ้นหรือภัย จากธรรมชาติ การเข้าไปใช้พื้นที่สาธารณะของคนไทยนั้นไม่ใช่เป็นเพราะพื้นที่นั้นเปิดให้เข้า แต่เป็นเพราะพื้นที่สาธารณะได้รวมเอากิจกรรมที่มีประโยชน์และมีคุณค่ากับชีวิต (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2545, น.124 -125)

ภายหลังพื้นที่สาธารณะได้ปรับเปลี่ยนไปเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมในยุคสมัยต่าง ๆ เช่นการ กลายเป็นพื้นที่สำหรับฟังดนตรี เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ย่ำแย่ของคนในเมืองจากระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมและยังรวมไปถึงความมีชีวิตชีวา ชีวิตกลุ่มของคนในเมืองที่สายสัมพันธ์ขาดหายไป พื้นที่สาธารณะจึงเป็นแนวคิดที่จะช่วยทำให้เกิดกิจกรรมขึ้นเรื่อยมา อาทิเช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคม กิจกรรมสำหรับเด็กที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ 2543, น. 173-178)

จากแนวคิดของ Arendt (1958 อ้างถึงใน สุธาริน คุณผล, 2541) เป็นอีกแนวคิดที่ถูกนำมาเป็นพื้นฐานในการพิจารณาพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเห็นว่า พื้นที่ของกิจกรรมพื้นฐานที่เป็นเงื่อนไขของความเป็นมนุษย์ (Vita Activa) นั้น แง่อกเป็นอาณาบริเวณสาธารณะ และอาณาบริเวณส่วนตัว โดยอาณาบริเวณสาธารณะนั้นเป็นพื้นที่ของการปรากฏให้เห็น เป็นอาณาบริเวณแห่งแสงสว่าง ความรุ่งโรจน์และอิสรภาพของการพูด การใช้เหตุผล และการกระทำ ในขณะที่อาณาบริเวณส่วนตัวจะต้องถูกปกคลุมด้วยความมืด และเป็นอาณาบริเวณที่มนุษย์พัฒนาการด้วยความจำเป็นของ

ชีวิต และความเป็นจริงที่จำกัด ให้ความสำคัญของพื้นที่สาธารณะในฐานะที่เป็นพื้นที่ส่วนรวมของมนุษย์ทุกคน เป็นพื้นที่ที่ทำให้มนุษย์ได้ตระหนักถึงการดำรงอยู่ร่วมกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับมิติทางการเมือง (สุธาริน คุณผล, 2541)

ความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัวนั้น เป็นรูปแบบของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่แสดงออกมาในพื้นที่ แต่ไม่ใช่คุณสมบัติ (Characteristics) ของตัวพื้นที่เอง ดังนั้นพื้นที่หนึ่งๆ ย่อมมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจทั้งสองนี้อยู่ร่วมกันเสมอ ความสัมพันธ์ทั้งสองที่ปรากฏในพื้นที่จึงไม่อาจแบ่งเป็นชัดตรงข้าม และในขณะเดียวกันก็ไม่สามารถสลายมารวมกันได้ ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หรืออำนาจการปิดกั้นแยกแยะ (Power of Exclusion) ไม่ใช่สิ่งที่ขัดแย้งกับความคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ แต่เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นที่มีอยู่ในทุกพื้นที่ควบคู่ไปกับความเป็นสาธารณะ (Publicity) หรืออำนาจการเข้าถึง (สุธาริน คุณผล, 2541, น. 193)

วิธีคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะนี้ ทำให้พื้นที่สาธารณะถูกมองว่าเป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ และความชอบธรรมโดยปฏิสัมพันธ์กันตลอดเวลา นั่นคือความเป็นส่วนตัว มีความหมายเท่ากับการมีอัตลักษณ์ (Identity) และความเป็นสาธารณะมีความหมายเท่ากับความชอบธรรม (Legitimacy) แสดงให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะนั้นจะสามารถสร้างทั้งความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัวให้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน

2.3 พื้นที่กายภาพ

นักคิดสายทฤษฎีหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) กลับมองพื้นที่ในฐานะสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่บรรจุไว้ด้วยความหมาย (Coded Space) พื้นที่ทางกายภาพต่าง ๆ เช่น เกาะ ป่า สวนสาธารณะในเมือง หรือพื้นที่ในบ้านเรือนมิได้เป็นเพียงวัตถุหรือที่ว่างหรือสภาพแวดล้อมข้างนอกตัวเราที่มีไว้เพื่อให้คนใช้ประโยชน์เท่านั้น วิธีจัดการพื้นที่เหล่านั้นสะท้อนวิธีคิดที่เรามีต่อพื้นที่ ลักษณะที่ชาวบ้านใช้สอยพื้นที่ในป่าทำให้เราทราบว่าพวกเขามีภาพของป่าในฐานะพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ มีจารีตข้อห้ามและพิธีกรรมซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ คนกับ สิ่งเหนือธรรมชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างคนในหมู่บ้านที่ใช้พื้นที่ป่านั้น ทั้งหมดนี้ทำให้เห็นภาพว่าการนิยามและจัดการกับพื้นที่เกี่ยวข้องกับการที่ปัจเจกนิยามตำแหน่งของตัวเองในสังคมและในจักรวาลวิทยาอย่างไร ความหมายของพื้นที่จึงแยกไม่ออกจากการที่ปัจเจกให้ความหมายกับตนเอง และสิ่งต่าง ๆ (เก็ดถวา บุญปรากฏ, 2551 อ้างอิงจาก อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2543, p.65-66)

มิติต่างๆ ในการศึกษาเรื่องพื้นที่

การศึกษาเรื่องพื้นที่มีหลายมิติคือพื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) พื้นที่ทางสังคม (Social Space) และพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก (Mental Space) ในสวนพื้นที่ทางกายภาพในแขนงวิชาภูมิศาสตร์ มีหลายสายที่สนใจวิธีคิดที่คนมีต่อพื้นที่โดยเห็นว่าเราไม่อาจเข้าใจพฤติกรรมของคนในการจัดการ การควบคุมและใช้พื้นที่ของคนหากไม่ทำความเข้าใจการรับรู้ของผู้คนในเรื่องพื้นที่เป็นอย่างไร (Pile, 1997)

ในวิธีคิดหลังสมัยใหม่ พื้นที่ในมิตินามธรรมคือ วิธีคิดและความรู้สึกในจิตใจไม่อาจแยกออกจากมิติรูปธรรมที่เป็นเรื่องของการจัดการพื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือร่างกายได้ พื้นที่ในสองมิติดังกล่าวเชื่อมโยงด้วยมโนทัศน์ของอำนาจและการนิยาม เมื่อเราให้ความหมายสิ่งต่าง ๆ ด้วยการนิยาม เราจำต้องลากเส้นแบ่งสิ่งนั้นออกจากสิ่งที่ไม่ใช่สิ่งนั้น การสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวเราหรือสิ่งต่าง ๆ จึงสัมพันธ์กับการสร้างความแตกต่างและการลากเส้นเขตแดนของพื้นที่เสมอ วิธีคิดเชิงพื้นที่จึงไม่อาจแยกออกจากการรับรู้เกี่ยวกับตัวตนและการจัดระยะห่างระหว่างเรากับสิ่งอื่น

พื้นที่ในมิติที่เป็นมโนภาพ (Imagery Space) สามารถแสดงออกให้เห็นได้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และสร้างภาพความจริงของสิ่งต่าง ๆ (Representation Space) (Woodward, 1997 ; Hall, 1997 อ้างถึงในเก็ดถวา บุญปรการ, 2551) และยังเชื่อมโยงกับมิติที่เป็นปฏิบัติการและการจัดการพื้นที่ (Practical Intervention of Space) (Foucault 1975 อ้างถึงใน เก็ดถวา บุญปรการ, 2551) ซึ่งชี้ให้เห็นเทคนิคอำนาจเกี่ยวกับพื้นที่หลายชนิด ในการจัดระเบียบร่างกายในสังคมยุโรปยุคสมัยใหม่ การเติบโตของวิชาการทางการแพทย์ได้สร้างองค์ความรู้ที่แยกแยะร่างกายและจิตใจที่เป็นปกติออกจากร่างกายที่เจ็บป่วยหรือผิดปกติ วาทกรรมดังกล่าวปรากฏให้เห็นในข้อเขียนและตำราการแพทย์ต่าง ๆ และยังนำไปสู่การกำเนิดและปฏิบัติการทางสังคม เพื่อจัดการกับความผิดปกติเหล่านั้น เช่น คลินิก และเทคนิคของการเยียวยาผู้ป่วยจิตเวช ทั้งหมดนี้ความรู้เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้รู้สึกว่าการจัดการเหล่านั้นเป็นเรื่องธรรมดาเป็นธรรมชาติหรือสอดคล้องกับธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีเทคนิคการพัฒนาเทคนิคการจัดการพื้นที่ทางกายภาพแบบอื่น ๆ เพื่อควบคุมการเคลื่อนไหวของร่างกาย เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสถาปัตยกรรมของโรงงานอุตสาหกรรม คุณ โรงพยาบาล ให้เอื้อต่อการมองเห็นความเคลื่อนไหวของคนในนั้นทำให้ผู้อยู่ที่นั่นรู้สึกเหมือนถูกจับจ้องโดยปราศจากผู้คน

พื้นที่ในมิติสัมพันธ์กับอำนาจในการนิยามดังกล่าวแตกต่างจากแนวคิดอุดมการณ์ (Ideology) อยู่หลายประเด็นกล่าวคือขณะที่อุดมการณ์ผูกอยู่กับเรื่องจิตสำนึกทางชนชั้น ทั้งที่เป็นทางตรงและทางอ้อม ความคิดเชิงพื้นที่ที่สามารถข้ามทะลุพรมแดนทางชนชั้นได้ เนื่องจากการรับรู้เชิงพื้นที่ของคนเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่เป็นฐานของการรับรู้โลกและยังผูกโยงอยู่กับการรับรู้เชิงร่างกายอีกด้วย การศึกษาในสาย Cognitive Anthropology ชี้ให้เห็นว่ามีตัวแบบการจัดระเบียบการรับรู้ (Schema) ประเภทหนึ่งที่มีใช้การรับรู้ในเชิงภาษา แต่เป็นแบบแผนที่ฝังแน่นเป็นส่วนหนึ่งของร่างกาย (Embodied Schema) และเป็นฐานการจัดระเบียบและให้ความหมายกับประสบการณ์อื่น เช่น การรับรู้เป็นคู่ตรงข้าม ข้างในข้างนอก ข้างบนข้างล่าง (Tanabe, 2000 อ้างถึงใน เกียรติวาท บัญญัติ, 2551) การรับรู้เชิงพื้นที่ยังคงเกี่ยวข้องกับชนชั้น การรับรู้ทางกายภาพที่กล่าวมาสามารถถูกให้คุณค่าและเกี่ยวข้องกับกระบวนการปลูกฝังการจัดระยะห่างทางสังคม เช่น ศีรษะเป็นของสูง เท้าเป็นของต่ำ การหมอบกราบ คลานเข่า พนมมือ จึงเป็นการแสดงความสัมพันธ์ทางสังคมเชิงศักดิ์นิยม อย่างไรก็ตามอำนาจเหล่านี้ได้ครอบงำผู้ปกครองไว้เช่นเดียวกับผู้ถูกปกครอง หากเราผูกอำนาจเชิงอุดมการณ์ไว้กับความจงใจของผู้ใช้อำนาจเราจะไม่สามารถมองเห็นว่า อำนาจแผ่ครอบคลุมซึมซาบไปทั่วได้อย่างไร (Dreyfus and Rabinow, 1986) กลไกการแผ่กระจายอำนาจนี้อยู่นอกเหนือการควบคุมบงการจากคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือชนชั้นใดชนชั้นหนึ่งโดยเฉพาะ การเกิดขึ้นขององค์ความรู้ในวิชาจิตเวชและการแพทย์แขนงต่าง ๆ การออกแบบคุกหรือบ้านเรือนในยุโรปยุคสมัยใหม่อาจสอดคล้องกับผลประโยชน์และรสนิยมของชนชั้นกลาง ซึ่งไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลจากการจงใจครอบงำเท่านั้น

ประเด็นดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างอีกประการหนึ่งของแนวคิดทั้งสอง แนวคิดอุดมการณ์มักผูกอยู่กับข้อตรงข้าม เช่น โครงสร้างส่วนล่าง โครงสร้างส่วนบน หรือจิตสำนึกกับตัววัตถุ โดยที่อุดมการณ์มักถูกมองว่าเป็นเรื่องของจิตสำนึกหรือโครงสร้างส่วนบนที่ถูกกำหนดในส่วนท้ายสุดจากตัวกำหนดเชิงวัตถุ ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับการอธิบายว่า อะไรคือตัวกำหนดพฤติกรรมในเบื้องต้น (Problem of Determination) แนวคิดหลังสมัยใหม่พยายามหลีกเลี่ยงการตอบพินิจในเชิงอภิปราย โดยมุ่งชี้ให้เห็นความซับซ้อนของการกำหนดกันและกันของปัจจัยต่างๆ มากกว่า มโนทัศน์เรื่องพื้นที่จึงเป็นทั้งผลผลิตของสังคมและเป็นปัจจัยหนึ่งของการผลิต และกระบวนการผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางสังคมด้วย ตัวอย่างเช่น เมื่อธนาคารปฏิเสธที่จะให้สินเชื่อแก่ผู้อยู่อาศัยในสลัม การปฏิเสธเป็นผลจากการจำแนกแยกแยะปิดป้ายพื้นที่สลัมให้เป็นที่ซึ่งไม่มีเครดิตที่มั่นคง เป็นพื้นที่

ของความเป็นอื่นในชุมชนเมือง ในขณะที่เดียวกับการปฏิเสธก็เป็นปฏิบัติการต่อกำยำและผลิตซ้ำความสัมพันธ์ที่เหลื่อมล้ำอีกด้วย

พื้นที่กับกระบวนการสร้างภาพความจริง แนวคิด “พื้นที่” นอกจากจะมีประโยชน์ในการช่วยให้เข้าใจความซับซ้อนของการผลิตความหมายแล้ว ตัวมันเองยังเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของการสร้างความหมายอีกด้วย เพราะพื้นที่ในที่นี้ก็คือ “การจัดระยะ” นั้นเองเราอาจแยกพื้นที่ในความหมายของการจัดระยะได้เป็นประเภทหรือระดับต่างๆ กัน 3 ระดับคือ(Pile, 1997, p.154 อ้างถึงใน เก็ดถวา บุญปรากฏ, 2551) พื้นที่ตามที่ถูกนำเสนอในภาพ (Space as Represented) การจัดวางพื้นที่ในกระบวนการสร้างภาพ (Space of Representation) และพื้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมของการสร้างภาพนั้น (Social Space From Which Representation is Made)

พื้นที่กับทฤษฎีความรู้ พื้นที่ในแง่มุมนี้สำคัญมากในทางวิธีวิทยาเพราะเกี่ยวข้องกับ การวางตำแหน่งแห่งที่ระหว่างตัวผู้ศึกษากับสิ่งที่ถูกศึกษา ประเด็นที่มีการถกเถียงกันมากในกลุ่มที่ วิจัยทฤษฎีปฏิฐานนิยม และเป็นประเด็นหนึ่งที่ทำให้วิชาสายสังคมศาสตร์ยืนยันความแตกต่างของ ตนจากวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ส่วนลักษณะสำคัญของทฤษฎียุคปัจจุบันไม่มุ่งค้นหาหรือเสนอภาพ แทนความจริงใด ๆ การศึกษาพฤติกรรมทางสังคมควรถูกแทนที่ด้วยมโนทัศน์ปฏิบัติการใน ชีวิตประจำวัน สิ่งที่เป็นแบบแผนของพฤติกรรมซึ่งเคยเป็นหัวใจของการศึกษามีใช่เป้าหมายอีกต่อไป ความสามารถที่จะดัดแปลงแบบแผนที่มีอยู่ภายใต้เงื่อนไขสถานการณ์เฉพาะต่างหากที่น่าสนใจกว่า การเปลี่ยนจุดเน้นในการศึกษาเกิดจากการเปลี่ยนนิยามมโนทัศน์ปัจเจกตลอดจนความสัมพันธ์ของ เขากับโลกใหม่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นพื้นที่ที่ตัวเชื่อม (Meditative Space) ที่พบได้มากที่สุดหนังสือทฤษฎีสังคมวิทยาร่วมสมัย

สำหรับภายในฐานะพื้นที่ของโลกประสบการณ์นั้นมีมิติที่เกี่ยวกับพื้นที่ที่สามารถศึกษา ได้สองลักษณะคือ ลักษณะแรกศึกษาว่าการรับรู้ลักษณะทางกายภาพของร่างกายเราเองมีส่วนกำหนด มุมมองเชิงพื้นที่ของเราอย่างไร นักภูมิศาสตร์สายมนุษยนิยมบางคน (Sack, 1992) เห็นว่ามุมมองเชิง พื้นที่ของมนุษย์มีลักษณะร่วมของการคิดเป็นคู่ตรงข้าม เช่น การรับรู้เรื่องทิศทางเป็นซ้าย ขวา หน้า หลัง บน ล่าง เหล่านี้เป็นผลมาจากการรับรู้เชิงกายภาพของร่างกายของเราเอง จากนั้น แต่ละสังคมก็ กำหนดค่าแก่การรับรู้ดังกล่าว เช่น ให้ค่าแก่ส่วนศีรษะมากกว่าเท้า การศึกษามิติที่สองเน้นว่าความ รับรู้เชิงสถานที่ในชีวิตประจำวันมีผลต่อการสร้างความรู้สึกและหล่อหลอมความเป็น ตัวฉันอย่างไร Sack เห็นว่า ความรู้สึกเชิงสถานที่ในชีวิตประจำวันมีสองระดับคือ ระดับหนึ่งเป็นการรับรู้จากมิติ

สถานที่เฉพาะหน้าในขณะนั้น เป็นการรับรู้ระดับที่นี้ เดียวนี้ การรับรู้มีอยู่โดยเจ้าตัวไม่ตระหนักชัดจะตระหนักชัดก็ต่อเมื่อบางสิ่งมารบกวนให้รู้สึกผิดปกติ เช่น เราเดินซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตทุกวัน เรารู้ว่าเราอยู่ที่ไหนก็จริง แต่เราไม่ได้ตระหนักถึงตัวระบบในการจัดพื้นที่ของสถานที่นี้ทั้งหมด จนวันหนึ่งเราต้องรอคิวในการจ่ายเงินที่เคาเตอร์นานจนหงุดหงิด เราจึงสังเกตเห็นว่า หากมีการจัดพื้นที่ตรงที่จ่ายเงินเคาเตอร์ใหม่ อาจสามารถตั้งเคาเตอร์ได้เพิ่มขึ้น คนอาจไม่ต้องยืนรอขนาดนี้

การรับรู้เชิงสถานที่เฉพาะหน้ามีบทบาทช่วยสร้างความรู้สึที่เป็นความเคยชินของพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน (Spatial Routinization) ความเคยชินมีประโยชน์ช่วยลดเวลาและพลังงานไม่ต้องกังวลในการตัดสินใจ บ่อยครั้งเกิดเป็นการฝังรากลึกลงกับสถานที่นั้น ๆ คนที่ติดบ้านชอบไปซื้อสินค้าในสถานที่นั้น ๆ จนเคยชิน ประสบการณ์ความรู้สึก ความทรงจำของสถานที่ที่กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นตัวเขา ความผูกพันกับสถานที่อาจขยายวงกว้างไปเป็นความผูกพันกับชุมชน หรือกับชาติได้ การนิยามตนกับพื้นที่ในลักษณะนี้มักมีการนิยาม “เส้นกันพรมแดน” ระหว่างคนในกับคนนอกตามมาด้วย ในแง่พื้นที่จึงสัมพันธ์กับอำนาจ

อีกมโนทัศน์หนึ่งที่เป็นตัวประสานร่างกายในสองมิติที่กล่าวมานั้นคือ มโนทัศน์ปฏิบัติการ (Practice) ที่เน้นการกระทำในชีวิตจริง มโนทัศน์นี้มีนัยสำคัญเกี่ยวกับพื้นที่ เพราะปฏิบัติการเกิดขึ้นในมิติเวลาและสถานที่ที่เฉพาะเจาะจง ด้วยเหตุนี้จึงพบคำว่า ความไม่แน่นอน ของสถานการณ์ (Contingency) สถานการณ์เฉพาะหน้าในขณะนั้น (Situateness) หรือบริบท (Context) ถูกเน้นย้ำบ่อย ๆ ในฐานะตัวเชื่อมระดับการวิเคราะห์มหภาคกับจุลภาค (Alexander, 1987) “พื้นที่” ในฐานะบริบทของการกระทำจึงเป็นมากกว่าองค์ประกอบทางกายภาพหรือฉากหลังพื้นที่หมายถึงสถานการณ์เฉพาะที่มีผลต่ออารมณ์ ความคิด ความรู้สึกของปัจเจก ทำให้เลือกนิยามสถานการณ์ กำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง เขาจะเลือกใช้ประสบการณ์เก่าอย่างไร ดีความอย่างไร ขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างมาก และในทางกลับกัน การเลือกกระทำของปัจเจกก็ส่งผลต่อการสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศของสถานการณ์นั้น ๆ หลังจากการกระทำผ่านไปแล้ว

ประการต่อมา ร่างกายเป็นมิติที่ขาดไม่ได้ของชีวิตประจำวัน การกระทำต่างๆ ในชีวิตประจำวันแสดงออกถึงความเป็นตัวเราในแง่ความสัมพันธ์กับโลก ในการเปลี่ยนแปลงโลก ร่างนี้ก็เปลี่ยนแปลงตนเองไปด้วย มโนทัศน์ Habitus ของ Pierre Bourdieu (1977 อ้างถึงใน เก็ดถวา บุญปรากฏ 2551) เป็นตัวอย่างของประวัติศาสตร์สังคมที่แฝงอยู่ในร่างกาย อาจกล่าวได้ว่ากายเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว กายเป็นพื้นที่เชื่อมต่อของพลังทางชีวภาพ ความสามารถในการใช้สัญลักษณ์และการปะทะ

ประสานของพลังทางสังคมต่าง ๆ ด้วย คนเลือกกระทำและจัดแจงสื่อภาษาภายในขอบเขตความเป็นไปได้ต่าง ๆ ที่มองจากจุดยืนของ Habitus จิตสำนึกคนในปฏิบัติการในชีวิตประจำวันนั้นมีได้เป็นไปโดยการคาดคำนวณอย่างจงใจ หรือเกิดจากแรงขับ

การเน้นเรื่องปฏิบัติการ บูดิเยอร์ถูกวิพากษ์ในประเด็นการให้น้ำหนักกับอิสรภาพของผู้ปฏิบัติการ มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าในการศึกษารสนิยมของชนชั้นกลางในสังคมฝรั่งเศสร่วมสมัย โดยที่เขาให้ความสำคัญมากเกินไปกับความพยายามของคนในการต่อสู้ดิ้นรนให้ได้มาซึ่งอำนาจ สถานภาพและผลประโยชน์ของตนไปตามค่านิยมของสังคมดังกล่าว การเลือกกระทำของคนจึงเป็นเพียงการผลิตซ้ำโครงสร้างความสัมพันธ์และค่านิยมแบบที่เป็นอยู่ มองไม่เห็นความเป็นไปได้ ที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองและตัวระบบไปให้พ้นทิศทางเดิม ที่เป็นเช่นนี้เพราะบูดิเยอร์นิยามทุนในลักษณะที่เน้นการเป็นที่ยอมรับและอำนาจ คือเน้นทุนในความหมายของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมากกว่าทุนในความหมายของความสัมพันธ์ทางการผลิตแบบ Marxism (1993 อ้างถึงใน เก็ดถาวา บุญปรากร 2551)

นักภูมิศาสตร์ที่ได้รับอิทธิพลแนวคิดหลังสมัยใหม่ที่ต้องการเน้นศึกษาศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงของผู้ปฏิบัติการจึงหันมาให้ความสำคัญกับมโนทัศน์การต่อต้าน (Resistance) กลุ่มที่เน้นการต่อต้านในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น เจมส์ สก็อตต์ (Scott) มักให้ความสำคัญแก่จิตสำนึกในการต่อต้านผู้ถูกกดขี่ไม่ว่าการต่อต้านนั้นจะเป็นแบบจัดตั้งหรือซุ่มเร้นก็ตาม แม้ Scott พยายามแก้ไขจุดอ่อนของมาร์กซิสต์ โดยให้ความสำคัญกับสามัญสำนึกในชีวิตประจำวัน เน้นการต่อต้านที่ไร้การจัดตั้ง Moore (1997) เรียกการเสนอภาพการต่อต้านเช่นนี้ว่าทำให้การต่อต้านกลายเป็นเรื่องอุดมคติหรือโรแมนติก

แนวคิดพื้นที่ที่สาม (Third Space) เป็นความพยายามที่จะปฏิเสธการหยุดนิ่งหรือการนิยามอัตลักษณ์ที่ตายตัว พื้นที่นี้ไม่จำเป็นต้องอยู่นอกอำนาจของการกดขี่ เพราะไม่มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจใดที่จะสมบูรณ์ เมื่อพื้นที่ของอำนาจเองก็เลื่อนไหลได้ จึงทำให้เกิดช่องว่างที่ปัจเจกสามารถเคลื่อนไหวในระหว่างพื้นที่ของอำนาจนั้น ๆ ในแง่นี้ ทั้งอำนาจและการต่อต้านจึงไม่เป็นอิสระจากกันและกัน การต่อต้านจึงหมายถึงการไม่ยอมถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดให้ (Dislocation) ซึ่งมียุทธศาสตร์หลายอย่าง เช่น การทำให้เส้นกั้นระหว่างพื้นที่เกิดคลุมเครือสับสนหรือการกระโดดไปมาระหว่างมิติเชิงพื้นที่ระดับต่างๆ ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์ผสมผสาน (Hybrid Identity)

นอกจากพื้นที่ที่จะมีความเป็นนามธรรมมากขึ้น แยกเป็นส่วน ๆ จากประสบการณ์มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่งทำให้พื้นที่รองรับการเติบโตของระบบทุนนิยม คือกระบวนการที่พื้นที่กลายเป็นทรัพย์สินเอกชนและกลายเป็นสินค้า กฎหมายล้อมรั้วในอังกฤษในศตวรรษที่ 18 ถึงต้นศตวรรษที่ 19 ทำให้พื้นที่ที่ชาวบ้านเคยต้อนสัตว์มาเลี้ยง เก็บพืชและหาของป่า ต้องสูญเสียไป ที่ดินที่เป็นปัจจัยการผลิตกลายเป็นสินค้า

การบีบเวลาและพื้นที่คือการที่สินค้าถูกผลิตออกมาสู่ตลาดโลกในเวลาทีรวดเร็วขึ้นและปริมาณที่มากขึ้น ระบบทุนจึงหาทางกระตุ้นใหม่การบริโภคในอัตราที่เร็วและมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย สินค้าประเภทที่จะมีอายุการใช้งานสั้นจะต้องมีการบริโภคซ้ำๆ ถึ่ๆ การบริโภคดีงกล่าวจะเป็นไปได้ต้องอาศัยการควบคุม ความเห็นของรสนิยมของมวลชน สื่อต่าง ๆ จึงมีหน้าที่หลักในการผลิตภาพลักษณ์ Lash and Urry (1994, 193) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับสินค้าในยุคปัจจุบันว่า เน้นเรื่องดีไซน์ หรือรูปแบบภายนอกและเน้นเรื่องอำนาจเชิงสัญลักษณ์มากเป็นที่รู้กันว่าโฆษณาทั้งหลายขายภาพลักษณ์มากกว่าตัวสินค้า (Image as Commodity) การผลิตและการบริโภคภาพลักษณ์ลักษณะเปลี่ยนแปลงวูบวาบฉาบฉวยเช่นกัน ยิ่งกระตุ้นให้คนบริโภคภาพลักษณ์มากเท่าไร สินค้า ก็ขายดีมากขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่งความวูบวาบฉาบฉวยก็ส่งผลด้านกลับทำให้คนมุ่งไขว่คว้าหา อัตลักษณ์ และระบบคุณค่าที่มั่นคงยั่งยืน เราจึงพบกระบวนการสร้างและผลิตซ้ำภาพลักษณ์ที่ฉาบฉวยด้วยอุดมการณ์ และระบบคุณค่าทั้งในแวดวงการเมือง ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

การเชื่อมโยงของสถานที่กับอัตลักษณ์ในขณะที่ระบบทุนนิยมและหลายพื้นที่ โดยทำให้กลายเป็นนามธรรมผ่านระบบการสื่อสาร ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมต่างๆ ที่ออกมาต่อต้านกระแสทุนนิยมมักเน้นการสร้างอัตลักษณ์ในสถานที่ (Place) ที่มีขอบข่ายชัดเจน หมายถึง นัยเชิงสังคมและอุดมการณ์ ไม่ใช่แค่กายภาพ สถานที่มีนัยถึงความผูกพันหยั่งรากกับระบบคุณค่าบางอย่างด้วย ความผูกพันเชิงสถานที่จึงเป็นที่มาของความผูกพันในชุมชน (เก็ดถวา บุญปรการ, 2551)

2.4 พื้นที่ทางสังคม

Lefebvre (1991) นักวิชาการด้านสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส งานของ Lefebvre เป็นงานที่ใช้แนวคิดของมาร์กซ์ (Karl Marx) เป็นหลัก (Harvey 1991, p. 425-443) เช่นเดียวกับที่ มาคัส (Macuse) มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของนักศึกษาในสหรัฐฯ Lefebvre ก็มีบทบาทอย่างสำคัญในการเคลื่อนไหวของนักศึกษาฝรั่งเศสในช่วงปี ค.ศ. 1968

งานศึกษาของ Lefebvre ได้แย้งการแบ่งขั้วระหว่าง 1) แนวคิดแบบ Marxist Humanist Existentialism ของซาร์ต (Jean Paul Sartre) ที่นักศึกษาคณะหลังจะเรียกว่าแนวคิดแบบ “มาร์กซ์วัยเยาว์” (Young Marx) ที่ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขเชิงโครงสร้างน้อยกว่าเงื่อนไขของความ เป็นมนุษย์ที่มีอิสระในการคิด การกระทำ 2) แนวคิดแบบ structuralism ของอัลทูแซร์ (Louis Althusser) หรือที่นักศึกษาคณะหลังจะเรียกว่าแนวคิดแบบ “มาร์กซ์วัยวุฒิภาวะ” (Mature Marx) ที่ ให้ความสำคัญกับโครงสร้างมากเกินไปและละเลยมิติด้านวัฒนธรรม อุดมการณ์ ในฐานะที่มีลักษณะ กึ่งอิสระ (Relative Autonomy) จากโครงสร้าง Lefebvre เสนอให้มองชีวิต ความคิดและความ สนใจของมาร์กซ์เป็น “โครงการ” (Project) ที่มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและไม่สามารถแยก ออกได้เป็นส่วนเสี้ยว สิ่งที่ Lefebvre พยายามทำคือ อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมโดยเชื่อมร้อย ความคิดที่สุดขั้วนี้ด้วยกันโดยการนำมโนทัศน์ที่ว่าด้วย “พื้นที่ทางสังคม” มาใช้

การทำความเข้าใจแนวคิดของ Lefebvre เกี่ยวกับการผลิต สร้างของพื้นที่ (Production of Space) โดยเขาได้ชี้ให้เห็นถึงกรอบแนวคิดพื้นฐานที่ใช้ในการศึกษารวมไปถึง ความหมายของคำว่า พื้นที่ (Space) และพื้นที่ทางสังคม (Social Space) ที่สะท้อนให้เห็นถึงการ ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาในพื้นที่ทางสังคม

Lefebvre ได้นิยามความหมายของพื้นที่ทางสังคมไว้ว่า พื้นที่ทางสังคมนั้นเป็นที่ซึ่ง บรรลุไปด้วยความแตกต่างหลากหลายทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เป็นผลผลิตทางสังคม รวมถึงเครือข่าย และเส้นทางที่ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการแลกเปลี่ยนสรรพสิ่ง และข้อมูล ข่าวสาร การแลกเปลี่ยนดังกล่าวไม่ได้เป็นการแลกเปลี่ยนแต่เพียงสิ่งของเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของการแลกเปลี่ยนเชิงความสัมพันธ์ทางสังคมด้วย (หทัยรัตน์ ทองสกุล 2554, น. 8)

Lefebvre (1991) ใช้นิยามของเฮเกลเรื่อง “การผลิต” อธิบายการผลิตทางสังคมว่า “ความคิด สร้างสรรค์” (Ideas Prodece the World) เฮเกลกล่าวว่าแม้ว่าธรรมชาติจะสร้างมนุษย์ แต่ธรรมชาติ ก็ไม่ได้เป็นผู้กำหนดความเป็นไปทางสังคมเสียทั้งหมด มนุษย์สร้างประวัติศาสตร์ สร้าง

ความรู้ และสร้างสำนักตัวตน ผ่านการต่อสู้และการใช้แรงงาน สำหรับมาร์กซ์และเฮเกล การผลิตไม่ได้มีความหมายแคบเพียงแค่ผลผลิตที่เป็นสิ่งของ และสินค้าแบบนักเศรษฐศาสตร์มอง นักเศรษฐศาสตร์จะเน้นมโนทัศน์ 3 ประการ คือ การผลิต ผลผลิต และแรงงาน ประเด็นปัญหาของนักเศรษฐศาสตร์จึงมีเพียงแค่ว่า ใครผลิต ผลิตอะไร ผลิตอย่างไร ผลิตเพื่ออะไร และเพื่อใคร แต่สำหรับเฮเกลและมาร์กซ์ ตามสายตาของ Lefebvre นั้น การผลิตมีความหมายครอบคลุมถึงการผลิตและการสืบทอดทางสังคม เช่น อุดมการณ์ และ Lefebvre เองได้ขยายความการผลิตออกไปให้ครอบคลุมปริณิถนของการผลิตความรู้ ภาษา และสัญลักษณ์ โดยใช้เรื่อง “การสร้าง/ผลิตพื้นที่” เป็นตัวอย่างรูปธรรม

Lefebvre เสนอว่า พื้นที่ทางสังคมเป็นอาณาบริเวณที่รวมเอาสิ่งที่ถูกสร้างและความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ มาไว้ด้วยกัน พื้นที่ทางสังคมเป็นพื้นที่ที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการผลิตทางสังคม (Social Production) และการสืบทอดทางสังคม (Social Reproduction) กระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมมี 3 กระบวนการที่อาจเสริมหรือขัดแย้งกัน

1. กระบวนการสร้างขอบเขตของสถานที่ (Place) เช่น โรงเรียน คูคลอง โรงพยาบาล และช่อง เป็นต้น
2. กระบวนการสร้างความหมาย หรือรหัสหมายของพื้นที่ (Spatial Code) เช่น พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ที่พักผ่อน ที่ควบคุม ที่อันตราย และที่สวยงาม เป็นต้น กระบวนการนี้มีความหมายมากกว่าการสร้างสถานที่ ความหมายหรือรหัสหมายนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อกำหนดรูปแบบการใช้พื้นที่ (จะใช้พื้นที่นี้ทำอะไรได้บ้าง) กฎระเบียบในพื้นที่ (ใครจะสามารถใช้พื้นที่นี้ได้ ใช้เมื่อไร และอย่างไร)
3. ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Spatial Practices) เป็นปฏิบัติการที่สร้าง (Produce) และสืบทอด (reproduce) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความหมาย/รหัสหมายของพื้นที่

2.5 การงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และตลาด

ในการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และตลาดพบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องพื้นที่และตลาดไว้หลายเรื่อง ดังนี้

งานของยงยุทธ บุรณเจริญ (2545) ได้ศึกษา กระบวนการสร้าง ต่อรองความหมายของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางสังคม : กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม การใช้พื้นที่วัดในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นการสร้าง และต่อรองความหมายของวัดระหว่างเจ้าอาวาส พระสงฆ์ คนในย่านวัด พบว่าความหมายที่กลุ่มคนเหล่านี้สร้างขึ้นมีส่วนที่หนุนเสริมกันคือ การจัดการรายได้เพื่อนำ

เงินมาบำรุงวัด โดยสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ “สาธารณะ” ได้แก่ ลานวัด ส่วนที่ขัดแย้งกันคือ การพยายามสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่มีนัยของ “ความศักดิ์สิทธิ์” จนทำให้พื้นที่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นไม่ได้ ได้แก่ ที่พักสงฆ์ และฌาปนสถานของวัดปทุมคงคา

การใช้พื้นที่วัดทางการศึกษานั้นได้อิทธิพลมาจากคณะสงฆ์ที่มุ่งเน้นการศึกษาปริยัติธรรมสำหรับพระสงฆ์ สามเณร ในขณะที่พระสงฆ์ในวัดให้ความสำคัญกับการศึกษาในด้านอื่นๆ จึงเกิดกระบวนการต่อรองความหมายของวัดในฐานะพื้นที่ทางการศึกษาระหว่างคณะสงฆ์ เจ้าอาวาส และพระสงฆ์สามเณรในวัด จนคลี่คลายมาสู่การประนีประนอมให้มีการศึกษาในรูปแบบอื่นได้ และใช้เกณฑ์การศึกษาด้านปริยัติธรรมมาเป็นเงื่อนไขบังคับ

การใช้พื้นที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา ในปัจจุบันมีนัยสำคัญต่อผู้คนในย่านวัดลดลง พระสงฆ์และฆราวาสที่ให้ความสำคัญกลุ่มหนึ่งได้ต่อรองความหมายของวันสำคัญทางศาสนากับผู้คนในย่านวัดด้วยการจัดงานวันสำคัญทางศาสนาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้คนในย่านวัดที่เข้าร่วมงานกลับให้ความสำคัญเฉพาะ “พิธีกรรม” โดยไม่สนใจในเชิงศาสนา ส่วนวันสำคัญที่วัดสร้างขึ้น เป็นการสร้างความหมายของวัดร่วมกับคนนอกย่านวัด โดยพยายามสร้างความหมายเฉพาะด้านให้กับวัด อาทิ งานฉลองสมณศักดิ์เป็นการใช้พื้นที่วัดเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของคณะสงฆ์ งานพุทธาภิเษกเป็นการใช้พื้นที่ที่วัดที่มีนัยของธุรกิจ

พื้นที่วัดจึงมีความหมายที่หลากหลายผ่านการสร้างและต่อรองของกลุ่มคนต่างๆ ที่เข้ามาใช้พื้นที่วัด ความหมายบางด้านอาจถูกเน้นย้ำให้เด่นชัดขึ้นมาผ่านภาคปฏิบัติการที่เป็นการสืบทอดความหมาย แต่ไม่มีความหมายใดที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จเหนือความหมายอื่นๆ การต่อรองจะยังคงดำเนินต่อไปไม่สิ้นสุด

สำหรับงานของโอปอล์ ประภาวดี (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่องร้านน้ำชา : พื้นที่มีความหมายของคนเมืองนครศรีธรรมราช กรณีศึกษา เขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช พบว่า ร้านน้ำชา เป็นพื้นที่แห่งความหมายที่สำคัญของคนเมืองคอนและอาจล่องไปถึงผู้คนในหัวเมืองภาคใต้ จังหวัดอื่นๆ แม้จะเป็นเพียงพื้นที่เล็กๆ ส่วนหนึ่งในสังคมภาคใต้ หากทว่าพื้นที่แห่งนี้ช่วยสร้างความสมดุลให้จิตใจ และเป็นพื้นที่แห่งการสื่อสารถึงกันในระดับของชุมชน เป็นพื้นที่แห่งการแสวงหาโอกาส สร้างความหมายให้ตัวเองโลดแล่นอยู่ในท่ามกลางอำนาจของประเทศไทย และโลกทุนนิยมแม้เป็นเพียงเสี้ยวส่วนหนึ่งของพื้นที่อีกมากมายหลายๆ พื้นที่ของชีวิตมนุษย์ก็ตามที

นอกจากนี้ ภูริทัต ไชยเศรษฐ์ (2547) ได้ศึกษา ชุมชนป้อมมหากาฬ : การสร้าง และต่อรองความหมาย ในพื้นที่ทางสังคม พบว่า พื้นที่ชุมชนป้อมมหากาฬนั้น ไม่ได้มีเพียงความขัดแย้งระหว่างชาวบ้านกับรัฐเท่านั้น แต่หากยังมีความขัดแย้ง/แตกต่างกันภายในชุมชนดำรงอยู่พร้อมๆ กันด้วย อย่างไรก็ตาม การผลิต/สร้างความหมายของพื้นที่โดยรัฐนั้น เป็นความหมายที่เกิดขึ้นภายใต้แบบแผนทางอำนาจในการกำหนดสร้างพื้นที่ โดยไม่เปิดโอกาสให้ชุมชนที่เป็นสลัมเข้าร่วมในการกำหนด หรือให้มีการสร้างพื้นที่ที่สามารถต่อรองกันได้อย่างใด รัฐได้ลดทอนปัญหาความขัดแย้ง ความแตกต่าง ที่มีอยู่มากมายที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ ให้เหลือเพียงส่วนประกอบที่สามารถจัดการได้ ด้วยกลไกทางกฎหมาย ในขณะที่การผลิต/สร้างและต่อรองความหมายของชาวบ้าน ชุมชนป้อมมหากาฬนั้นเป็นไปอย่างมีพัฒนาการ ที่คำนึงถึงความแตกต่างที่ดำรงอยู่ในชุมชน ความขัดแย้งระหว่างชาวบ้าน เป็นความขัดแย้งที่มีเวทีในการหาข้อตกลงร่วม และเป็นการผลิต/สร้างพื้นที่ที่มีการแสดงออกถึงการดิ้นรนขัดแย้งอำนาจรัฐ ในขณะเดียวกันกับการแสวงหาช่องทางในการประนีประนอมกับโครงการพัฒนาของรัฐ ซึ่งการประกอบกันอยู่ของสิ่งเหล่านี้ นำพื้นที่ของชุมชนป้อมมหากาฬไปสู่พื้นที่แห่งความพร่ามัว/ไม่ชัดเจน

หทัยรัตน์ ทองสกุล (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พื้นที่น้ำชา พื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมของชุมชน พบว่าการเกิดขึ้นและพัฒนาการของพื้นที่น้ำชาในชุมชนคูเต่า พบว่า ชุมชนคูเต่ามีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีกลุ่มคนจีน มุสลิม ไทยพุทธ เข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นวัฒนธรรมการกินน้ำชาจึงถูกนำเข้ามาในชุมชนคูเต่า ทั้งจากคนจีนที่ค้าขายทางเรือ และการหยุดพักตามท่าเรือต่าง ๆ ผู้คนได้มีการซื้อขายสินค้าผ่านท่าน้ำทำให้เกิดร้านค้า โดยเฉพาะร้านน้ำชาที่ถูกนำมาตั้งขายที่ท่าน้ำเช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ จากการขายสินค้าตามท่าเรือ พื้นที่น้ำชาที่รุกเข้าไปในชุมชนและรุกเข้าไปในพื้นที่ของกลุ่มชาวประมง กลุ่มที่รับจ้างกรีดยางพารา การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่านพื้นที่น้ำชา พบว่า เครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นผ่านพื้นที่น้ำชาในชุมชนคูเต่ามีจุดเริ่มต้นจากการพูดคุยถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนโดยตรง จึงได้มีแกนนำในชุมชนนำปัญหาเหล่านี้เข้าไปปรึกษาหาแนวทางแก้ไขในที่ประชุมของชุมชน จึงได้เกิดเครือข่ายต่าง ๆ ขึ้น เช่น เครือข่ายรักษาความปลอดภัยในชุมชน เกิดขึ้นจากปัญหาของยาเสพติด การลักขโมย และการใช้ฉนวนรุนตาลี การระเบิดปลาและการเข้ามาของคนต่างถิ่น เครือข่ายออมทรัพย์ของมัสยิดบ้านเหนือ เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนรู้จักการออม และเพื่อเป็นเงินทุนสำรองให้ชาวบ้านในชุมชนที่เดือดร้อนจากกรณีต่าง ๆ ปฏิบัติการทางสังคมของชุมชนคูเต่า

ผ่านพื้นที่น้ำชา พบว่า พื้นที่น้ำชาในชุมชนทั้งที่เป็นร้านน้ำชา มัสยิด บ้านผู้ใหญ่บ้าน ได้กลายมาเป็นพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมของชุมชนเพื่อนำไปสู่กิจกรรมแก้ไขปัญหาในชุมชน เช่น ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตประจำวันของชุมชน ปัญหาการทำประมงอวนรุน อวนลาก ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้และกลายเป็นชุมชนเข้มแข็งอย่างเช่นปัจจุบัน

จารุวรรณ ขำเพชร (2555) ได้ศึกษา พื้นที่เมืองและชีวิตของคนชอยคาวบอย สุขุมวิท 23 กรุงเทพมหานคร พบว่า พื้นที่เชิงสังคมในชอยคาวบอยที่เกิดจากการขยายตัวของพื้นที่เมือง จึงมองเห็นการต่อสู้ของคนในชนบทพื้นที่เมืองที่มีความแตกต่างทางสถานะสังคมและเศรษฐกิจ มีความไม่เท่าเทียมและความเหลื่อมล้ำทางสังคม ส่วนผู้มีทุนหรืออำนาจก็สามารถสั่งสมทุนและเพิ่มความมั่นคงในเศรษฐกิจและทุนนิยมตามกระแสโลกาภิวัตน์ต่อไปนอกจากพื้นที่แล้วการบีบเวลาและพื้นที่สินค้าถูกผลิตเข้าสู่ตลาด

งานของวาณี เรื่องดิลกรัตน์ (2531) ได้กล่าวถึงวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ตามตลาดนัด: กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐมและพื้นที่ต่อเนื่อง พบว่า จากการรวบรวมข้อมูลด้วยการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนตามอันดับความสำคัญของตัวแปรต่างๆ ได้วงจรมหาสมุทรที่สอดคล้อง 2 ระบบ คือ รูปแบบวงจรเหมาะสมที่สุดระบบวัน และรูปแบบวงจรเหมาะสมที่สุดระบบค่ำ เมื่อนำเอารูปแบบวงจรที่เหมาะสมที่สุดทั้งสองระบบมา เปรียบเทียบกับรูปแบบวงจรสังเกตที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากพ่อค้าเร่ที่เดินทางตามตลาดนัดระบบวัน 28 คน และพ่อค้าเร่เดินทางตามตลาดนัดระบบค่ำ 22 คน ด้วยการทดสอบแบบไค-สแควร์ และการทดสอบค่าซี ปรากฏผลการศึกษาว่า “วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ไม่เป็นไปตามวงจรที่เหมาะสมที่สุด” การศึกษาครั้งนี้จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจเลือกวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ มีองค์ประกอบด้าน ระยะทาง ระยะเวลา เส้นทางคมนาคม ชนิดสินค้าที่ขาย และการเดินทางเป็นกลุ่มตามคำชักชวนของเพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน เข้ามาร่วมด้วยตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างทำเลที่ตั้งตารางเวลานัดหมาย และการกระจายทางพื้นที่ของตลาดนัด การเปลี่ยนแปลงจากตลาดนัดไปสู่ตลาดถาวร เมื่อชุมชนขยายใหญ่ขึ้น และอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อขนาดตลาดนัด

สำหรับในส่วนของการตลาดงานของ ประไพ สุทธิมิตร (2541) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดนัดและลักษณะของตลาดนัดในคาบสมุทรสทิงพระ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดนัดประกอบด้วย ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่วนลักษณะของตลาดปรากฏว่า ตลาดนัดตั้งอยู่ใจกลางชุมชน ส่วนมากจะเป็นแผงลอยอยู่ในที่โล่ง สินค้าที่นำมาขาย

ทั้งสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น ส่วนพ่อค้ามีทั้งคนในท้องถิ่น และคนต่างถิ่น สำหรับผลกระทบปรากฏว่าส่งผลกระทบว่า ส่งผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตามอีกสิบปีต่อมาฉัตรธรรม ธรรมรัตน์ (2551) ได้กลับไปศึกษา ตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา : การวิเคราะห์เชิงพื้นที่ พบว่า ตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2449 เพื่อใช้เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าสำหรับการอุปโภคและบริโภค โดยเริ่มแรกตลาดนัดจะตั้งอยู่ใกล้กับริมคลอง เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่บริเวณคาบสมุทรสทิงพระในอดีต มักตั้งอยู่ริมน้ำ ประชาชนนิยมเดินทางติดต่อกับชุมชนอื่นโดยทางเรือ การค้าขายจึงมักจะเป็นการค้าขายกันทางเรือ พ่อค้าแม่ค้าจะนำสินค้าให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ตามสายคลองต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก จึงมีการตั้งถิ่นฐานบริเวณภายในคาบสมุทรสทิงพระมากขึ้นโดยเฉพาะตามแนวถนน ตลาดนัดในระยะหลังจึงเกิดขึ้นตามแนวถนน

ส่วนวราพร ตันตศิริกุล (2549) ได้ศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชนเขตบางแค พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าในตลาดนัดส่วนใหญ่เป็นหญิงซึ่งมักไปซื้อสินค้าประเภทผักสด ผลไม้ อาหารปรุงสำเร็จและไปซื้อหลังจากเลิกงานแล้ว การไปซื้อสินค้าที่ตลาดนัดเพราะความสะดวกสบายในการเดินทางและมีสินค้าให้เลือกหลากหลายซึ่งตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้งานของ กมลวรรณ ทองอร่าม (2552) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายกับปัจจัยทางการตลาดในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขาย พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-50 ปี และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท 2) ในด้านพฤติกรรมการซื้อและการขาย พบว่า การซื้อส่วนใหญ่ ผู้ซื้อ ซื้อสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สดและอาหารปรุงสำเร็จ และใช้จ่ายเงินในละครึ่ง จำนวน 100-300 บาท ในด้านการขายส่วนใหญ่ ผู้ขาย ขายสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด และอาหารปรุงสำเร็จ และมีรายได้จากการขายแต่ละวัน น้อยกว่า 1,000 บาท 3) ในด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ซื้อและผู้ขาย พบว่า ด้านผู้ซื้อ มีความเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านผู้ขาย มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก 4) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อ ด้านอายุ รายได้ เพศ อาชีพ และตัวแปรปัจจัยทางการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ส่วนด้านผู้ขาย พบว่า ตัวแปรด้านที่พักอาศัย ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับปัจจัยทางการตลาด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สำรวจงานวิจัย พบว่ามีนักวิชาการได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องเสื้อผ้ามือสองไว้หลายเล่ม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาชีวิตของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ดังนี้

เนาวรัตน์ รัตนพลแสน (2543) ได้ศึกษา การศึกษาธุรกิจการค้าเสื้อผ้ามือสอง บ้านหัวแฮต อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การประกอบธุรกิจการค้าเสื้อผ้ามือสอง ส่วนมากเป็นการประกอบธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีขนาดเล็กและมีการดำเนินงานเป็นไปแบบง่ายๆ มีอิสระในการจัดการ ใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุน โดยซื้อเสื้อผ้าจากพ่อค้าคนกลางที่นำมาจำหน่ายที่ตลาดโรงเกลือ ณ จุดผ่านแดนถาวรบ้านคลองลึก อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นเสื้อผ้าที่ประเทศกัมพูชาได้รับบริจาคมาจากประเทศแถบยุโรป อเมริกา เกาหลี ญี่ปุ่น แล้วนำมาจำหน่ายเพื่อนำเงินไปใช้จ่ายภายในประเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสองเพื่อเป็นอาชีพเสริม เสื้อผ้าที่นำมาจำหน่ายเป็นเสื้อผ้าตามฤดูกาล ได้แก่ เสื้อกันหนาว กางเกงลำลอง กางเกงยีนส์ เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น โดยตั้งราคาตามต้นทุนของสินค้า

ผู้บริโภคส่วนมากซื้อเสื้อผ้ามือสองตามฤดูกาล ได้แก่ เสื้อกันหนาว เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต กางเกงลำลอง กางเกงยีนส์ และสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น และนิยมซื้อเสื้อผ้ามือสองในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 09.00-11.00 น. และ 15.00-17.00 น. โดยรู้จักสถานที่จำหน่ายเสื้อผ้ามือสองบ้านหัวแฮต อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จากเพื่อนๆ คนรู้จักและคนคุ้นเคยกัน เป็นการบอกแบบปากต่อปาก ซื้อเสื้อผ้ามือสองที่มีราคา คุณภาพดีเหมาะกับราคา เพื่อสวมใส่เองมากกว่าที่จะซื้อให้บุคคลอื่น และซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน

อรทัย หมื่นพันธ์ (2553) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดจตุจักร พบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองประเภทชุดเดรส ด้วยเหตุผลเพราะราคาถูก เป็นลักษณะชุด

ใส่เล่น/ชุดลำลอง โดยมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อที่ตลาดนัดจตุจักรในช่วงเวลาตอนเย็น ซื้อแบบตามเทรนด์แฟชั่น และปัญหาที่พบในการซื้อเสื้อผ้ามือสองมากที่สุดคือตะเข็บหลุดขาด

เพชรภรณ์ เทียมชัยบุตร (2553) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าชุด (เดรส) ราคาต่อสินค้า 100-300 บาท เหตุที่ซื้อเพราะราคาถูก และมักตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยไม่คำนึงถึงช่วงเวลาที่ซื้อในแต่ละเดือน และนานๆ ครั้งจึงซื้อที่นิยมสั่งซื้อ คือ www.weloveshopping.com ทราบแหล่งสินค้าเว็บไซต์ ค้นหาชำระเงินด้วย วิถีออนไลน์ผ่านบัญชีธนาคาร (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ อายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด โดยจำแนกปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ คือ ด้านสินค้า แตกต่างจากท้องตลาด ปัจจัยราคา คือ ด้านเวลาที่มักซื้อเสื้อผ้ามือสอง ปัจจัยช่องทางการจำหน่าย คือ ด้านแหล่งข้อมูลซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง ปัจจัยส่งเสริมการตลาด คือ ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการซื้อ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อับดุลรอฮิม สาเมาะ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของเยาวชนมุสลิม : กรณีศึกษานักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา จังหวัดปัตตานี พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเยาวชนในปัจจุบัน กำลังเป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขีดจำกัดด้านกำลังซื้อซึ่งส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่าหาเอง แต่ความต้องการการบริโภคนิยมกลับเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและพฤติกรรมการบริโภคนิยมเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแสวงหาแนวทางการแต่งกายที่เป็นภาพลักษณ์แท้จริงของตนเอง สนองความต้องการจะเลื่อนชนชั้นของตนเอง โดยอาศัยรูปแบบการแต่งกายที่มียี่ห้อดัง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายจากต่างประเทศที่มีราคาแพง แทนที่จะผลิตขึ้นมาเองหรือเลือกบริโภคเฉพาะสินค้าที่ผลิตในประเทศ

จากงานศึกษาที่ผ่านมา พบว่า สินค้าเสื้อผ้ามือสอง จะเดินทางจาก ตลาดโรงเกลือ อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสอง จากพื้นที่ขนาดใหญ่ และ พื้นที่อื่นๆ จะเดินทางไปเลือกสินค้า โดยงานศึกษาของ นูรอัยมี หวันชิตนาย และคณะ (2555) ศึกษา ตลาดนัดคลองแวง : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง พบว่า พื้นที่ตลาดคลอง

แฉะ เดิมเป็นพื้นที่ตลาดสดที่ผู้คนมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปประกอบอาหาร ต่อมาพื้นที่ตลาดนัดได้ถูกทำให้กลายเป็นพื้นที่ขายสินค้ามือสอง โดยการเปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้ามือสอง ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ เป็นจำนวนมากจนกระทั่งปัจจุบันเมื่อก้าวถึงตลาดนัดคลองแฉะทุกคนจะมองเห็นอัตลักษณ์และตัวตนตลาดสินค้ามือสอง และเสื้อผ้ากระสอบ ส่วนปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดคลองแฉะในการค้าขายสินค้ามือสอง เสื้อผ้ากระสอบไม่เพียงต้องต่อสู้ต่อรองกับการแสวงหาพื้นที่ในการขายสินค้ามือสอง ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านการใช้จากเจ้าของมาก่อนแล้ว ยังต้องต่อรองกับค่านิยมของผู้ซื้อที่มองว่าสินค้ามือสองอาจมีสิ่งที่ไม่ดีติดมาด้วย ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือหนึ่งไม่ได้ ซึ่งเสี่ยงต่อการขาดทุนตลอดจนการเดินทางไปซื้อสินค้ามือสองที่เป็นเสื้อผ้ากระสอบจะต้องเดินทางไปไกลถึงตลาดโรงเกลือ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายและเสียเวลาในการเดินทางมากกว่า สินค้าชนิดอื่น นอกจากนั้นพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง เสื้อผ้ากระสอบยังต้องต่อรองกับกลไกตลาด และต่อรองกับกฎระเบียบของเจ้าหน้าที่ตำรวจที่คอยเข้ามาควบคุมการนำสินค้ามือสองมาขายในพื้นที่ตลาดนัดคลองแฉะอีกด้วย

3. แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

การทำความเข้าใจกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

สุธาริน คุณผล (2550) ได้อธิบายไว้ว่า สิบกว่าปีที่ผ่านมา ชีวิตประจำวัน (Everyday Life) ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายในแวดวงการศึกษาวัฒนธรรม ทั้งในแง่ที่เป็นวัตถุของการวิเคราะห์ บริบทของการวิเคราะห์ และ/หรือ เครื่องมือในการวิเคราะห์ บทความนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะพูดถึงความสนใจแนวคิดที่ว่าด้วย “ชีวิตประจำวัน” ในงานด้านวัฒนธรรมการศึกษา และเจาะจงลงไปพิจารณาความหมายของ “ชีวิตประจำวัน”

กระแสความสนใจชีวิตประจำวันในแวดวงวัฒนธรรมการศึกษาในช่วงตั้งแต่ปี 1990 เริ่มมาจากปัจจัยหลายอย่าง ส่วนหนึ่งคือจากความต้องการที่จะหันเหจากข้อจำกัดของการวิเคราะห์ที่มองปรากฏการณ์ทางสังคมในแง่ตัวบท สัญญะ (Sign) และภาพแทน (Representation) ตามแนวทางโครงสร้างนิยม โดยกลับมาให้ความสำคัญกับประสบการณ์จริง ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะบริบท และความรู้ที่มาจากสัญชาตญาณ นอกจากนั้นการที่ชีวิตประจำวัน ได้รับความสำคัญในแง่หนึ่งก็สัมพันธ์ อยู่กับความสนใจในสิ่งละอันพันละร้อย เรื่องราวเล็กๆ ของคนเล็กๆ และวิธีคิดที่ว่าเวทีของ

การต่อสู้ไม่ได้จำกัดอยู่แต่การเล่าเรื่องใหญ่ๆ อย่างการเมือง เศรษฐกิจสังคม หรือเรื่องราวที่กว้างยิ่งใหญ่ สลักสำคัญ (Grand Narratives) เท่านั้น

วัฒนธรรมศึกษา เห็นว่าชีวิตประจำวันไม่ใช่เศษของสิ่งที่เป็นสาระในชีวิต แต่เป็นสาระอย่างหนึ่ง ความสนใจ ชีวิตประจำวันในฐานะที่เป็นประเด็นที่ควรนำมาวิเคราะห์ ในวัฒนธรรมศึกษามาพร้อมๆ กับการให้ความสำคัญกับเมืองจุลภาค (Micro-Politic) และขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (New Social Movements) ชีวิตประจำวันในมุมมองของวัฒนธรรมศึกษาจึงมักจะผูกโยงอยู่กับความเป็นอื่น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชายขอบ กลุ่มที่อ่อนแอ กลุ่มที่ถูกกดขี่ และปฏิบัติการต่อต้านแข็งขัน งานด้านวัฒนธรรมศึกษามักจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ชีวิตประจำวันในการวิเคราะห์กลุ่มที่เป็นอื่นในทางสังคมวัฒนธรรม

ในด้านหนึ่ง ชีวิตประจำวันได้รับความสนใจเพื่อที่จะเน้นถึงความสำคัญของความรู้สึกและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่มีส่วนกำหนดความเป็นไปในสังคม ไม่ใช่เรื่องของการครอบงำกำหนดจากโครงสร้างแต่เพียงอย่างเดียว ชีวิตประจำวัน ในความหมายนี้ ปรากฏชัดขึ้นในแวดวงสังคมศาสตร์ ที่ต้องการก้าวพ้นจากแนวคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) และปฏิฐานนิยม (Positivism) ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เรื่อยมาจนถึงทศวรรษ 1980 ปฏิบัติการดังกล่าวสะท้อนออกมาในแนวทางของกลุ่มที่เรียกว่า สังคมวิทยาจุลภาค (Microsociology) ซึ่งเน้นไปที่การหาวิธีอธิบายรายละเอียดของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน กลุ่มนี้ถือว่าในชีวิตประจำวันเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมความคิด และพฤติกรรมของคนในสังคม นอกเหนือจากระบบระเบียบที่กำหนดโดยโครงสร้างใหญ่ ความคิดเรื่องชีวิตประจำวันตามแนวทางของสังคมวิทยาจุลภาคนั้นได้อิทธิพลมาจากนักปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน เพราะถือว่าเป็นความรู้ที่ไม่ได้ผ่านการตรึงตรอง (Unreflexive knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดมาจากความเคยชินเป็นนิสัย และมาจาก “สามัญสำนึก” มากกว่าความรู้ที่เป็นศาสตร์ ซึ่งอ้างอิงหลักการและเหตุผล “ชีวิตประจำวัน” ในความหมายนี้เป็นหน่วยพื้นฐานประสบการณ์ทางสังคม และเป็นประสบการณ์ที่ตายตัว (Bovone, 1998)

การมองชีวิตประจำวันในอีกความหมายหนึ่งเชื่อมโยงอยู่กับกลุ่มที่เรียกรวมกันอย่างกว้างๆ ว่า มาร์กซิสม์ใหม่ นักคิดกลุ่มนี้มองชีวิตประจำวันในฐานะที่เป็นผลผลิตของภาวะทุนนิยมสมัยใหม่ ที่ครอบงำลึกลงไปถึงชีวิตประจำวัน สังคมบริโภคนิยมทำให้ชีวิตประจำวันถูกรอบงำด้วยความไม่แท้ (Inauthenticity) ความแปลกแยก (Alienation) และดาชอื่น (Banality) กลุ่มนี้ต้องการ

ขยายการมองปัญหาของภาวะสมัยใหม่ออกไปจากเรื่องของการผลิต และการครอบงำทางอุดมการณ์ ให้ครอบคลุมไปถึงการบริโภคและการดำเนินชีวิตประจำวัน ที่แต่เดิมมักจะถูกมองว่าไม่สลักสำคัญ แต่ในขณะที่นักคิดจำนวนหนึ่งในกลุ่มนี้ อย่างเช่น นักคิดในสำนักแฟงเฟิร์ต (Frankfurt School) เห็นว่าชีวิตประจำวันถูกยึดครองจนไม่สามารถจะกอบกู้คืนมาได้แล้ว อีกกลุ่มหนึ่งกลับมองว่าถึงแม้ชีวิตประจำวันถูกครอบงำโดยกลไกของภาวะสมัยใหม่จนไร้ชีวิตชีวาจนน่าเบื่อ เหลือแต่กากแดนของความเป็นมนุษย์ แต่ชีวิตประจำวันเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ และยังมีศักยภาพที่จะพลิกฟื้นความมีชีวิตชีวาหรือปลุกจิตสำนึกขึ้นมาใหม่ได้ ชีวิตประจำวัน ในความหมายหลังนี้ปรากฏชัดในงานของมาร์ซิสต์ใหม่อย่าง แอก เฮลเลอร์ (Agnes Heller) ลูกศิษย์คนสำคัญของ จอร์จ ลูกาซ (Georg Lukacs) แห่งสำนักบูดาเปสต์ และองรี เลอแฟบวร์ (Henri Lefebvre) นักคิดชาวฝรั่งเศส

ทั้งสองคนเห็นตรงกันว่าจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับชีวิตประจำวัน เพราะมนุษย์ไม่อาจสมบูรณ์ได้ ถ้าชีวิตประจำวันยังถูกครอบงำโดยจิตสำนึกที่ผิดพลาด และเห็นว่าชีวิตประจำวันไม่ใช่ประสบการณ์ที่แน่นอนตายตัว แต่พลิกผันเปลี่ยนแปลงได้ ในด้านหนึ่งก็เป็นที่ถูกครอบงำจนไร้ชีวิต แต่ขณะเดียวกันก็ยังมีพลังแฝงอยู่ที่จะเป็น จุดเริ่มต้นของปฏิวัติเปลี่ยนแปลง เพื่อนำสู่สังคมในอุดมคติ (Utopia) แต่เฮลเลอร์ให้ความสำคัญกับการหาวิธีศึกษา ชีวิตประจำวัน ในฐานะที่เป็นประสบการณ์ร่วมของมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ เพื่อจะเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และวิธีการที่แต่ละคนทำความเข้าใจกับสังคมนรอบตัว เพราะเธอเห็นว่าความคิดที่มุ่งหวังให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคม ไม่อาจจะมีผลได้ ถ้าเข้าไม่ถึงอารมณ์ความรู้สึกของคนเดินดินกินข้าวแกง

แต่งานของ Lefebvre ให้ความสำคัญกับการหาจังหวะเวลาและปัจจัยที่พลิกให้สถานะของความตายซาก น่าเบื่อหน่ายของชีวิตประจำวันในภาวะสมัยใหม่ กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิวัติเปลี่ยนแปลง Lefebvre เห็นว่าการปฏิวัติจะมีพลังอย่างแท้จริงถ้าเริ่มมาจากเนื้อในของสังคมที่ผู้กร่อน การมอง ชีวิตประจำวันของ Lefebvre อาจเปรียบได้กับเนื้อหาของภาพยนตร์ชุด The Matrix ที่เสนอว่ามนุษย์ถูกครอบงำจากกลไกบางอย่างที่แทรกซึมเข้าไปแทนที่ความจริงจนไม่รู้สึกรู้ตัว การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจากภายในแต่ก็ต้องมีเงื่อนไขปัจจัยภายนอก (ปัญญาชนที่ผูกพันธนาคารด้วยความจำเป็น ในชีวิตประจำวันมากนัก) เข้ามาชี้แนะเพื่อที่มนุษย์หลุดพ้นจากภาพลวงตา เลอแฟบวร์จึงแยกแยะระหว่าง ชีวิตประจำวัน ในความหมายของ Everyday Life/Daily Life หรือ La Vie Quotidienne ในภาษาฝรั่งเศส ซึ่งหมายถึงกิจกรรมที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานในชีวิตมนุษย์ กับ “ความจำเจซ้ำซาก” ที่ Lefebvre ใช้คำว่า Evrydayness หรือ Le Quotidian ซึ่งเป็นสิ่งที่

Lefebvre เห็นว่ามากับภาวะสมัยใหม่ Lefebvre เห็นพ้องกับการเคลื่อนไหวของนักคิดในสายตา Surrealists และ Situationists ที่มองหาความโดดเด่นในความตายนั่นของชีวิตประจำวัน เพื่อแสวงหารูโหว่ที่จะทำให้เห็นแสงทองส่องอำไพของการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ (สุธาริน คุณผล, 2550)

สิ่งที่ de Certeau สนใจก็คือ วิธีการที่ฝ่ายที่อ่อนแอ หรือถูกรวบงำ ใช้จังหวะเวลา และโอกาสที่มีอยู่ ฉวยประโยชน์จากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าเขามองว่าการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของการแย่งชิงและต่อรองความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) ระหว่างผู้กำหนด กับผู้ใช้ ทั้งหมดนี้ไม่ใช่ความสัมพันธ์อย่างเดียว แต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุดในชีวิตประจำวัน และจุดนี้เองที่ de Certeau เห็นว่าทำให้ ชีวิตประจำวัน มีมิติทางการเมือง ในการอธิบายถึงพลวัตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในชีวิตประจำวัน “Strategy” หรือ “ยุทธศาสตร์” หมายถึงการกระทำของอำนาจที่มีฐานที่มั่นชัดเจน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจัดวางความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกวงโคจร “ตรรกะของการเมือง เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของยุทธศาสตร์” ส่วน “tactic” หรือ “อุบาย” หมายถึงการกระทำที่ไม่มีตำแหน่ง แห่งที่ของตัวเอง แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจอาศัยจังหวะและโอกาส ในการฉกฉวยประโยชน์หรือ ต่อรองกับอำนาจ การทำงานของ “อุบาย” เป็นเรื่องชั่วคราว และไม่ได้ครอบครองผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ความสำเร็จอยู่ที่การหาช่องจังหวะเวลาที่จะแปลงสถานการณ์เฉพาะหน้าให้เป็นโอกาส de Certeau ชี้ว่า กิจกรรมในชีวิตประจำวัน มีกระบวนการทำงานของ “อุบาย” แฝงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นในการสนทนา การอ่าน การเดิน การจับจ่ายซื้อของ การทำกับข้าว และอื่นๆ เพื่อช่วงชิง ต่อรอง การจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จุดสำคัญในการอธิบายการทำงานในชีวิตประจำวันของ de Certeau อยู่ที่การที่เขาย้ำเสมอว่าสนใจ “การกระทำ” และ “วิธีการ” Ways of Operating ไม่ใช่ “ผู้กระทำ” (สุธาริน คุณผล, 2550)

เรื่องราวชีวิตประจำวัน

“ชีวิตประจำวัน” ในมุมมองของ de Certeau จึงไม่ใช่เรื่องที่กำหนดขึ้นมาก่อนได้ แต่เป็นเรื่องเฉพาะสถานการณ์ เช่นเดียวกับโอกาสที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นสิ่งที่ไม่อาจจะกำหนดขึ้นมาก่อนได้ด้วยทฤษฎีหรืออุดมการณ์ แต่เงื่อนไขที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ และการฉวยโอกาสที่เอื้ออำนวยให้ในแต่ละช่วงจังหวะเวลาเท่านั้น (Gardiner, 2000, p.170)

การมองว่าความรู้เป็นผลผลิตของวงจรและเครือข่ายของความสัมพันธ์ที่เฉพาะหน้า และเฉพาะสถานการณ์ทำให้ de Certeau การวิเคราะห์ไม่จำกัดอยู่ที่ “องค์ประธาน” และหลีกเลี่ยงการมองความสัมพันธ์ของอำนาจแบบขั้วตรงข้าม (Binary Opposition) แต่ de Certeau กลับใช้คำที่เป็นคู่ตรงข้ามในการพูดถึงการทำงานของชีวิตประจำวันตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การบริโภคร่วมกับการผลิตหรือการพูดถึงความสัมพันธ์ของอำนาจในเชิง “ยุทธศาสตร์” (Strategy) กับ “อูบาย” (Practice) การใช้ความแตกต่างระหว่าง “พื้นที่” (Space) กับ “สถานที่” (Place) ในการอธิบายความสัมพันธ์ของอำนาจในพื้นที่เมืองสมัยใหม่ ฯลฯ จุดนี้เองที่ทำให้ de Certeau โดนวิพากษ์วิจารณ์มากกว่าการนำเสนอสิ่งที่ขัดแย้งกันเอง และไม่อาจก้าวข้ามการแบ่งแยกขั้วตรงข้ามที่ตายตัวระหว่าง “อำนาจ” กับ “การต่อต้าน” ข้อวิพากษ์วิจารณ์นี้หมายรวมไปถึงงานด้านวัฒนธรรมศึกษา ที่นำแนวคิดเรื่อง “ชีวิตประจำวัน” ของ de Certeau ไปใช้ในการวิเคราะห์ “ความเป็นอื่น” (Otherness) ด้วย

ประเด็นหลักที่มักจะถูกโจมตีว่าเป็นจุดอ่อนของแนวคิด “ชีวิตประจำวัน” ของ de Certeau หรือนำแนวคิดไปใช้ในวัฒนธรรมศึกษา ก็คือการมองอำนาจกับการต่อต้านกับคู่ตรงข้ามอย่างตายตัว (Sharp, et al., 2000; Massey, 2000) และเป็นการมองความเป็นอื่นที่ยอมจำนนต่อโครงสร้างอำนาจ ถึงแม้จะพยายามท้าทายหรือก้าวข้าม (Transgress) ความสัมพันธ์ทางอำนาจ แต่ก็เกิดจากการยอมรับโครงสร้างอำนาจนั้นๆ แล้ว ตั้งแต่ต้น (Frow, 1991) จึงเป็นการต่อต้านที่มีพลังจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Morris, 1990) นอกจากนั้น การมองว่า “ผู้ใช้” หรือ “ผู้บริโภค” สามารถที่จะบ่อนเซาะ หรือฉกฉวยประโยชน์จากโครงสร้างอำนาจได้ตลอดเวลาจะเป็นการมองโลกในแง่ดีเกินไป (Morse, 1990)

ในความหมายของ de Certeau ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่เป็นคู่ตรงข้าม (non-Oppositional Binary) แต่เป็นวงจรของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เชื่อมโยง และมีส่วนในการ

กำหนดความหมายซึ่งกันและกัน เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต (Production) กับการบริโภค (Consumption) หรือ Space กับ Place และคู่คำอื่นๆ ที่ de Certeau ใช้ในการพยายามที่จะเข้าวิถีของชีวิตประจำวัน “อุบาย” เกิดขึ้นได้และทำงานอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์กับ “ยุทธศาสตร์” (Highmore, 2002, p.154-159)

ในประเด็นนี้ Buchanan (1997) เห็นว่าการมองความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่จำกัดอยู่ใต้วิถีคิดแบบคู่ตรงข้ามในเชิง Dialectics เป็นหัวใจสำคัญในการที่จะเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับ “ชีวิตประจำวัน” ของ de Certeau และนำแนวคิดนี้ไปใช้ ในการศึกษาการทำงานของอำนาจและการต่อต้านซึ่งขึ้นในวัฒนธรรมศึกษา เขาเห็นว่าประเด็นที่ควร จะพึงระลึกอยู่เสมอในการใช้ แนวคิด “ชีวิตประจำวัน” ของ de Certeau ก็คือ การให้ความสำคัญกับ “Ways of Operating” และใช้คำว่า Strategies กับ Tactics ในความพยายามอธิบาย “ชีวิตประจำวัน” เพื่อที่จะข้ามพ้นข้อจำกัดของการวิเคราะห์การทำงานของอำนาจที่ติดอยู่กับ “องค์กรประธาน” และ การเมืองเรื่องอัตลักษณ์ (Identity Politics) แต่เน้นที่ความสัมพันธ์ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว ระหว่างอำนาจกับการต่อต้าน ไม่ใช่ที่ตัวผู้กุมอำนาจกับผู้ต่อต้าน เพราะฉะนั้น ความเป็นอื่น ในวิถีคิดของ de Certeau จึงไม่ได้ถูกกำหนดไว้ก่อนอย่างแน่นอนตายตัว และไม่ได้เป็นหนึ่งเดียว

อำนาจ และการต่อต้าน ในความหมายของ de Certeau ไม่ได้แยกออกจากกัน ความสนใจใน “ชีวิตประจำวัน” ของ de Certeau ไม่ได้อยู่ที่การมองหาพลังในการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงที่เคยมีอยู่ในชีวิตประจำวัน แต่การถูกรอบงำด้วย “ความแปลกแยก” (Alienation) จากโลกของสังคมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นจุดหมายสำคัญในความคิดเกี่ยวกับ “ชีวิตประจำวัน” ของ Lefebvre สำหรับ de Certeau ชีวิตประจำวันไม่เคยถูกรอบงำได้สนิท

de Certeau สนใจที่จะหาวิธีการที่จะตระหนักถึงความสำคัญของ “ชีวิตประจำวัน” มากกว่าที่จะหาคำตอบว่า “ชีวิตประจำวัน” คืออะไร หรือควรจะเป็นอย่างไร Crang (2000: 149) เห็นว่าแนวคิดเรื่องชีวิตประจำวันของ de Certeau มีประโยชน์ตรงที่เป็นเครื่องมือในการตั้งคำถามกับเหตุผลของความเป็นศาสตร์ที่ครอบคลุมลงไปถึงเรื่องของชีวิตประจำวัน และการศึกษาชีวิตประจำวัน ซึ่งในประเด็นนี้ Buchanan (1997, p.185-186) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่าสิ่งที่ de Certeau ต้องการจะตั้งคำถามในงานเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของเขาก็คือปัญหาในการกำหนด “วัตถุ” ในการศึกษาวิจัยในวัฒนธรรมศึกษา (สุธาริน คุณผล, 2550)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวันได้มีนักวิชาศึกษาไว้หลายท่าน ดังนี้

งานของเก็ดถวา บุญปรากร (2551) ได้ศึกษา ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมชาวมแตงปาดังเบซาร์ไทย-มาเลเซีย พบว่า 1) พื้นที่ในอาณาบริเวณปาดังเบซาร์ไทย-มาเลเซียมีความหมายทางสังคมตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละมิติเวลา ในระยะก่อนการปักปันเขตแดนรัฐ-ชาติ ยังไม่มีเส้นเขตแดน ปาดังเบซาร์เป็นเพียงสถานีการค้า หลังจากมีการปักปันเขตแดนในปี 2452 ระหว่างสยามกับอังกฤษ ทำให้เกิดการสถาปนารัฐ-ชาติสมัยใหม่ พื้นที่ปาดังเบซาร์ที่เคยเป็นพื้นที่เดียวกันได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ทำให้ปาดังเบซาร์มีเขตแดนที่ชัดเจนแน่นอน การค้าในช่วงนี้จึงเป็นลักษณะการค้าชายแดน เมื่อปี 2516-2531 รัฐบาลมาเลเซียกับรัฐบาลไทยได้ร่วมมือกันสร้างตลาดการค้าชาวแตงขึ้น มีผลทำให้เส้นเขตแดนพร่าเลือน ทั้งนี้เนื่องจากการไหลเข้าและไหลออกของผู้คน ผู้ค้า และสินค้าระหว่างเส้นเขตแดนไทย-มาเลเซีย ปี 2532- ปัจจุบัน มีการปิดตลาดการค้าชาวแตงและย้ายช่องทางเข้าออกไปที่แห่งใหม่มีผลทำให้ผู้ค้าในตลาดการค้าชาวแตงและผู้ค้าในตลาดปาดังเบซาร์ไทยได้รับความเดือดร้อน ผู้ค้ามุสลิมจึงต้องหาทางออกโดยการค้าข้ามแดน 2) รูปแบบความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางการค้าของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนปาดังเบซาร์ไทย-มาเลเซีย มีรูปแบบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและหลากหลายพบว่า มีการแต่งงานระหว่างผู้หญิงไทยพุทธกับผู้ชายมาเลย์มุสลิมเป็นรูปแบบที่ข้ามทั้งพรมแดนรัฐ-ชาติ และข้ามพรมแดนทางชาติพันธุ์ ทำให้สามารถเข้าซื้อร้านค้า ที่อยู่อาศัย รวมทั้งได้รับสวัสดิการจากรัฐบาลมาเลเซีย ความสัมพันธ์กับเครือข่ายทางสังคมเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการหาช่องทางและโอกาสในการค้าข้ามแดน การใช้ภาษาในการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ค้า ลูกจ้าง และผู้ซื้อที่มีการข้ามเส้นเขตแดนไปมาตลอดเวลา3) การดำเนินกิจกรรมทางการค้าของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนแล้วแต่เผชิญกับสิ่งต้องห้าม ตามหลักการของศาสนาอิสลาม ทั้งสินค้าราคา ข้ามแดนที่สูงกว่าราคาสินค้าในไทย รูปแบบเสื้อผ้าที่ขัดต่อหลักการของศาสนาอิสลาม การขนส่งสินค้าข้ามแดนที่ต้องลักลอบนำสินค้ามาขายในมาเลเซีย การหลบหลีกการตรวจจับของเจ้าหน้าที่ซึ่งต้องใช้หลากหลายวิธีคือ “กองทัพนมด” “การเตะเข้าเตะออก” และ “การยัดไส้”4) ชาวมุสลิมนิยมบริโภคสินค้าเสื้อผ้าที่นำเข้าจากไทย และได้ให้ความหมายเสื้อผ้าที่สวมใส่ว่าเป็นเครื่องหมายบ่งชี้ ถึงความทันสมัย มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่สูงกว่า เมื่อเทียบกับสังคมมาเลย์ที่สวมใส่เสื้อผ้าในวัฒนธรรมมุสลิมที่มีรูปแบบเรียบง่าย รวมทั้งการปรับใช้เสื้อผ้าเพื่อสวมใส่ให้เหมาะสมกับสถานที่และโอกาสที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามการให้ความสำคัญกับ “ชีวิตประจำวัน” ในงานของทักษิณาร์ ไกรราช (2551) ได้เสนอว่าปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของนักศึกษาพยาบาลชาวไทยมุสลิมจาก 5 จังหวัดภาคใต้ที่ศึกษา ณ วิทยาลัยพยาบาลศรีมหาสารคาม พบว่า นักศึกษาชาวไทยมุสลิมมีวิถีคิดความเชื่อตามหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ด้วยการนับถือพระเจ้าอัลลอฮ์เพียงพระองค์เดียว ไม่มีความเชื่อเรื่องผี เชื่อโลกนี้โลกหน้า ด้วยการปฏิบัติโดยการทำความดี และวิธีการชากาต คือการให้ทานบริจาคแก่ผู้ยากไร้ และการถือศีลอดเพื่อรำลึกถึงคนยากไร้ ที่ได้รับความทุกข์จากการไม่มีอาหารรับประทาน นอกจากนี้มีข้อห้ามเรื่องการรับประทานเนื้อหมู และห้ามสัมผัสสุนัข เนื่องจากเชื่อว่าเป็นสัตว์สกปรก รวมถึงนักศึกษาหญิงชาวไทยมุสลิมถูกกำหนดให้ใส่ผ้าคลุมศีรษะ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ทางเพศแก่เพศตรงข้าม จึงต้องปกปิดให้มีมิดชิด การเชื่อเรื่องพระเจ้าอัลลอฮ์ ทำให้นักศึกษาชาวไทยมุสลิมมีข้อปฏิบัติทางศาสนาเป็นกิจวัตรประจำวัน โดยต้องละหมาดวันละ 5 ครั้ง ด้วยเหตุผลจากความเชื่อ วิถีคิด นำสู่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันอย่างเคร่งครัด แต่การมาศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ในสถานที่ที่ต่างบริบททางสังคม ต่างศาสนา ต่างวัฒนธรรม บางครั้งก่อให้เกิดความคิดที่แตกต่างระหว่างนักศึกษาชาวไทยมุสลิม และนักศึกษาชาวไทยพุทธ รวมถึงอาจารย์บางท่าน ส่งผลให้นักศึกษาชาวไทยมุสลิมสร้างกลยุทธ์ด้วยการต่อสู้ ต่อรอง บางครั้งขัดขืน และปรับตัวตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อการอยู่รอดในสังคมใหม่ที่แตกต่างจากสังคมเดิม

ส่วนงานวิจัยของวันเพ็ญ สุภาจันทร์ (2553) ได้กล่าวถึง การแต่งงานข้ามชาติพันธุ์ : ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันระหว่างไทยพุทธกับมลายูมุสลิม พบว่า การให้ความหมายการแต่งงาน มีผู้ให้ความหมายของการแต่งงานว่า เป็นการเริ่มต้นชีวิตใหม่หลังชีวิตเจอมรสุม การที่ผู้ชายคนหนึ่งเดินเข้ามาในชีวิตร่วมกันฉันสามีภรรยา พูดเรื่องศาสนา ทำให้รู้จักกับพระเจ้าเป็นสิ่งที่พึงทางจิตใจ การแต่งงานไม่ใช่เป็นเรื่องของคนสองคน เป็นการสร้างครอบครัวใหม่ มีความเกี่ยวข้องกับสังคมรอบข้าง การแต่งงานไม่ใช่เป็นเรื่องของคนสองคน แต่เป็นการเชื่อมต่อญาติฝ่ายหญิง เพื่อนที่ทำงาน ญาติพี่น้องสองฝ่าย และคนรอบข้างทั้งสองคน การแต่งงานเป็นการทำตามพระประสงค์ของอัลลอฮ์ (ช.บ.) ชายหญิงอยู่ด้วยกัน โดยไม่มีนิกะห์เป็นสิ่งไม่ดี และยังมีผู้ให้ความหมายที่น่าสนใจว่า การแต่งงานถือว่าการเสียสละ เพราะต้องตัดพ่อตัดแม่ ตัดความสบายของตัวเองที่เคยเป็นอิสระจะไฮไลน์ผมแต่งตัวแบบไหนก็ได้ แต่ต้องมามีกฎระเบียบ การแต่งงานคือการเสียสละเพราะรัก ไม่ผลประโยชน์ใดๆ เลย

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ มาลายูมุสลิมมีอัตลักษณ์ที่ผูกโยงอยู่กับหลักศาสนา และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันอยู่บนพื้นฐานความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรมดั้งเดิม และความเชื่อตามสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ ชาวจีนมีบุคลิกของสาวสมัยใหม่ที่ไม่ได้ยึดติดกับธรรมเนียมประเพณีครอบครัวจีนอย่างเคร่งครัดมากนัก ชาวไทยพุทธ การพูดภาษาถิ่นของตนเอง มีความสำนึกทางชาติพันธุ์เกี่ยวกับความเชื่อตามบรรพบุรุษ

พิธีกรรมการแต่งงานกับการให้ความหมาย พบว่าบางคู่ทำพิธีกรรมการนิเกาะห์อย่างเดียวถือว่าเป็นการแต่งงานที่สมบูรณ์แล้ว อีกคู่มีการจัดพิธีกรรมการแต่งงานแบบผสมผสานคือการกินเหนียวแบบภาคใต้ การนิเกาะห์ และงานเลี้ยงฉลองอย่างใหญ่โต และปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ความศรัทธาบางอย่างเช่นการไม่ไหว้รูปปั้น การเลือกกินอาหารที่มุสลิมด้วยกันทำ ลักษณะการรักษาพรมแดนทางชาติพันธุ์ ไทยพุทธกับชาวจีนยังคงมีความกตัญญู ความเชื่อ ความศรัทธาตามบรรพบุรุษและความสำนึกทางชาติพันธุ์ของตนเอง การลดการรักษาพรมแดน บางครั้งการที่ไม่ได้ปฏิบัติตัวเคร่งครัดตามหลักอิสลาม เช่น การไม่ละหมาดครบห้าเวลา การร่วมงานศพของชาวไทยพุทธที่ไม่ได้เข้าร่วมในพิธีกรรมแต่เป็นการช่วยเหลืองาน การละความเชื่อของคนจีนที่เชื่อในเทพเจ้า เป็นต้น

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์และการต่อรองของแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดน ในพื้นที่อาณาบริเวณชายแดนป่าดงเบซาร์ไทย-มาเลเซีย งานของมารียา บิลและ (2555) พบว่า ในพื้นที่อาณาบริเวณชายแดนป่าดงเบซาร์ไทย-มาเลเซียผู้คนมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และมีการข้ามพรมแดนเกิดขึ้นตลอดเวลา ทั้งพรมแดนของรัฐและพรมแดนทางชาติพันธุ์ แรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่าน การแต่งกาย ภาษา ศาสนา และพิธีกรรม ความเชื่อ อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่เป็นเส้นแบ่งเขตพรมแดน แบ่งแยกกลุ่มแรงงานมุสลิมออกจากกลุ่มอื่นๆ นอกจากนี้มีการให้นิยามความหมายต่อแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดน ว่าเป็นผู้ซื่อสัตย์อดทน ใ้วางใจได้ เกรงครัดในศาสนา มีบางส่วนมองว่าแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนเป็นผู้ที่การศึกษาน้อย และเป็นผู้ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ

การต่อรองเป็นกลยุทธ์ของแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนในพื้นที่ชายแดนป่าดงเบซาร์ พบว่า แรงงานรับจ้างมุสลิมมีการต่อรองกับบ้านเกิด เพื่อเข้ามาสู่เป็นแรงงานรับจ้างข้ามแดนมีการต่อรองกฎระเบียบของรัฐชาติและกฎของตลาดในการข้ามแดนโดยการไม่ประทับตราผ่านแดนอย่างสม่ำเสมอ และหลีกเลี่ยงการทำใบอนุญาตทำงานในมาเลเซีย แรงงานรับจ้างมุสลิมสร้างความไว้วางใจเพื่อต่อรองกับนายจ้าง ใช้ความเป็นคนตรงไปตรงมา และการไม่สามารถพูดภาษามลายูได้ ต่อรองกับแรงงานรับจ้างด้วยกันอีกทั้งแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนต่อรองกับผู้ซื้อโดยการแสดงความไม่เต็มใจให้บริการ และการต่อรองกับศาสนาโดยการแต่งกายที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้วิจัยนำมโนทัศน์หลัก 2 มโนทัศน์ได้แก่ 1) มโนทัศน์ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ de Certeau (1980) 2) มโนทัศน์พื้นที่ของ Lefebvre (1991) มาใช้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในตลาดนัดเกาะหมี่ดังนี้

มโนทัศน์ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ de Certeau (1980) ได้กล่าวถึงเรื่องราวของกลยุทธ์ที่ฝ่ายอ่อนแอ หรือถูกครอบงำใช้จังหวะเวลาและโอกาสที่มีอยู่ ฉวยประโยชน์จากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่า เขามองว่าการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของการแย่งชิงและต่อรองความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) ระหว่างผู้กำหนดกับผู้ใช้ทั้งหมดนี้ไม่ใช่ความสัมพันธ์ทางเดียว แต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุดในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงนำมโนทัศน์ดังกล่าวมาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่มีปฏิบัติการประจำวันในการต่อรองกับเจ้าของตลาด และผู้ค้าคนอื่น ๆ ที่ขายสินค้าทางการเกษตรเพื่อช่วงชิงพื้นที่ในการเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี่ และการสั่งซื้อสินค้าที่มีหลากหลายวิธี การต่อรองกับพ่อค้าคนกลางในการให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ดีและราคาถูกกว่าคนอื่น หรือการต่อรองที่ไม่ต้องวางเงินก่อน ตลอดจนกลยุทธ์ในการขายสินค้าให้สามารถขายสินค้าได้มากกว่าผู้ค้าคนอื่น ๆ

มโนทัศน์พื้นที่ของ Lefebvre (1991) ที่อธิบายไว้ว่า เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นและเชื่อมโยงกับกาลเวลา เนื่องด้วยความเป็นพื้นที่ทางกายภาพ (ตามสภาพภูมิศาสตร์) ของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจะทำให้เห็นประวัติศาสตร์ของพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับสังคมทางการเมืองและลักษณะเฉพาะของทุนนิยม ซึ่งจะนำไปสู่การครอบงำพื้นที่ชนชั้นกลางและนำไปสู่ความขัดแย้ง หรือความเห็นพ้องต้องกันของคนในพื้นที่ในการที่จะใช้พื้นที่ที่ทำการกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะองค์ประกอบหลักของพลังแห่งการผลิตทั้งหลายก็เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทางสังคม (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม) ของมนุษย์ภายในพื้นที่นั้นๆด้วย ผู้วิจัยนำมโนทัศน์นี้มาวิเคราะห์ถึงพลวัตของการเปลี่ยนแปลงตลาดเกาะหมี่ซึ่งเป็นพื้นที่ทางกายภาพที่อยู่ภายในชุมชนที่สัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตลอดจนจุดเปลี่ยนที่ทำให้ตลาดเกาะหมี่ที่เคยเป็นตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตร สินค้าอุปโภค บริโภค ได้กลายเป็นสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งการนำมโนทัศน์พื้นที่ของ Lefebvre มาวิเคราะห์จะทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างบริบททางด้านเศรษฐกิจ สังคมที่มีความสัมพันธ์กับผู้คนในชุมชนที่ส่งผลให้ตลาดเกาะหมี่เปลี่ยนผ่านจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง

2. ผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญได้แก่

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดเกาะหมี และค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี ได้แก่ เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสอง จำนวน 26 คน

2.2 ผู้ให้ข้อมูลรอง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า ทางการเกษตร อุปโภค บริโภค คนที่อยู่ในชุมชนเกาะหมีประมาณ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้กำหนดเครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเพียงแนวคำถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถยืดหยุ่นหรือปรับคำถามตามสถานการณ์ได้ ซึ่งแนวคำถามจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับความเป็นมาของตลาดเกาะหมี กิจกรรมการซื้อขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี วงจรชีวิตของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

3.2 บันทึกภาคสนามเป็นการบันทึกการสังเกต บันทึกแผนที่เดินดิน ผู้วิจัยใช้ในการบันทึกการสังเกตกิจกรรมการซื้อขาย การจัดวางสินค้า กฎระเบียบของตลาดนัดเกาะหมี ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้า แม่ค้า และผู้ที่มาจับจ่ายใช้สอยในตลาดนัดเกาะหมี พ่อค้า แม่ค้า เสื้อผ้ามือสอง ซึ่งจะต้องเดินทางไปซื้อสินค้า กิจกรรมการค้าขาย กิจกรรมการเดินทางของพ่อค้า แม่ค้า ไปค้าขายยังตลาดนัด พื้นที่อื่นๆ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของการวิจัย

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้วิธีดังนี้

4.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ก่อนที่จะขอสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูล แต่ละคนผู้วิจัยได้สร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจกับผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนเลือกสถานที่ที่สร้างความรู้สึกปลอดภัยและสบายใจในการให้ข้อมูลแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่จะเป็นที่บ้านในตลาดนัดรวมถึงช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงานเพราะบางรายเลิกงานเวลา 20.00 น. เพื่อช่วยผ่อนคลายความกังวล เพราะเมื่อผู้วิจัยบอกว่าจะเป็นการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลมีความยินดีให้ข้อมูลแต่จะมีความรู้สึกเกร็งและพูดคุยไม่เป็นธรรมชาติ ผู้วิจัยจึงต้องชวนพูดคุยเพื่อคลายความวิตกกังวล และเมื่อการสนทนาเป็นไปตามธรรมชาติ ผู้วิจัยจะเริ่มคำถามกว้าง และเจาะลึกตามกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้แนวคำถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ท้าววิจัย ผู้วิจัยสัมภาษณ์ในประเด็นของพลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่ และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ส่วนเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยใช้ประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล การหยุดการสนทนาสามารถหยุดได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้ข้อมูล และมีการนัดหมายครั้งต่อไปเพื่อความต่อเนื่องของข้อมูล วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์นั้นผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้กำหนดเอง

4.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยสังเกตสภาพกิจกรรมของตลาดนัดเกาะหมี่ การเดินทางไปซื้อสินค้า การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้เห็นวงจรชีวิต ตลอดจนการสังเกตสภาพโดยทั่วไปของชุมชนที่ผู้ให้ข้อมูลอยู่อาศัย ขอดตามไปที่บ้าน เยี่ยมบ้านเพื่อทำความรู้จักคุ้นเคย กับผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรองในประเด็นการยกระดับตลาดนัดเกาะหมี่จากตลาดสดเป็นตลาดสินค้าเสื้อผ้ามือสอง สังเกตวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม สัมพันธ์ภาพ ของคนในตลาดนัดขณะค้าขาย (วันนัด พุธ-เสาร์) และสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อของจากร้านขายเสื้อผ้ามือสอง ส่วนใหญ่เป็นบุคคลกลุ่มไฉ่วัยรุ่น ผู้ใหญ่ หรือแม่บ้าน และส่วนใหญ่มาจากที่ไหนเป็นคนหมู่บ้านหรือมาจากชุมชนอื่นๆ ใกล้เคียง

4.2.3 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วย เช่น การเข้าไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ช่วยจัดร้าน ในตลาดนัดเกาะหมี่ และอีกทั้งเป็นผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสอง โดยการสังเกตการเจรจาต่อรองในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

4.3 ประสบการณ์การภาคสนาม

ผู้วิจัยขับรถจักรยานยนต์ลงพื้นที่วันแรกเดินทางออกจากหอพักข้างมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เดินทางไปตามถนนทางกาญจนวณิชย์ และพอถึงตลาดนัดก็เดินสำรวจแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองไปทุกร้าน พร้อมกับเดินไปสำรวจจั้นผู้วิจัยเปรียบเสมือนลูกค้าคนหนึ่งที่ได้เดินดู เดินเลือกสินค้า พร้อมกับซื้อสินค้าไปด้วยแต่ยังไม่กล้าคุยกับพ่อค้า แม่ค้าอะไรมากนัก ผู้วิจัยเป็นผู้ซื้ออยู่ประมาณหนึ่งอาทิตย์ พอเริ่มคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมในตลาดนัด และคุ้นหน้าคุ้นตากับพ่อค้า แม่ค้า มากขึ้นเริ่มทักทายกัน เหมือนกับผู้ซื้อกับผู้ขาย จนวันต่อมาสุดท้ายก็มานั่งคุยที่แผงขายสินค้าของผู้ขาย ผู้วิจัยได้แนะนำตัว จากนั้นผู้วิจัยก็ได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การสั่งซื้อสินค้ามาขายของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ประวัติของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองจากการพูดคุยข้างต้นทำให้ผู้วิจัยทราบว่ามาจะเป็นพ่อค้า แม่ค้า และการที่ตัดสินใจมาขายเสื้อผ้ามือสองเป็นอย่างไร

ต่อมาตอนเย็นวันหนึ่ง ผู้วิจัยสังเกตคนเก็บเงินค่าเช่าแผงขายสินค้าแต่ยังไม่กล้าพูดคุยอะไร และได้เดินตามคนเก็บเงินค่าเช่าแผงไปทางสักกระยะหนึ่ง ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเข้าไปคุยด้วยโดยแนะนำตัวเองก่อน และแจ้งวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ถามว่าจะสามารถติดต่อเจ้าของตลาดนัดได้อย่างไร และได้พูดคุยไปสักพักหนึ่ง ดูเหมือนคนเก็บเงินค่าเช่าแผงจะไม่ค่อยมีเวลาในการพูดคุยมากนักเพราะกำลังเก็บเงินค่าเช่าอยู่ และคนเก็บเงินค่าเช่าแผงก็ได้ให้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อกับผู้วิจัย วันต่อมาผู้วิจัยได้โทรศัพท์ติดต่อกับคนเก็บเงินค่าเช่าแผง และได้นัดหมายให้ผู้วิจัยไปเจอที่ตลาดนัดในตอนเช้า ในขณะที่คนเก็บเงินค่าเช่าแผงกำลังซ่อมแซม ปรับปรุงพื้นที่ตลาดนัด จึงบอกให้ผู้วิจัยไปเจอกับพี่ชาย ที่โรงไม้ข้างๆ ตลาดนัด ผู้วิจัยได้เดินทางต่อไปพบกับพี่ชายของบังโสด (คนเก็บเงินค่าเช่าแผง) โดยให้ผู้วิจัยแนะนำตัวกับบังโสดว่า บังโสดแนะนำให้มาหาบังโสดซึ่งเป็นพี่ชาย จากนั้นผู้วิจัยได้พูดคุยไปสักกระยะหนึ่ง ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าเจ้าของตลาดนัดมีกี่คน และการเก็บเงินค่าเช่าแผง ก็เป็นเจ้าของตลาดนัดเหมือนกัน เจ้าของตลาดนัดผลัดเปลี่ยน หมุนเวียนกันเก็บเงินค่าเช่าแผง และผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึง ประวัติความเป็นมาของตลาดนัดเกาะหมี่

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้เดินทางลงพื้นที่ชุมชนเกาะหมี่ อีกครั้งโดยผู้วิจัยได้ไปนั่งร้านน้ำชา และร้านข้าวแกง ซึ่งขณะนั่งรับประทานอาหารผู้วิจัยได้สนทนาพูดคุยกับชาวบ้าน พร้อมกับแนะนำตนเองไปด้วย แจ้งวัตถุประสงค์ให้ชาวบ้านแถวนั้นทราบ ขณะนั่งพูดคุยกับชาวบ้านอยู่นั้น แม่ค้าขายข้าวแกงก็เดินมาได้ยิน แม่ค้าคนนี้ได้แนะนำให้ไปหาผู้นำชุมชนเกาะหมี่ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้เดินทางไปบ้านผู้นำชุมชนที่อยู่บริเวณริมมัสยิดกลางหมู่บ้าน ผู้วิจัยได้แนะนำตัวเองกับผู้นำชุมชน พูดคุยเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในชุมชน และได้ถามถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนเกาะหมี่

4.3.1 ผู้วิจัย วางแผนการทำงาน ทำความเข้าใจเครื่องมือต่างๆ การแต่งกาย บุคลิกภาพ กิริยามารยาทที่ถูกกาลเทศะในการลงพื้นที่ชุมชนเกาะหมี่ และตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อความน่าเชื่อถือ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้านในชุมชนเกาะหมี่ ตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้วิจัยจะลงพื้นที่เพื่อไปพบกับพ่อค้า แม่ค้าในตลาด ได้แก่ แม่ค้าขายผักสด แม่ค้าขายขนมหวาน พ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เจ้าของตลาดนัด คนเก็บเงินค่าเช่าแผง รวมถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย เพื่อพูดคุยแนะนำตัวเองเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และความต้องการ การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการวิจัย

4.3.2 หลังจากลงชุมชนไปสังเกตและสัมภาษณ์สักระยะหนึ่งผู้วิจัยกลับมาถอดเทป และทบทวนงานสนามว่าได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เมื่อตรวจสอบข้อมูลแล้วพบว่ายังมีบางประเด็นที่ยังขาดข้อมูล ผู้วิจัยได้ลงไปในพื้นที่สนามและกลับไปสัมภาษณ์ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง และชาวบ้านหลายคนในชุมชนเกาะหมี่ เพื่อให้ได้ข้อมูลสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5. การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ แนวคิดเรื่องพื้นที่ และแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับสภาพกิจกรรมของตลาดเกาะหมี่ การเดินทางไปซื้อสินค้า การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้เห็นวงจรชีวิต การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการเข้าไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ และอีกทั้งเป็นผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสอง โดยการสังเกตกิจกรรมในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง หลังจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

กำหนดประเด็น : นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สังเกต และข้อมูลจากเอกสารที่รวบรวมแล้วมากำหนดประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จำแนกหมวดหมู่ : นำข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์มาจำแนกหมวดหมู่ที่ได้มาเปรียบเทียบความเหมือน และความแตกต่าง เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและนำมารวมกันเป็นหมวดหมู่

ตีความ : ตรวจสอบความหมายคำสำคัญของกลุ่มคำ หาความสัมพันธ์ของเรื่องราว และสร้างข้อสรุปของข้อมูลนั้นๆ โดยการหาความสัมพันธ์ที่แสดงเงื่อนไขที่เป็นสาเหตุของ

ปรากฏการณ์ บริบท เงื่อนไขการปฏิบัติที่ใช้ในการจัดการปรากฏการณ์ และผลที่ตามมาจากการกระทำแผนที่ความคิดช่วยในการพิจารณาข้อสรุป

สร้างข้อสรุป : นำประเด็นที่ได้จากการอ่านข้อมูลอย่างละเอียดและทบทวนหลายครั้งแล้วนำประเด็นจากข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนมาจัดกลุ่มเพื่อสร้างข้อสรุปย่อยให้ครอบคลุมเนื้อหาที่มีความคล้ายกัน แล้วจึงนำข้อมูลสรุปย่อยหลายๆ ข้อ มาจัดกลุ่มเพื่อนำไปสู่การสร้างข้อสรุปหลักหรือบทสรุป โดยใช้วิธีการสร้างแผนที่ความคิดช่วยในการพิจารณาข้อสรุป และนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

5.2 การตรวจสอบข้อมูล

เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องตรงตามประเด็นหรือไม่ โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า 3 ด้าน ดังนี้

5.2.1 ด้านระยะเวลา ผู้วิจัยสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกันกับบุคคลคนเดียวกัน แต่ต่างเวลาเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จะเหมือนกันหรือแตกต่างกันหรือไม่

5.2.2 ด้านบุคคล ผู้วิจัยใช้วิธีการถามข้อมูลประเด็นเดียวกันแต่ผู้ให้ข้อมูลจะแตกต่างกัน หลาย ๆ คน เพื่อตรวจสอบว่าคำตอบที่ได้จะเหมือนกันหรือแตกต่างกันหรือไม่

5.2.3 ด้านสถานที่ ผู้วิจัยถามข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล ประเด็นเดียวกัน แต่ต่างสถานที่ เช่น ที่ตลาด ที่บ้าน หรือที่อื่น ๆ เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จะแตกต่างกันหรือเหมือนเดิม

6. เนื้อหาวิทยานิพนธ์โดยสังเขป

6.1 บทนำ นำเสนอถึงที่มาและความสนใจในการศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ในพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลาตลอดจนคำถามหลักในการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและนิยามศัพท์เฉพาะ

6.2 การสืบค้นเอกสารเกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาตลาดนัดเกาะหมี่ : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ได้มีการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พื้นที่ตลาดนัด แนวคิดเรื่องพื้นที่ และแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

6.3 วิธีดำเนินการวิจัยได้นำเสนอ พื้นที่ในการวิจัย ผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนั้นยังมีการวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล

6.4 ผลและการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำเสนอเป็นสองประเด็นตามวัตถุประสงค์ โดยจำแนกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

6.4.1 พลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นระยะของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) ระยะที่สองเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) ระยะที่สามเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556)

6.4.2 ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ โดยนำเสนอเป็น 6 ประเด็น คือ 1) กว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง 2) ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ตลาดนัด 3) การช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อให้มีแผงขายสินค้า 4) การสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง 5) การขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน 6) ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

6.5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ นำเสนอข้อสรุปที่ค้นพบให้เห็นถึงปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่

ผลและการวิเคราะห์

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการศึกษาคือ พลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ (ปี พ.ศ. 2496-2556) และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ดังนี้

1. พลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอเกี่ยวกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นสามระยะ คือ ระยะแรกเป็นระยะของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) ระยะที่สองเป็นระยะของการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) ระยะที่สามเป็นระยะของการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ระยะของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518)

ในส่วนนี้เป็นประเด็นของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้พื้นที่การแลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะมีการนัดหมายนำผลผลิตทางการเกษตรมาแลกเปลี่ยน โดยแรกเริ่มเดิมทีใครมีผลผลิตทางการเกษตรเหลือกินเหลือใช้ เช่น ทำนาได้ผลผลิตส่วนหนึ่งเก็บไว้กินตลอดทั้งปี ส่วนหนึ่งแบ่งปันญาติพี่น้อง ปีไหนทำนาได้ข้าวเยอะมีเหลือเก็บไว้มากก็เลยคิดว่าน่าจะได้มีการแลกเปลี่ยนกับคนอื่น ๆ ในชุมชนบ้าง เช่น คนที่ปลูกพืชผัก ผลไม้ หรือจับปลาได้จำนวนมากได้นำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งบางคนจะนำเสื้อผ้า ปลา ผักผลไม้ เดินตามบ้านไปขอแลกเปลี่ยนข้าวต่อมานายโليب ลียะโอะ ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนในสมัยนั้น มีความคิดว่าควรที่จะมีสถานที่ในการแลกเปลี่ยนสิ่งของจึงได้สละที่ดินของตน และเชิญชวนชาวบ้านในชุมชนเกาะหมี่ ให้ออกมาค้าขายสินค้า จึงกำหนดวันนัดขึ้นในวันเสาร์ กิจกรรมการค้าขายเริ่มแรกของตลาดนัดเกาะหมี่นั้น พ่อค้าแม่ค้าจะเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ที่ชุมชนเกาะหมี่ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่แล้วได้จากผลผลิตทางการเกษตร เป็นการแลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตร ที่เหลือกิน เหลือใช้ ในครัวเรือน ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าที่มาขายสินค้าโดยที่ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่ อีกทั้งยังช่วยเหลือคนในชุมชนให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าในตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่ และซื้อสินค้าในราคาถูกอีกด้วย

ชุมชนเกาะหมีก่อตั้งขึ้นเริ่มแรก มีจำนวนครัวเรือนประมาณ 50 ครัวเรือน ประชากรเกือบทั้งหมดนับถือศาสนาอิสลาม ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมีก่อนมีการตั้งถิ่นฐานอย่างเบาบาง และกระจาย ประกอบอาชีพเกษตรกร ทำสวนยางพารา ทำนา สมัยก่อนมีการค้าขายในชุมชน โดยมี นายโสบ สียะโอะ ซึ่งเป็นอดีตกำนัน ตำบลคลองแห มีความคิดริเริ่มที่จะช่วยเหลือประชาชนให้มี รายได้จุนเจือครอบครัว สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนในพื้นที่ จึงมีการจัดตั้งตลาดนัดขึ้น เพื่อจะให้คน ในชุมชน มาแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตลาดนัด เพื่อความสะดวกของคนในชุมชน โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อ สินค้าที่ตลาดในเมือง อำเภอหาดใหญ่ (ชาติเมาะ, สัมภาษณ์ 7 สิงหาคม 2556)

การรวมกลุ่มกันนัดของชุมชนมุสลิมดั้งเดิมในชุมชนเกาะหมีก่อนพบว่า ตลาดนัดเกาะหมีก่อตั้งขึ้นในช่วง พ.ศ. 2496 บริเวณลานริมถนนกาญจนวนิชย์ (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) ตลาดนัดเกาะหมีก่อตั้งอยู่ในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จัดตั้งให้มีวันนัดในวันเสาร์ ทุกสัปดาห์ ใช้พื้นที่ของนายโสบ สียะโอะ เนื้อที่ประมาณ 2 ไร่ ซึ่งนายโสบ สียะโอะ เป็นเจ้าของ ตลาดนัด ใครมีสินค้าทางการเกษตรที่เหลือกิน ในครัวเรือนก็นำมาวางขายกันภายในชุมชน ตลาดนัด เกาะหมีก่อนเมื่อแรกเริ่มเปิด มีคนมาขายสินค้าประเภทผลผลิตการเกษตร มีผู้คนมาขายสินค้าประมาณ 20-30 คน พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีก่อนเป็นการตั้งแผงมีขายสินค้าได้ต้นยางพารา ผู้ค้าก็เป็นคนที่อาศัยอยู่ใน ชุมชนเกาะหมีก่อน พ่อค้าแม่ค้าเหล่านี้นำสินค้ามาขายทุกวันเสาร์ของสัปดาห์ มาขายตั้งแต่เช้า แต่การขาย สินค้าในขณะนี้มีการขายไม่นานนัก ประมาณ 2-3 ชั่วโมงก็เลิกขายแล้ว เพราะผู้ซื้อส่วนใหญ่แล้วเป็น คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมีก่อนนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คนภายนอกชุมชนมากนักดังคำให้ สัมภาษณ์ของก๊ะเต๊ะ และนุระฮียะนี ได้กล่าวถึงสภาพก่อนจะเป็นตลาดนัดเกาะหมีก่อน (บังเสวด, สัมภาษณ์วันที่ 1 สิงหาคม 2556)

“...พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีก่อนดั้งเดิม เป็นสวนยางพารา นำสินค้ามา ขายกันใต้ต้นยางพารา ต่อมาการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมีก่อนเป็นที่รู้จักจากคน ภายนอกชุมชนมากขึ้น พ่อค้าแม่ค้า เร่ตามตลาดนัดอื่น ก็เข้ามาขายใน ตลาดนัดเกาะหมีก่อนมากขึ้น เจ้าของตลาดนัดจึงได้ขยายพื้นที่ เพื่อรองรับ พ่อค้าแม่ค้า โดยการโค่นต้นยางพารา แล้วถมดิน สร้างแผงขายสินค้าด้วย หลังคาสังกะสี เพื่อให้พ่อค้าแม่ค้า เข้ามาค้าขาย...”

(ก๊ะเต๊ะ, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

“..สมัยก่อนเป็นสวนยางทั้งสองข้างทาง ถนนแดง พ่อค้าแม่ค้า
ก็มาขายของกันใต้ต้นยางพารานั้นแหละ...”

(นุระฮัยนี, สัมภาษณ์วันที่ 21 สิงหาคม 2556)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ค้าได้ใช้พื้นที่สวนยางพาราซึ่ง
เจ้าของได้จัดสรรให้นำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขาย สินค้านำมาวางขายก็จะเป็นผลผลิตทางการเกษตร
ที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน และสินค้าที่หาเองตามธรรมชาติ เช่น ผักป่า หน่อไม้ อาหารทะเล
กุ้ง หอย ปู ปลา และปลาน้ำจืดที่ได้จากท้องไร่ท้องนา ใครมีสินค้าอะไรก็นำมาวางขาย ราคาขายก็
จะไม่แพง การค้าขายในช่วงแรกนี้เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้ากันภายในชุมชน ดังคำสัมภาษณ์ของน้านิม
และบังเลาะดังนี้

“...สมัยก่อนพ่อค้าแม่ค้าที่มาขายของในตลาดนัดเกาะหมี
ประมาณ 20 คนเอง มีไม่มากเหมือนสมัยนี้ ปัจจุบันนี้พ่อค้าแม่ค้า จาก
ภายนอกชุมชนเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก...”

(น้านิม, สัมภาษณ์วันที่ 15 สิงหาคม 2556)

“...สมัยก่อนสินค้าที่นำมาขายในตลาดนัดเกาะหมี ก็จะเป็นสินค้า
ผลผลิตทางการเกษตร ไม่เหมือนสมัยนี้ มีสินค้าให้เลือกมากมาย อยากรได้
อะไรต้องมาที่ตลาดนัดเกาะหมี มีครบทุกอย่าง...”

(บังเลาะ, สัมภาษณ์วันที่ 15 สิงหาคม 2556)

1.2 ตลาดนัดเกาะหมีกับการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518- 2543)

ในระยาะที่สองนี้ ส่วนที่สำคัญ คือ กรมทางหลวงชนบทได้สร้างถนนกาญจนาภิเษม
ตัดผ่านกลางชุมชนเกาะหมี เชื่อมต่อระหว่างถนนกาญจนาภิเษมกับถนนลพบุรีราเมศวร์ จึงทำให้มีผู้ค้า
เข้ามาขายสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน และอาหาร เป็นระยะที่คนเข้ามาแลกเปลี่ยนสินค้ากันมากขึ้น
จนทำให้ต้องขยายตลาดให้กว้าง และเป็นระบบมากขึ้น จากการศึกษาพบว่า ช่วงนี้ตลาดนัดเกาะหมี
เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนจากภายนอกชุมชนเพิ่มมากขึ้น พ่อค้าแม่ค้าต่างก็เข้ามาลงทะเบียนกับเจ้าของ
ตลาดนัด เพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตนเองในตลาดนัด จากเดิมที่มีพ่อค้าแม่ค้า 20-30 คน มาถึงปัจจุบันนี้

พ่อค้าแม่ค้า 50-60 คน มีความหลากหลายของสินค้า ระยาะนี้้นนอกจากเป็นผลผลิตทางการเกษตรแล้ว ยังเพิ่มพ่อค้าแม่ค้าเร่ที่มาจากที่อื่น มาขายสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน

พ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกชุมชนขนส่งสินค้าพร้อมๆ กับการเดินทางมาขายสินค้าด้วย รถไฟที่อยู่ข้างๆ ตลาดนัดเกาะหมี่ ที่เปิดให้เดินรถในพ.ศ. 2456 เส้นทางรถไฟสายหาดใหญ่-สงขลา มีสถานีหยุดรถ จอดรับ-ส่งผู้โดยสาร สถานีหาดใหญ่ สถานีคลองแห สถานีคลองเปล สถานีเกาะหมี่ สถานีตลาดน้ำน้อย สถานีกลางนา สถานีพะวง สถานีน้ำกระจาย สถานีบางदान และสถานีสงขลา เป็นขบวนการรถธรรมดา เคยเก็บค่าโดยสาร 50 สตางค์ ไปจนถึง 2 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางใกล้หรือไกลในการเดินทาง

“...สมัยก่อนขึ้นรถไฟมาขายของที่ตลาดนัดเกาะหมี่ มาตั้งเช้า กลับเที่ยง ขายของหมดหรือไม่หมด ก็ต้องเดินทางกลับบ้าน เพราะว่ารไฟมาเป็นเวลา...”

(ป่าเอียด, สัมภาษณ์วันที่ 30 ตุลาคม 2556)

“...ถึงเวลารถไฟมาถึงสถานีเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้าต่างก็รีบวิ่งขึ้นรถ แย่งกันขึ้นรถไฟ เพราะจะได้จับจองที่นั่งและที่วางของ บางครั้งมาช้าที่นั่งเต็มยืนตลอดทาง...”

(ป่าเพลิน, สัมภาษณ์วันที่ 30 ตุลาคม 2556)

อย่างไรก็ตามในช่วงนี้ชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้มีการสร้างถนนหลายเส้นตัดผ่านในชุมชนที่เชื่อมโยงกับชุมชนใกล้เคียงเป็นถนนเล็กๆ การคมนาคมสะดวกมากขึ้น ต่อมาการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้หยุดเดินรถเมื่อ พ.ศ. 2521 จากเดิมที่พ่อค้าแม่ค้าเดินทางมาขายสินค้ายังตลาดนัดเกาะหมี่ด้วยรถไฟ ได้หันมาเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ไม่ว่าจะเป็นรถเมล์ รถสองแถว รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ส่วนตัว ขณะที่ถนนบริเวณรอบๆ ตลาดนัดเกาะหมี่มีลักษณะ ถนนลูกรัง ในช่วงแรกที่มีการก่อตั้ง

ตลาดนัดเกาะหมี่เริ่มขยายตลาด ด้วยการโค่นต้นยางพารา ปรับพื้นที่ให้มีความสะดวกแก่ผู้ค้า และผู้ซื้อ มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน โซนที่มีหลังคานั้นจะมุงหลังคาด้วยสังกะสี เพื่อความทนทาน ส่วนขนาดของโซนแต่ละโซน มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร ปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมี่มีพื้นที่ทั้งหมด 7 ไร่ ตลอดจนการขยายตัวของเมืองไปตามชนบท บรรดา

พ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกชุมชนเขาจับจองพื้นที่ ลงทะเบียนกับเจ้าของตลาดนัดเป็นจำนวนมาก การค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นไปอย่างคึกคัก เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่คนปัจจุบันคือ บังโรจน์ บังโสด บังเสวต บังเนาะ ก๊ะยาญ ก๊ะยะ และก๊ะตะ ได้เปิดตลาดนัดให้ขายทุกวัน ตั้งแต่เวลา 14.00 น. เป็นต้นไปจนถึงค่ำ ของทุกวัน (บังโสด, สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2556)

สำหรับวันเวลาของตลาดนัดเกาะหมี่พบว่า จากเดิมที่มีวันเสาร์ เป็นวันนัดแค่วันเดียว ก็เพิ่มขึ้นให้มีอีกหนึ่งวันคือวันพุธ ซึ่งนายเจ๊ะนิ เป็นผู้ดูแลตลาดนัดเกาะหมี่รับช่วงต่อจาก นายไสับ สยะโอะ๊ะ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดนัดเกาะหมี่เกิดจาก การค้าขายที่มีสินค้าเพิ่มมากขึ้น จากพืชผัก อาหารทะเล กุ้ง หอย ปู ปลา จนเป็นที่ขึ้นชื่อว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ มีปลาสดๆ ผักปลอดสารพิษ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากขึ้น ทำให้พ่อค้าแม่ค้า จากภายนอกชุมชน เข้ามาจำหน่ายสินค้าจำนวนมากในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

การจ่ายค่าเช่าพื้นที่ในการขายสินค้า จากการสัมภาษณ์บังโรจน์ (สัมภาษณ์วันที่ 12 กันยายน 2556) พบว่า พ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด ทุกคนจะต้องจ่ายค่าเช่าที่ขายสินค้าในตลาดนัด เกาะหมี่ โดยการจ่ายรายวัน วันละ 80-100 บาท และจะต้องจ่ายรายปี ปีละ 2,000-3,000 บาทต่อปี ให้กับเจ้าของตลาด การจ่ายค่าเช่ารายวันนั้นเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่เก็บเงินค่าเช่าแผง ในแต่ละแผง ทุกวัน และรายปี พ่อค้าแม่ค้าต้องจ่ายภายในเดือนมกราคม-มีนาคม

ส่วนการจัดโซนสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน และโซนประเภทของสินค้า เช่น โซนสินค้าประเภทเสื้อผ้ามือสอง โซนสินค้าประเภทพืชผัก โซนสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ และโซนสินค้าประเภทของเบ็ดเตล็ดทั่วไป (สมพร, สัมภาษณ์ 10 กันยายน 2556)

1.3 ตลาดนัดเกาะหมี่กับการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556)

ในระยะที่สามนี้ถนนกาญจนาภิเษก และถนนสายต่างๆ ในชุมชนได้ปรับปรุงทำเป็นถนนลาดยางขึ้นใน พ.ศ. 2543 ถนนลาดยางทำให้ผู้คนจากต่างถิ่น มาขายเสื้อผ้ามือสอง 2-3 ร้าน เนื่องจากยังไม่มีการค้าเสื้อผ้ามือสอง ประกอบกับการค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดคลองแงะกำลังเป็นที่นิยม จึงทำให้ผู้ค้าพยายามที่จะเปิดตลาดใหม่ ผู้ค้าบางส่วนที่มาจากตลาดคลองแงะ และมาจากที่อื่น เข้ามาค้าขายเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการค้าเสื้อผ้ามือสอง ปี พ.ศ. 2549 เริ่มมีผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายเพิ่มมากขึ้น 10-20 ร้าน ในช่วง ปี พ.ศ. 2552 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทยอยเข้ามา

ประมาณ 20-30 ร้าน จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2556 ผู้เสื้อผ้ามือสองมี 30-40 ร้าน ในพื้นที่ตลาดนัด เกาะหมีพบว่า ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้ครอบครองพื้นที่ตลาดครึ่งหนึ่งของตลาดนัดเกาะหมี ผู้ค้าผลผลิตทางการเกษตร และสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือนถูกถอยร่นไปอยู่ด้วยกัน บริเวณริมถนนซึ่งเป็นที่สัญจรของยานพาหนะ เต็มไปด้วยร้านค้าเสื้อผ้ามือสอง

กิจกรรมค้าขายเสื้อผ้ามือสองในช่วงนี้เป็นไปอย่างคึกคัก กลุ่มผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองเข้ามาค้าขายในตลาดนัดเกาะหมีเป็นจำนวนมาก มีทั้งพ่อค้าที่เร่ขายสินค้าไปตามตลาดนัดต่างๆ และผู้ค้าที่ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จึงทำให้ตลาดนัดเกาะหมีเปลี่ยนจากการขายผลผลิตทางการเกษตรมาสู่สินค้าเสื้อผ้ามือสองได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้คนนิยมเสพลินค้าแบรนด์เนมกันมากขึ้น แต่ไม่สามารถเข้าถึง จึงหันมานิยมซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านเสื้อผ้ามือสอง

จากเดิมที่มีวันนัดแค่สองวัน คือวันเสาร์กับวันพุธ เปิดขายสินค้าตั้งแต่หกโมงเช้าไปจนถึงเที่ยง ปัจจุบันนี้ตลาดนัดเกาะหมีเปิดขายสินค้าทุกวัน ตั้งแต่เวลาบ่ายสองโมงเป็นต้นไปจนถึงค่ำ ผู้ค้าจากสามจังหวัดชายแดนใต้ เข้ามาค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นจำนวนมาก เริ่มแรกการเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี ของพ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง โดยการติดต่อเจ้าของตลาด เข้าพื้นที่สำหรับวางแผงขาย การจัดแผงเพื่อการจำหน่ายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี พ่อค้าแม่ค้าจะต้องเริ่มต้น โดยการปกรมค้นใหญ่ลงบนแท่นหิน จัดวางให้ครอบคลุมอาณาบริเวณแผงของตนเอง แล้วโยงระหว่างเสาของร่มทุกต้น ด้วยราวเหล็ก จากนั้นจึงนำสินค้าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แปกและสวยงามมาแขวนบนก้านร่มและราวเหล็ก เพื่อเป็นตัวอย่างที่จะดึงดูดความสนใจลูกค้า หลังจากนั้นขนาดของครอบครัวผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทั้งหลาย ก็ขึ้นอยู่กับรายได้ที่จะมาจากสินค้าที่อยู่ใต้ร่ม และแขวนบนราวเหล็กของเขา สำหรับราคาขายเสื้อผ้ามือสองเริ่มต้นกันตั้งแต่หลักสิบไปจนถึงหลักร้อย ซึ่งราคาก็ไม่แพงมาก สามารถที่จะต่อรองราคากันได้ ขึ้นอยู่กับศิลปะบวกกับฝีมือลายมือการต่อรองราคาของแต่ละคนว่าจะได้ลดราคาลงไปอีกเท่าไรจากราคาตั้งต้น ส่วนใหญ่ขณะที่ทำการสังเกตในเบื้องต้นพบว่าผู้ซื้อจะได้ลดราคากันทุกราย ทำให้เกิดความพึงพอใจระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (บังลี, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2556) ลักษณะตลาดนัดเกาะหมีในช่วงนี้มีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น เริ่มมีสินค้าประเภทเสื้อผ้า ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าใหม่ เสื้อผ้ามือสองเข้ามา ประเภท กางเกงยีนส์ เสื้อเชิ้ต ชุดเสื้อผ้าสตรี ฯลฯ และของเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะเป็นสินค้าทางการเกษตร และเครื่องใช้ในครัวเรือน

ปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมีกกลายเป็นตลาดนัดเสื้อผ้ามือสอง ทั้งนี้เนื่องจากพบว่าเป็นตลาดนัดที่วางจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้ามือสองประมาณร้อยละ 80 มีสินค้าเสื้อผ้าทุกเพศ ทุกวัย ผ้าปูที่นอน ผ้าปูเตียง มีให้เลือกซื้อมากมาย จึงทำให้มีผู้ซื้อเข้ามาซื้อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่ไกลจากตัวเมือง ทำให้ผู้ประกอบการค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองเพิ่มขึ้น การค้าเสื้อผ้ามือสองจะว่าด้วยการตั้งราคาของสินค้าว่าจะบวกกำไรมากน้อยเพียงใด ซึ่งการที่พ่อค้าแม่ค้า จะกำหนดราคาของเสื้อผ้าที่จะขายนั้น ต้องดูที่ทำเล ถ้าทำเลเป็นย่านของคนที่ยากจะมีรายได้สูง ผู้ค้าไปกำหนดราคาขาย และลงทุนกับไม้แขวนเสื้อดีๆ ก็จะสามารถเพิ่มราคาสินค้าขึ้นมาอีกมาก ถ้าตั้งราคาเสื้อผ้าไม่แพงจนเกินไปนักหรือจัดทำโปรโมชั่นซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง ก็จะทำให้สินค้าเสื้อผ้ามือสองขายดี ตามคำสัมภาษณ์ดังนี้

“...ต้องยอมรับว่าปัจจุบันนี้สินค้าเสื้อผ้ามือสองกำลังมาแรง
แข่งธุรกิจประเภทอื่นอย่างไม่น่าเชื่อ...”

(ก๊วย, สัมภาษณ์วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

“...มาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมีกทุกวัน หลัง
เลิกงานประจำ ใช้วิธีขาย ซื้อมา 1 ตัว ไม่นานก็ขายหมด...”

(เอ๋, สัมภาษณ์วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

“...เข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมีกได้ 7 ปี
แล้ว เมื่อก่อนจะขายสินค้าได้เยอะ มีกำไรมาก เดี่ยวนี้มีร้านค้าเสื้อผ้า
มือสองเป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้ลดลงกว่าเดิมเยอะมาก...”

(อำพร, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

“...ผมอยู่จังหวัดปัตตานีโน้น มาขายที่ตลาดนัดเกาะหมีก เฉพาะ
วันพุธก็วันเสาร์เท่านั้น ขายสินค้าประเภทเสื้อเชิ้ต เสื้อยืด กางเกง...”

(บังกี, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

จากปรากฏการณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ในตลาดนัดเกาะหมีก มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่ สำหรับค่าเช่าที่ขึ้นอยู่กับพื้นที่บริเวณที่วางแผงขายสินค้า เจ้าไหนมีพื้นที่ขายบริเวณกว้าง ก็ต้องจ่ายค่าเช่าประมาณ 100 บาท ส่วนผู้ค้าที่มีพื้นที่บริเวณแคบๆ ก็จ่ายค่าเช่าประมาณ 80 บาท แต่ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับวันเวลาที่มาขาย กล่าวคือ พ่อค้า

แม่ค้าที่ขายตลาดเช้า คือ วันพุธกับวันเสาร์ จะต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปี ปีละ 2,000 – 30,000 บาท ต่อร้าน รายวัน วันละ 40 – 100 บาท เพราะจะเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมี่ สำหรับตลาดเย็น ที่ขายสินค้าทุกวัน จ่ายค่าเช่ารายปีเหมือนกัน แตกต่างกัน คือ จ่ายรายวัน น้อยกว่าวันนัดใหญ่ (สุนัน, สัมภาษณ์ 13 กรกฎาคม 2556)

จากปรากฏการดังกล่าวข้างต้นนั้นทำให้เห็นว่าตลาดนัดเกาะหมี่ตั้งแต่แรกเริ่ม เป็นเพียงตลาดนัดเล็กๆ ที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่แล้วเป็นคนในพื้นที่ สินค้าที่ขายก็จะเป็นผลผลิตการเกษตร ต่อมาเริ่มมีพ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาจำหน่ายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่มากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในขณะนี้ ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มผู้ซื้อได้ทุกเพศทุกวัย ตลาดนัดเกาะหมี่มีการบริหารงานเป็นแบบธุรกิจครบครัน และพ่อค้าแม่ค้าทุกคนจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดนัด

จากการสัมภาษณ์ กะยานี (สัมภาษณ์วันที่ 12 กันยายน 2556) พบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสถานที่ให้ความสะดวกแก่ผู้ซื้อ และผู้ขาย จากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยการขยายตลาด จากพื้นที่เพียงแค่ประมาณหนึ่งไร่ ปัจจุบันพื้นที่เจ็ดไร่ และมีการแบ่งโซนตามประเภทของสินค้า จากเดิมที่เคยขายสินค้าปะปนกันไป การเปลี่ยนแปลงด้านสถานที่จอดรถ ปัจจุบันมีพื้นที่สำหรับไว้รองรับทั้งผู้ซื้อ และผู้ค้าขายอย่างเพียงพอ

การเปลี่ยนแปลงด้านผู้ขาย ปัจจุบันผู้ค้าเร่ตามตลาดนัดต่างๆ เข้ามาค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ พ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองจากสามจังหวัดชายแดนใต้ การเกิดขึ้นของพ่อค้าแม่ค้า จากภายนอกชุมชนเป็นจำนวนมาก ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านผู้ซื้อ ปัจจุบันนี้ ผู้ซื้อมีทางเลือกให้ซื้อมากมาย ที่มีความสะดวกสบาย จากเดิมที่มีเพียงแค่สินค้าภายในชุมชน สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ มีการสืบทอดมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันนี้ตลาดนัดเกาะหมี่อยู่ในความดูแลของ บังโรจน์ บังโสด บังเสวด กะยาณู กะยะ และกะด๊ะ บริหารจัดการอย่างเป็นระบบ (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

ตลาดนัดเกาะหมี่ได้ยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างทุนสินค้า วัฒนธรรม และจากการเป็นตลาดสดในอดีต อาจกล่าวได้ว่าเป็นตลาดนัดเล็กๆ มีเพียงประชาชนในพื้นที่เท่านั้นที่เข้ามาจับจ่ายซื้อของ ซึ่งในปัจจุบัน รูปลักษณ์ของตลาดก็เปลี่ยนไปจากตลาดที่เปิดโล่งกลายเป็นการรวมแผง จากการขยายตัวของพ่อค้าแม่ค้า ที่เข้ามาขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้ และพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น มีทางเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ในการดำเนินชีวิตในตลาดนัดเกาะหมี่ ซึ่งมี

อิทธิพลต่อนิสัยและการดำเนินชีวิตทุกด้านของประชาชน อย่างเช่น มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากหอกระจายเสียงของตลาดนัดเกะหมี เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลที่สร้างวิถีที่เป็นปกติ สร้างธรรมชาติในการดำเนินชีวิต ธรรมชาติของการคิด ความรู้สึก และตลาดนัดเกะหมียังเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตชุมชนที่มีสัมพันธ์ต่อกัน ในลักษณะของการแลกเปลี่ยน และซื้อขายสินค้า (เลิศศักดิ์, สัมภาษณ์ 6 กรกฎาคม 2556)

2. ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกะหมี

การนำเสนอปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกะหมี โดยผู้วิจัยจะนำเสนอหกประเด็น คือ ประเด็นแรกนำเสนอว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ประเด็นที่สองผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ตลาดนัด ประเด็นที่สามการช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกะหมีเพื่อให้มีแผงขายสินค้า ประเด็นที่สี่การสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ประเด็นที่ห้าการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน และประเด็นที่หกปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ให้เห็นถึงวงจรการค้า และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าแต่ละกลุ่มที่มีกลวิธีในการปฏิบัติการที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 กว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

ผู้ค้าแต่ละคนที่เข้ามาขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกะหมี มีทั้งผู้ค้าที่อยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดบางรายพักอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และจากการพูดคุยกับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองแต่ละราย ต่างก็เคยประกอบอาชีพอย่างอื่นมาก่อนหน้านี้แล้ว อย่างเช่น เคยทำงานบริษัทขายรถจักรยานยนต์เป็นพนักงานราชการ รับจ้างทั่วไป และช่างไฟฟ้า เงินเดือนที่ได้มาในแต่ละเดือนไม่เพียงพอที่จะใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้สามารถผ่านพ้นไปได้ในแต่ละเดือน จึงหันมาขายเสื้อผ้ามือสอง

ในครั้งแรกที่ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกะหมี เกิดจากการชักชวนแนะนำจากเพื่อนที่ขายอยู่ก่อนแล้วในตลาดนัดเกะหมี นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ค้ามีความคิดที่จะมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกะหมีแห่งนี้ บางคนลองมาขายดู เพื่อจะทำให้ชีวิตดีขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“...ลองเอาเสื้อผ้าของตนเองที่ไม่ใช่แล้ว แต่ยังมีคุณภาพดี มาลองขายเล่นๆ ตามตลาดนัดใกล้ๆบ้าน...”

(เอก, สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2556)

“...ในหัว คิดแต่ว่าจะทำอย่างไรให้ชีวิตรอดผ่านไปได้ในแต่ละเดือน ต้องหารายได้เสริมและทำงานเพิ่มอีก คิดในใจว่าต้องหาอะไรที่ลงทุน และสามารถทำได้ด้วยตัวเอง...”

(แต้ว, สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2556)

“...พอขายเสื้อผ้ามือสองชีวิตเริ่มสะดวกและมีเงินใช้จ่ายในการดำรงชีวิตและคล่องมือมากกว่าเมื่อก่อน...”

(โรมาน, สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2556)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า การค้าเสื้อผ้ามือสองทำให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น

กรณีศึกษา แป้งและบังยี กับประสบการณ์ครั้งแรกที่เข้ามาขายในตลาดนัดเกาะหมี่ กรณีของแป้ง การขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ แรกๆ ขายเสื้อผ้าเพื่อไล่ตุ้เสื้อผ้า จะได้ไปซื้อใหม่มาเพิ่มอีก ครั้งแรกตื่นเต้นมาก กลัวเจ้าของพื้นที่มาไล่ กลัวไม่มีคนซื้อ ไม่รู้เลยว่าเขาให้เริ่มขายเมื่อไหร่ ต้องติดต่อใครอะไรยังไง สรุปรวันแรกก็ขายได้เกือบหมด มีลูกค้ามาถุง และรุมซื้อตั้งแต่ยังจัดสินค้ายังไม่เสร็จ ล็อกเล็กๆ วางขายบนพื้น ใช้พรมที่มีอยู่แล้วมาปู จ่ายค่าเช่าพื้นที่ 80 บาท หุนเสื้อผ้าที่เอามาขายไม่ได้คิด ถ้าคิดคงไม่คุ้มอยู่แล้ว คิดแค่ว่าเหมือนขายเสื้อผ้าที่ไม่ได้ใช้แล้ว แต่คุณภาพยังดีอยู่ นำมาขายดีกว่า เพราะนำไปบริจาคคงจะไม่ใช้แฉนี้ หลังจากนั้นก็มีครั้งที่สอง และครั้งต่อๆ ไปเรื่อยๆ แล้วแต่ช่วงไหนร้อนเงิน หรือว่างงาน จะนำเสื้อผ้าจากตู้เสื้อผ้าที่มีอยู่มาขายให้หมดโดยเน้นขายในราคาถูก เพราะอยากขายให้หมด เสื้อผ้าแฟชั่น กางเกงยีนส์ขาสั้น ขายตัวละ 30-50 บาท และชุดเดรสตัวละ 80-100 บาทเท่านั้น แต่ด้วยความที่เป็นแม่ค้าหน้าใหม่มีความรู้สึก อึดอัด ไม่กล้าที่จะไปพูดคุย ในการขายเสื้อผ้าในตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้กับพ่อค้าแม่ค้าที่ขายอยู่สินค้างูก่อนแล้วในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นประจำ แต่สินค้าของเขาจะสินค้าประเภทเสื้อผ้าใหม่ๆ ส่วนสินค้าของเรานั้นเป็นสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ยังคงคุณภาพดี มีความสวยงามสะอาด จึงทำให้พ่อค้าแม่ค้าที่ขายอยู่ก่อนแล้วเป็นประจำ บางคนรู้สึกไม่พึงพอใจเท่าไรมากนัก ด้วยความที่ว่าสินค้าของเราขายดีกว่า บางวันฝนตกก็ต้อง

เก็บแผงกลับบ้านทุกๆ ที่จัดเตรียมสถานที่นำสินค้าเสื้อผ้ามาลงในล็อกเสร็จ จ่ายค่าเช่าพื้นที่ไปเรียบร้อยแล้ว มีทั้งโชคดี และโชคไม่ดี เคยขายได้มากสุดในตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้พันกว่าบาท แต่ทุกวันนี้แค่ขายได้เกือบหมื่นก็ดีใจแล้ว (แป้ง, สัมภาษณ์ 30 พฤษภาคม 2556)

กรณีของบังยี ครั้งแรกที่มานั่งขายเสื้อผ้ามือสองตลาดนัดเกาะหมี่ วันแรกที่ได้มาตั้งแผงขายเสื้อผ้ามือสองเป็นวันแรกของการขายของในตลาดนัดที่วุ่นวายมากที่สุดวันหนึ่งเลยก็ว่าได้ เพราะไม่มีทั้งประสบการณ์ ความรู้และความคุ้นเคยกับตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้ วันแรกนี้จำได้เลยว่า ขั้บรยยนต์ที่บรรทุกเสื้อผ้ามือสองเต็มหลังรถมาถึงตลาดนัดเกาะหมี่ตั้งแต่เวลาหกโมงเช้าท่ามกลางบรรยากาศตลาดนัดที่พ่อค้าแม่ค้าคนอื่น ๆ ต่างก็วุ่นวายในการตั้งแผงขายสินค้าของตัวเอง พอประมาณตอนแปดโมงเช้า และมีบรรดาผู้คนเริ่มที่จะเข้ามาเดินจับจ่ายใช้สอยกันบ้างแล้ว ทำให้มีเสียงลูกค้าผู้คน และพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองคุยต่อรองราคากันจ้าละหวั่น จึงวุ่นวายมากๆ แต่กว่าจะตั้งแผงเสร็จพร้อมที่จะขายเสื้อผ้ามือสองได้ก็เกือบจะเก้าโมงแล้ว เพราะไม่สามารถจับต้นชนปลายได้ว่าหากต้องการที่จะลงขายของล็อกตรงนี้ต้องไปติดต่อใคร ด้วยความที่มาขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้เป็นครั้งแรก แม่ค้าหน้าใหม่ ก็เลยไปตั้งแผงที่มีเจ้าของอยู่แล้ว เมื่อเจ้าของที่เขามาก็เลยถูกไล่ให้ไปล็อกอื่น พอไปล็อกอื่นที่คิดว่าว่าง ก็มีเจ้าของอีก ก็เลยถูกไล่อีกเป็นครั้งที่สอง ลองถามพ่อค้าแม่ค้าเจ้าอื่นๆ ดูว่าจะตั้งแผงขายสินค้า จะต้องไปติดต่อใคร อะไรยังไง เขาก็แนะนำให้ไปหาเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ ก็เลยไปถามเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ ว่าตรงไหนที่ยังเป็นพื้นที่ว่างๆ บ้างครับ ยังจำคำพูดที่เจ้าของตลาดนัดบอกว่า “น้องพื้นที่ไหนว่างน้องก็ลงของแล้วก็ขายไปได้เลย” นี่ก็คือคำพูดของเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ในขณะนั้นตอบมา ที่พูดจาเสียงค่อนข้างฉะฉานมาที่ผม “แล้วพื้นที่ตรงนี้ว่างอยู่ฉันเอาเสื้อผ้ามือสองมาขายตรงนี้เลยละกันนะ” เป็นคำพูดยืนยันท่ามกลางบรรยากาศที่แสนวุ่นวายกลางตลาดนัด พร้อมทั้งชี้นิ้วไปยังพื้นที่ว่างดังกล่าว เจ้าของตลาดนัดก็พยักหน้าเป็นการรับทราบเรียบร้อยแล้วเพื่อไม่ให้เสียเวลาจึงรีบยกสินค้าเสื้อผ้ามือสองไปด้วยความรวดเร็ว และรีบจัดของทันที จัดของไม่ทันเสร็จ ผมก็สังเกตเห็นผู้หญิงสองคนยืนจ้องหน้าอยู่ตรงหน้าผมพร้อมทั้งวางลังผ้าและราวผ้า และคำถามที่ว่า “น้องล็อกนี้น้องจ่ายเงินค่าล็อกหรือยัง” สั้นคำถามดังกล่าว ผมรู้ได้ทันทีว่า ล็อกที่ผมกำลังนั่งจัดของอยู่ตอนนี้คงมีเจ้าของอยู่ตามเคย และเจ้าของล็อกตรงนี้เธอก็ยืนอยู่ตรงหน้าผมแล้วด้วย จึงตอบไปว่า “ยังไม่จ่ายเลยครับ” ผู้หญิงคนนั้นที่เป็นแม่ค้าจึงบอกว่า “ล็อกโซนฝั่งขวาที่น้องนั่งอยู่นี้จริงๆ แล้วจะเป็นล็อกที่เขาต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปีกัน ถ้าน้องพึ่งมาขายแล้วยังไม่มีล็อกรายปีประจำ น้องต้องไปขายโซนฝั่งซ้ายนะ เพราะโซนนี้น่าจะไม่มีใครมาจับจอง

จ่ายเป็นรายปีหรือครึ่งปี” ประโยคของแม่ค้าขายผ้าที่เป็นเจ้าของลือกทำเอาผมตาสว่างเลยครับ คิดในใจว่า ถ้ามีคนมาบอกกับผมแบบนี้แต่แรกผมจะได้รู้ว่าควรจะทำยังไง ตั้งแผงตรงไหน ตั้งนานแล้วนึกไปนึกมา ก็เจ็บใจเจ้าของตลาดนัดอยู่คนเดียว จัดลือกให้ผมอะไรยังไงครับ ที่ตรงไหนที่มีเจ้าของไม่ยอมบอก แต่มาพูดประมาณว่า “ตรงไหนว่าง ก็ตั้งแผงขายสินค้าได้เลย” สุดท้ายก็ได้ลือกขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นที่เรียบร้อย เป็นลือกเอียงๆ กับลือกของสองแม่ค้าขายผ้านั่นเอง (บังยี, สัมภาษณ์ 18 ธันวาคม 2556)

2.2 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ตลาดนัด

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอการจำแนกกลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ค้าขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมี่พื้นที่เดียวกับกลุ่มที่ค้าขายตลาดนัดเกาะหมี่และพื้นที่ตลาดนัดอื่นในแต่ละวัน เพื่อให้เห็นถึงวงจรการค้า และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านตำแหน่งแห่งที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองดังนี้

2.2.1 กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่ขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมี่

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ขายเฉพาะในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ โดยจะขายเสื้อผ้ามือสองทุกวันยกเว้นวันจันทร์ ที่ต้องใช้เวลาอยู่บ้านเพื่อทำงานบ้านและสั่งซื้อสินค้าล็อตใหม่เข้ามา การสั่งซื้อสินค้าจะสั่งจากเจ้าแกโดยใช้วิธีส่งทางโทรศัพท์ เจ้าแกจะส่งมาให้ถึงบ้านในวันจันทร์ เพื่อคัดเลือกเกรดสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า มีผู้ค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ประมาณ 9 ราย ที่จะขายเฉพาะที่ตลาดนัดเกาะหมี่ตามคำสัมภาษณ์ดังนี้

“...ขายเฉพาะที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ก็ขายดี ไม่ต้องเร่ร่อนไปที่อื่นให้ลำบากขายมานานแล้ว แถวนี่เขาเรียกว่าเจ้...เป็นเจ้าแกด้วย...”

(นุช, สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2556)

“..เรามีแผงถาวร เสียค่าแผงปีละ 2000 บาท ก็ต้องขายให้คุ้ม แต่ก็ต้องจ่ายค่าเช่ารายวันอีกขึ้นอยู่กับลือกที่มีอยู่ จ่ายค่าเช่าวันละ 80 บาท...ก็เป็นกลุ่มแรก ๆ ที่มาอยู่ก่อน...”

(นงค์, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2556)

“...เหตุผลที่เลือกพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมื่นขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเพราะ ตลาดนัดเกาะหมื่นอยู่ใกล้บ้าน...”

(กรรณก, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

“ตลาดนัดเกาะหมื่นอยู่ไม่ไกลจากบ้านมากนัก ในช่วงที่เงินเดือนออกแรงงานพม่าในละแวกใกล้เคียงชอบมาเดินจับจ่ายซื้อของในตลาด ก็จะขายสินค้าได้เยอะมาก เพราะแรงงานเหล่านี้จะซื้อเสื้อผ้าไม่แพง แรงงานบางคนที่ชอบแต่งตัวก็จะซื้อสินค้าที่เป็นแฟชั่น”

(แสง, สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2556)

“...แถวหาดใหญ่คนนิยมใช้เสื้อผ้ามือสองกันเยอะขายเฉพาะที่ตลาดเกาะหมื่นไม่รุ่งวายต้องไปหาคนรู้จักเข้าตลาดอื่นอีก...”

(จินดา, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

“...ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมื่นเป็นพื้นที่หลักแล้ววันอื่นๆ จะมีเส้นทางการเคลื่อนที่ไปตามตลาดนัดอื่นๆ เช่น ตลาดนัดยรรยง ตลาดนัดบ้านพรุ ตลาดนัดนาหม่อม และตลาดนัดแถวจังหวัดปัตตานี...”

(โบตัน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มีนาคม 2556)

จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่เลือกขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมื่นพื้นที่เดียวเนื่องจาก รายได้ดีอยู่แล้ว และไม่ไกลจากบ้าน ตลาดนัดเกาะหมื่นเป็นตลาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในเรื่องของตลาดนัดเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งคนจะต้องไปจ่ายกับข้าวทุกวัน ทำให้มีโอกาสในการค้าเสื้อผ้ามือสอง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ค้าจะต้องจ่ายค่าเช่ารายปี และรายวันซึ่งไม่ต้องไปเริ่มต้นใหม่ที่ตลาดอื่นจึงทำให้เห็นว่ายังมีกลุ่มผู้ค้าที่ขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมื่นเท่านั้น

สำหรับตำแหน่งแห่งที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองแต่ละรายขึ้นอยู่กับกาลเวลาและทุนทรัพย์เป็นสำคัญ บางคนมาอยู่จนกลายเป็นเจ้าแก่ทุกคนจะเรียกว่าเจ้า บางคนต้องทำตัวให้ทันสมัยเพราะสนใจขายเสื้อผ้ามือสองตามแฟชั่น แต่อย่างไรก็ตามแบรนด์เนมเสื้อผ้ามือสองก็สามารถเป็นแฟชั่นของคนรักยี่ห้อดังเหล่านั้นได้

2.2.2 กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่และพื้นที่ตลาดนัดอื่น

กลุ่มนี้จะมีประมาณ 21 ราย ที่ใช้วิธีการเร่ขายตามตลาดนัดต่าง ๆ เกือบทุกวัน โดยที่กลุ่มนี้จะไปขายตามตลาดนัดที่เปิดไม่ซ้ำวันกัน เช่น ที่ตลาดนัดยรรยง ตลาดนัดพระพรหม ตลาดนัดสงขลา ตลาดนัดบ้านพรุ ตลาดนัดนาม่วง ตลาดนัดปืมน้ำมัน โดยจะเดินทางไปขายยังตลาดนัดอื่นทุกวัน แต่จะขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่เฉพาะวันพุธกับวันเสาร์ ยกเว้นวันจันทร์จะไม่ค้าขาย เพื่อที่จะเคลียร์สินค้า และสั่งซื้อสินค้าใหม่ พักผ่อน ทำงานบ้าน ตามคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“...ตอนแรกก็ขายเล่นๆ ขายตอนเย็นๆ หลังเลิกงาน ไปขายแถวตลาดกรีนเวย์ พอเดือนแรกได้เป็นหมื่น ออกจากงานเลย พอมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองตามตลาดนัด ก็มีเงินเหลือเก็บทุกวัน...ไปขายหลายที่... วันอาทิตย์ขายที่สงขลา วันอังคารขายที่ตลาดหน้าอำเภอ วันพฤหัสบดีขายที่ปืมน้ำมัน...”

(สุวลักษณ์, สัมภาษณ์ วันที่ 6 เมษายน 2556)

“...เรามีกลุ่มลูกค้าอยู่แล้วตามตลาดนัดต่างๆ เราขายได้ตลอดไปขายที่นาม่วงก็มี ปาบอนก็ไป เร่ขายไปเรื่อยตรงไหนมีนัดก็ไปขายจะมานัดที่นี้เฉพาะวันพุธกับวันเสาร์...”

(แสนคม, สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน 2556)

“...ชอบมาเดินที่นี้ใกล้ ๆ บ้าน ที่จอดรถสะดวก รถไม่ค่อยติดเสื้อผ้ามือสองมีให้เลือกเยอะนอกจากได้มาซื้อกับข้าวแล้วเรายังได้เดินดูเสื้อผ้า ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอนของที่เรอยากจะได้แต่เงินไม่ค่อยมีพอที่จะซื้อราคาถูกลงกว่าของมือหนึ่ง...”

(สาละมะ, สัมภาษณ์วันที่ 6 สิงหาคม 2556)

จากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับกลุ่มผู้นิยมบริโภคสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้า ที่มาจากต่างสถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ทางศาสนา ทางวัฒนธรรม แต่สามารถมาอยู่ร่วมกันได้ในสถานที่เดียวกันได้

พ่อค้า แม่ค้า ที่ขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมซึ่งมีทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาอิสลาม และกลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาพุทธเข้ามาทำการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่จนเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกัน และก่อนที่จะมาเป็นพ่อค้าแม่ค้า ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เกือบทุกคนเคยประกอบอาชีพอื่นมาก่อน เช่น ทำงานบริษัท พนักงานราชการ และรับจ้างทั่วไป แต่รายได้ที่ได้มาจากการทำงานดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะใช้จ่ายในชีวิตประจำวันจึงทำให้ต้องหาอาชีพอื่นทำและคิดที่จะมาขายเสื้อผ้ามือสองเพราะมีความชอบเกี่ยวกับเสื้อผ้าพวกนี้อยู่แล้ว อีกทั้งมีญาติหรือเพื่อนที่เปิดร้านขายเสื้อผ้ามือสองจึงได้อาศัยมาช่วยงานในร้านหรือทำงานเป็นลูกจ้างศึกษาหาความรู้อยู่สักระยะหนึ่ง เมื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายเสื้อผ้ามือสองหรือเสื้อกระสอบจึงออกมาเปิดร้านของตัวเอง ซึ่งจะต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ มากมาย

2.2.3 กรณีศึกษาผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

ผู้วิจัยนำเสนอผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นกรณีศึกษา จำนวน 3 คน ได้แก่ สุวรรณา อมรเทพ รัตนา โดยมีรายละเอียดดังนี้

สุวรรณา บินและ อายุ 40 ปี นับถือศาสนาอิสลาม อาชีพหลักขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง อาชีพเสริมทำสวน ภูมิลำเนาเดิมจังหวัดยะลา ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาเป็นระยะเวลา 10 ปี แรกเริ่มขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองตามตลาดนัดต่างๆ ในจังหวัดยะลา สำหรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่นำมาเร่ขายตามตลาดนัด จากพ่อค้าคนกลางในจังหวัดยะลา โดยที่ไปคัดมาจากพ่อค้าคนกลาง การคัดสินค้าเสื้อผ้ามาขายนั้นจะต้องเอาสินค้าให้ครบ 100 ตัว ในราคา 3,000 บาท ถ้าเอาสินค้าไม่ครบ 100 ตัว จะคิดราคาสินค้า 3,500 บาท ก็จะโดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง

ต่อมาได้รับข่าวสารจากเพื่อนที่เป็น พ่อค้าแม่ค้าด้วยกัน เล่าปากต่อปากว่าตรงนั้นมีตลาดนัดด้วย ตลาดนัดเกาะหมี่มีคนจำนวนมากพลุกพล่าน เป็นตลาดที่ใหญ่พอสมควร แถวตลาดนัดเกาะหมี่มีคนนิยมซื้อเสื้อผ้ามือสองเป็นจำนวนมาก และอีกอย่างยังอยู่ติดกับถนนสายหลักอีกด้วย เดิมตนเองก็ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองอยู่แล้วในตลาดนัดแถวจังหวัดยะลา ตอนมาตลาดนัดในช่วงแรกๆ เข้ามาติดต่อเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ ว่ามีพื้นที่ตรงไหนว่างบ้าง และได้พื้นที่เป็นของตนเองในตลาดนัดเกาะหมี่ และได้เดินทางมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้มาเป็นเวลา 3 ปี มาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นประจำทุกวันพุธ จนเป็นที่รู้จักของ พ่อค้าแม่ค้าด้วยกันในตลาดนัดเกาะหมี่ ว่าพื้นที่ตรงนี้เป็นของตน พ่อค้าแม่ค้าเจ้าอื่นไม่สามารถนำสินค้ามาวางขายบนพื้นที่ของตนได้นอกเสียจากตนไม่มา จึงจะนำสินค้ามาวางขายได้ แต่โดยปกติแล้ว พ่อค้าแม่ค้าจะใช้วิธีโทรศัพท์บอก

เพื่อนเมื่อตนเองไม่มาขาย เพื่อที่จะให้เพื่อนมาขายแทนที่ของตน จะเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง พ่อค้าแม่ค้าทุกคน จะต้องใช้พื้นที่เฉพาะในขอบเขตของตนเอง นอกจากจะขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้แล้ว ตนเองยังเร่ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองไปตามตลาดนัดต่างๆ เกือบทุกวันโดยไม่ซ้ำวันกัน วันอังคารไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดยรรยง วันพฤหัสบดีไปขายในพื้นที่ตลาดนัดคูหา วันศุกร์ไปขายในพื้นที่ตลาดยรรยง วันเสาร์ไปขายในพื้นที่ตลาดคลองแงะ ส่วนวันอาทิตย์จะไปขายสินค้าเสื้อผ้าในพื้นที่ตลาดนัดใกล้ๆ บ้านในจังหวัดยะลา สำหรับวันจันทร์หยุดพักผ่อน และบางครั้งไปทำสวน

ในส่วนของการจ่ายเงินค่าเช่าพื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในแต่ละรายในตลาดนัดเกาะหมี่จะแตกต่างกันออกไป โดยที่คนเก็บเงินในตลาดนัดเกาะหมี่จะใช้วิธีการสังเกตดูขนาดของพื้นที่ในการมาขายแต่ละครั้งว่าพ่อค้าแม่ค้าวางแผงขายสินค้าในพื้นที่มากน้อยเพียงใด รายไหนใช้พื้นที่น้อยก็จ่ายค่าเช่าน้อย แต่ถ้ารายไหนใช้พื้นที่กว้างก็จะเก็บเงินค่าเช่าเป็นเงินมากกว่า ตอนนี้ใช้พื้นที่ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ทั้งหมด 4 ล็อก จ่ายค่าเช่าพื้นที่เป็นรายปี 3,000 บาท ต่อปี และจ่ายรายวัน 100 บาท ต่อวัน มีสิทธิ์ใช้พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เฉพาะวันพุธในช่วงเช้าไปจนถึงเที่ยงตลอดจนมีพื้นที่ประจำอยู่ตามตลาดนัดต่างๆที่ตนเองเร่ไปขายสินค้า เป็นของตนเองอยู่แล้ว วันที่เป็นวันนั้นก็สามารถนำสินค้าไปลงแผงขายได้เลย

ความสัมพันธ์ของพ่อค้าแม่ค้าด้วยกันในตลาดนัด ซึ่งมีน้ำใจที่ดีต่อกัน เพื่อนข้างๆ แผงที่ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเหมือนกัน ก็มาช่วยขึ้นเดิน ตั้งแผงจัดสินค้า ฝากให้ดูแลร้าน แต่ไม่ใช่ทุกแผงที่มีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เฉพาะพ่อค้าแม่ค้าที่มีความสนิทสนมซึ่งกันและกันเท่านั้น บางรายชอบไปแย่งพื้นที่คนอื่น ไปเบียดพื้นที่คนอื่น ก็จะทำให้เกิดถกเถียงทะเลาะกันระหว่างพ่อค้าแม่ค้าด้วยกันในตลาดนัด บางรายยกโอ้อวดว่าแผงตนขายสินค้าได้ดี มีคนมารุมซื้อเยอะก็จะมีการขายตัดราคากันบ้าง โดยปกติส่วนใหญ่แล้วจะขายสินค้าได้เป็นจำนวนมากในช่วงเทศกาล ช่วงกลางเดือนและปลายเดือน สำหรับกลุ่มผู้ซื้อ ก็จะเป็นกลุ่มคนทำงานข้าราชการ พนักงานบริษัท

สำหรับอมรเทพ แก้วประกอบ อายุ 35 ปี ประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเลี้ยงตัวเอง และประกอบอาชีพทำสวน (กรีดยาง) เริ่มนำสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาวางขายในช่วง พ.ศ. 2553 แรกเริ่มประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ได้ไปรับสินค้ามาจากโรงเกลือ แต่สินค้าไม่ค่อยดี ไม่นาน สิ้นค้ายัดไส้ เอาเสื้อผ้าสวยๆ ไว้ด้านบนกระสอบส่วนตรงกลาง จะเป็นผ้าขาดๆ มีตำหนิ เนื่องจากมีเพื่อนแนะนำให้ไปเอาที่ยะลาเสื้อผ้ามือสองคุณภาพดีกว่า แนนอนกว่า ปัจจุบันนี้

สินค้าเสื้อผ้ามือสองนั้น ได้ไปรับมาจาก โกดังของเกะก็เข้าไปหยิบมาเลย ยกทั้งกระสอบ กระสอบละ 8,500-16,000 บาท ราคาสินค้าเสื้อผ้ามือสองจะไม่เท่ากัน แล้วแต่เกรด ที่เราจะเอา ถ้าเป็นเกรดดีซึ่งเป็นผ้าที่มีคุณภาพดีใหม่ ราคา ก็จะแพงตามลำดับไป ส่วนผ้าเกรดต่ำๆ (ผ้าไม่ค่อยสวย) ราคา ก็จะลดลงตามลำดับ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ เพราะเจ้าของโกดังเขาจะตั้งราคาตายตัวไว้แล้ว แต่ถ้าซื้อแบบคัดเลือกหรือเหมาราวสามารถต่อรองราคากันได้ ซื้อยกกระสอบก็ต้องวัดดวงเอา การที่ไปรับผ้ามาแต่ละครั้ง ใช้เงินในการลงทุน 40,000 - 50,000 บาท สินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ไปรับมา จะเป็นเกรดเอ ในราคากระสอบละ 12,000 บาท 85,000 บาท และ 7,500 บาท และ 8,500 บาท ส่วนมากผู้ค้าจะไปรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองในช่วงเช้า-บ่าย เดือนละ 2 ครั้ง แต่ถ้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองหมดเร็ว ก็จะไปรับสินค้าเร็วขึ้น ส่วนใหญ่จะขายหมดภายใน 2 สัปดาห์

เมื่อรับสินค้าเสื้อผ้ามือสอง มาจากโกดังของเกะแล้ว หากสินค้ามีคุณภาพดีหรือไม่ดี ไม่สามารถเปลี่ยนคืนได้ ไม่มีสิทธิ์เลือกสินค้า เพราะอยู่ในกระสอบมัดไว้เรียบร้อยแล้ว ถ้าต้องการคัดเลือกก่อน ราคาจะแพงกว่า หากซื้อทั้งกระสอบจะได้กำไรกว่า ซื้อแบบคัดเลือกก่อน การที่ซื้อมาทั้งกระสอบนั้น จำเป็นต้องเสี่ยงดวง เพราะบางครั้งจะได้สินค้าที่มีคุณภาพดีมาจำนวนมาก ก็จะได้กำไรมาก บางครั้งดวงไม่ดีได้สินค้ามาไม่ค่อยมีคุณภาพเท่าไรจะได้กำไรน้อย

สินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ไปรับมาขายได้ทุกตัว ส่วนตัวที่มีตำหนิ ก็ลดราคาไปตามความเหมาะสม สินค้ามาเป็นกระสอบจะยับทุกตัว ใช้เทคนิควิธีในการขายโดยการสะบัดๆ แล้วก็แขวนสักพักก็คลายตัวเอง ไม่จำเป็นต้องซักก่อนมาขาย

สำหรับการมาขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่จะเข้ามาขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ในช่วงบ่ายของทุกวัน ตั้งแต่ เวลาบ่ายสองโมงเป็นต้นไป ถ้าเป็นวันพุธกับวันเสาร์ซึ่งเป็นวันนัดใหญ่จะออกมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเร็วหน่อย บ่ายโมงครึ่งก็มาแล้ว ช่วงเช้าไม่ได้มาขายเพราะทำสวน (กรีดยาง) “การที่ไม่ได้ออกมาขายผ้าอยู่บ้านมันเบื่อ เซ็ง” “ถ้าฝนไม่ตกก็มาขายทุกวัน วันไหนฝนตกก็ขี้เกียจมาขายเพราะคนไม่มาซื้อ” ประเภทสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ขายในปัจจุบัน คือ เสื้อยืด เสื้อแจ็กเก็ต กางเกงขายาว/สั้น ผู้ซื้อสินค้าส่วนมากจะเป็นคนใกล้ๆ ในละแวกใกล้เคียง และประชาชนทั่วไปที่ขับรถวิ่งผ่านไปมาหน้าตลาด เพราะตลาดนัดเกาะหมี่อยู่ติดริมถนนกาญจนวนิช (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) ที่มีรถวิ่งผ่านไปมาตลอดทั้งวันทั้งรถสองแถว รถตู้ รถบัส ทำให้ผู้ที่สัญจรไปมารวมถึงคนในละแวกนั้นได้มาจับจ่ายซื้อของ บางวันก็ขายได้เยอะ บางวันก็ขายได้น้อย ปัจจุบันนี้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เฉพาะที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพียงแห่งเดียว

การที่อรรถพรเลือกมาประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เพราะว่า “สมัยนี้เขาเน้นเสื้อผ้ามือสองมากกว่าเสื้อผ้าใหม่ ส่วนมากเสื้อผ้ามือสองจะขายดีกว่าผ้าใหม่ เพราะเสื้อผ้ามือสองจะมียี่ห้อต่างๆ จากต่างประเทศ” ถ้าเป็นจำพวกเสื้อยืดจะแพง เพราะจะมียี่ห้อ ส่วนวิธีการนำสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายหรือการตั้งราคา จะมีวิธีการคำนวณว่าตกตัวละกี่บาท เอามานับตัว ในกระสอบทั้งหมดมีกี่ตัว กระสอบละ 100 กิโลกรัม ถ้าเป็นผ้าหนาจำนวนตัวก็จะลดน้อยลง หัวผ้าจะเป็นผ้าที่มียี่ห้อ ที่เหมือนตลาดกรีนเวย์ที่เขาพับขาย ตัวเป็นพันสองพันบาท ะไรอย่างนี้ที่เขาขาย ซึ่งตนมาทำเอา เช่น เมื่อเปิดกระสอบก็จะคัดหัวผ้าออกมาขายต่างหากในราคาที่แพงกว่า ส่วนเสื้อผ้าที่คุณภาพด้อยกว่าจะเสียกว่าน้ำสอง จะขายถูกกว่า และเสื้อผ้าที่คุณภาพด้อยลงกว่าอีกจะเรียกว่าหางผ้า จะนำมาขาย 3 ตัวร้อย

รายได้จากการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองปกติก็ตกประมาณ 2,000-4,000 บาทต่อวัน วันไหนแม่ค้าพ่อค้าเข้ามาขายน้อย ก็ขายได้เยอะ แต่ช่วงนี้แม่ค้าพ่อค้า เยอะมาก “ฝั่งโน้นที่อยู่ตรงกันข้ามกับศาลเจ้าเทพนาจาบ้านเกาะหมี่ เมื่อก่อนเป็นบ้านเช่า ต่อมาเจ้าของตลาดได้รื้อห้องแถวออกเพื่อขยายตลาดเพิ่มขึ้นอีก เมื่อก่อนเป็นบ้านห้องแถวหมดเลย พ่อค้าแม่ค้าใหม่ก็มาลงฝั่งโน้น โดยส่วนมากลูกค้าจะเป็นขาประจำเกือบหมด ก็เพิ่งขยายพื้นที่ออกไปประมาณหนึ่งปีได้แล้ว” ปัจจุบันนี้จ่ายค่าเช่าที่วางขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ รายวัน วันละ 100 บาท ส่วนรายปีปีละ 6,000 บาท ใช้พื้นที่ทั้งหมดสามล็อก

สำหรับรัตนา นุภาพ อายุ 30 ปี เดิมเป็นคนจังหวัดกระบี่ ย้ายมาอยู่กับสามีที่อำเภอหาดใหญ่ เริ่มประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในช่วงปี พ.ศ. 2555 แต่ ก่อนที่จะมาประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเคยเป็นพนักงานบริษัทอยู่ที่กรุงเทพ ต่อมาได้ผันตัวเองมาประกอบอาชีพของตัวเองดีกว่า จึงเลือกมาประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เพราะใช้เงินในการลงทุนไม่เยอะมาก ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองได้ดี มีกำไรเยอะ ปัจจุบันนี้รายได้หลักที่มาจุนเจือครอบครัวได้รับมาจากการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง รายได้ต่อเดือนประมาณ 12,000 บาท ก็พออยู่ได้ ก่อนเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่โดยไปติดต่อกับเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ ประกอบกับมีเพื่อนฝูงที่มาขายของในตลาดก่อนอยู่แล้ว ต่อมาก็ได้เข้ามาดูทำเลที่ตั้งสำหรับที่จะมาวางแผงขายสินค้า และดูพื้นที่ว่างในตลาด เหตุผลที่ตนเลือกพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเพราะ พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่อยู่ใกล้บ้าน เป็นตลาดนัดที่ใหญ่พอสมควร เป็นตลาดที่เปิดแล้วมีความหลากหลายของสินค้า มีสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาขายหลากหลาย

พอผู้คนเข้ามาซื้อแล้วสามารถได้จับจ่ายซื้อของได้ทุกอย่าง “มาซื้อกับข้าวบ้าง ได้ผ้าบาง อะไรแบบนี้ บางทีมาหาซื้อเสื้อผ้า ก็ได้เสื้อผ้าไปบ้าง”

เข้ามาเปิดแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ตั้งแต่เวลาบ่ายสาม โมงเป็นต้นไปจนถึงสองทุ่ม สำหรับวันนัดใหญ่ของที่นี่ คือ วันพุธกับวันเสาร์ ก็จะมาเปิดแผงขายตั้งแต่ หกโมงเช้าเป็นต้นไปจนถึงสองทุ่ม ปัจจุบันนี้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ทุกวันยกเว้น วันอาทิตย์ตอนเช้าไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดนาหม่อม ตอนเย็นไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ที่ตลาดนัดม่วงงาม

สำหรับค่าเช่าพื้นที่สำหรับวางแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ แห่ง นี้ จ่ายรายวัน วันละ 100 บาท ของทุกวันที่มาวางแผงขายสินค้า แต่สำหรับวันนัดใหญ่ คือ วันพุธจ่าย ช่วงเช้า 60 บาท วันเสาร์จ่ายช่วงเช้า 80 บาท ส่วนในช่วงตอนเย็นไม่ว่าจะเป็นวันนัดใหญ่หรือวันนัด ตอนเย็นของทุกวันจะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่วางแผงขายสินค้า 100 บาท ต่อวัน สำหรับการจ่ายค่าเช่า รายปีเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่จะคิดพื้นที่ค่าเช่าแผง ตารางเมตรละ 1,000 บาท ต่อปี ปัจจุบันนี้ตน ใช้พื้นที่ 8 ตารางเมตร จ่ายค่าเช่า 8,000 บาท ต่อปี “ก็ถือว่าแพงเหมือนกัน เพราะที่อื่นไม่แพงขนาด นี้” สำหรับพื้นที่ที่จะมาวางแผงขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ซึ่งเป็นตลาดเย็น พ่อค้าแม่ค้า คนไหนมา ก่อน ก็สามารถวางแผงขายสินค้าได้เลย ส่วนมากพ่อค้าแม่ค้า จะทราบที่อยู่แล้ว

2.3 การช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อให้มีแผงขายสินค้า

การช่วงชิงพื้นที่ในที่นี้หมายถึงพื้นที่ทางกายภาพ และความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่ม เสื้อผ้ามือสอง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ต้องการจะเปิดพื้นที่ทางสังคม ทำให้พื้นที่ที่เกือบครึ่งกลายเป็นพื้นที่ของ เสื้อผ้ามือสอง ส่วนอีกความหมายหนึ่งหมายถึงการช่วงชิงพื้นที่เพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ ในตลาดเกาะหมี่ เนื่องจากมีคนจำนวนมากต้องการพื้นที่เพื่อขายสินค้า แต่อย่างไรก็ตามการที่จะ สามารถช่วงชิงพื้นที่ได้จะต้องอาศัยความสัมพันธ์กับผู้ค้าด้วยกัน และผู้ค้ากับเจ้าของตลาดนัดเพื่อให้ สามารถมีพื้นที่ทางการค้า

การเปิดพื้นที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้ค้า จะต้องมีความเป็นของตนเองในการเปิดขายเสื้อผ้ามือสอง และตัวตนในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ที่ แตกต่างกันบางคนเปิดพื้นที่จากการมาขายสินค้าโดยเพื่อนชักชวนมา ติดต่อเจ้าของตลาดนัด หรือลง ของในพื้นที่ที่คนเก่าไม่มา ซึ่งต้องรองจนกว่าจะแน่ใจว่าไม่มา แต่หากเจ้าของพื้นที่มาก็สามารถขายได้ โดยที่เจ้าของแผงให้เช่าแผงโดยแบ่งพื้นที่ให้บ้างเล็กน้อยตามที่สัมภาษณ์ดังนี้

“...เริ่มประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในช่วงปี พ.ศ. 2555 เพราะใช้เงินในการลงทุนไม่เยอะมาก ขายสินค้าได้ดี ได้กำไรเยอะ รายได้ต่อเดือนประมาณ 12,000 บาท ก็พออยู่ได้ ก่อนเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกะหมี่โดยไปติดต่อกับเจ้าของตลาดมีเพื่อนฝูงที่มาขายของในตลาดอยู่ก่อนแล้ว ได้เข้ามาดูทำเลที่ตั้งสำหรับที่จะมาวางแผงขายสินค้า และดูพื้นที่ว่างในตลาด เพื่อเข้ามาเปิดแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

(เสวตส, สัมภาษณ์วันที่ 30 เมษายน 2556)

“...ส่วนมากเสื้อผ้ามือสองจะขายดีกว่าผ้าใหม่ เช่าพื้นที่ของคุณ แสงอยู่ วันไหนเขาไม่มาก็ให้เช่า แต่วันไหนมา ก็ขายด้วยกันจ่ายเงินค่าแผงให้ส่วนหนึ่ง ดีกว่าไม่ได้ขาย...เราก็ต้องเป็นคนทันสมัยด้วยต้องตามให้ทันว่าเขาสนใจอะไรบ้างจะได้ให้ตรงตามรสนิยม...”

(อมรเทพ, สัมภาษณ์วันที่ 6 เมษายน 2556)

ค่านิยมความต้องการของผู้ซื้อโดยเฉพาะวัยรุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่ตลอดเวลาทำให้พ่อค้าแม่ค้าต้องปรับเปลี่ยนร้านและเสื้อผ้าในร้านให้ตามทันกับกระแสความนิยมอย่างการนำเสื้อโค้ดจากต่างประเทศมาขายในช่วงหน้าหนาว หรือการขายเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมของวัยรุ่น ด้วยความที่เสื้อผ้ามือสองมีความทันสมัยและมีราคาถูกจึงทำให้เสื้อผ้ามือสองได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการที่พ่อค้าแม่ค้าได้รวมให้ความหมายเกี่ยวกับเสื้อผ้ามือสองในร้านว่าเป็นหัวผ้ามีคุณภาพดี เป็นของมีเย็บห่อ จึงทำให้ผู้ซื้อเมื่อติดกับเสื้อผ้ามือสองลดลงและคิดว่าเสื้อผ้ามือสองก็สามารถสวมใส่ได้เหมือนกันเสื้อผ้ามือหนึ่ง

สำหรับผู้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองทุกรายจะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่สำหรับวางแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกะหมี่ จ่ายรายวัน วันละ 100 บาท แต่สำหรับวันนัดใหญ่ คือ วันพุธจ่ายช่วงเช้า 60 บาท วันเสาร์จ่ายช่วงเช้า 80 บาท สำหรับการจ่ายค่าเช่ารายปีเจ้าของตลาดจะคิดค่าเช่า ตารางเมตรละ 1,000 บาท ต่อปี ปัจจุบัน ใช้พื้นที่ 8 ตารางเมตร จ่ายค่าเช่า 8,000 บาท ต่อปี (ชนกพร, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

นอกจากนี้เจ้าของตลาดนัดเกาะหมียังมีการตั้งกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของตลาดนัด เพื่อความเป็นระเบียบของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด และผู้ซื้อไว้อย่างชัดเจน คือ พ่อค้าแม่ค้า ทุกคนจะต้องลงทะเบียนต่อเจ้าของตลาดนัดว่าใครครอบครองพื้นที่ตรงไหน ต้องไม่สร้างปัญหา ไม่อนุญาตให้ต่อเติมแผงที่ขายสินค้าห้ามเชิงร้านก่อนได้รับอนุญาต และเมื่อครบปี พ่อค้าแม่ค้า จะต้องจ่ายเงินค่าเช่าที่รายปี ทุกราย ในเดือนมกราคม ไปจนถึงเดือนมีนาคม พ่อค้าแม่ค้า เจ้าไหนที่ไม่จ่ายค่าเช่ารายปี ตามวันเวลาที่กำหนด เจ้าของตลาดนัดจะไม่อนุญาตให้ขายสินค้าต่อไปได้ นอกจากนี้แล้วตลาดนัดเกาะหมียังมีการบริหารงานในรูปแบบของการจัดการธุรกิจครอบครัว (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

2.4 การสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

การเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง นอกจากจะมีกลวิธีในการแสวงหาตลาดเพื่อขายแล้ว ยังต้องเข้าใจการจัดวางสินค้า และวิธีการสั่งซื้อสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ โดยผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้อธิบายให้ฟังถึงการเดินทางของสินค้าว่าส่วนหนึ่งมาจากโรงเกลือ โดยครั้งแรกผู้ค้าเดินทางไปคัดสินค้าถึงที่ตลาดโรงเกลือ เมื่อรู้จักกับเจ้าเก่าที่โน่นก็จะใช้วิธีการสั่งสินค้าให้ส่งให้ทางขนส่ง

สินค้าเสื้อผ้าบางส่วนมาจากปัตตานี ยะลา นราธิวาส มาเลเซีย โดยใช้โทรศัพท์สั่งซื้อจากเจ้าเก่าที่อยู่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รู้จักกันตอนที่มาขายในตลาดเดียวกันหลังจากนั้นคนที่ขายเสื้อผ้ามือสองได้ผันตัวเองเป็นเจ้าเก่าพ่อค้าคนกลางก็จะรับเสื้อผ้ามือสองมาส่งให้ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองอีกทีหนึ่ง เจ้าเก่าจะนัดส่งสินค้าโดยใช้รถตู้ หรือฝากส่งรถบัส หลังจากนั้นก็จะว่าจ้างรถตุ๊กๆให้ส่งถึงบ้านผู้ค้าที่ตลาดนัดเกาะหมียะรอรับเสื้อผ้าที่บ้าน การจ่ายเงินครั้งแรกจะเป็นเงินสด พอระยะที่ค้าขายติดต่อกันมาหลายปีจนไว้วางใจจะใช้เครดิตคือ ส่งสินค้าให้ก่อนแล้วผ่อนจ่ายในงวดต่อไปที่สั่งซื้อสินค้าล็อตใหม่ บางครั้งผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองก็จะใช้วิธีเปิดดูสินค้าจากเว็บไซต์เสื้อผ้ามือสอง หากชอบใจก็จะสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ การจ่ายเงินขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการตกลงกันดังคำสัมภาษณ์ดังนี้

“... เริ่มขายสินค้ามือสองประเภทรองเท้า ในช่วง พ.ศ.2545 เพื่อนพาเข้าไปตลาดโรงเกลือ พอระยะเวลาหลังทำความรู้จักกับพ่อค้าแม่ค้า เริ่มเป็นที่ไว้วางใจกัน พอมีประสบการณ์ขึ้นบ้างแล้ว ก็เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง คือจริงๆแล้วขึ้นไปรับสินค้าสองสามเที่ยวก็ถือว่าสนิทสนมกับพ่อค้าแม่ค้า ที่ตลาดโรงเกลือพอประมาณแล้ว แต่การขายรองเท้าในช่วงนั้นจะขายรองเท้าที่คัด จะต้องไปคัดเองถึงจะถูกใจ ส่วนสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้า ส่งมาราคาจะถูกกว่าแต่ไม่สามารถดูสินค้าได้เลย ไม่ได้เลือกและแถมยังไม่ทราบเลยว่าสินค้าที่ส่งมามีคุณภาพอย่างไร ส่งมาแบบรวมๆกัน ทั้งมีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ ก็ต้องเอาสินค้านั้น ขายรองเท้ามือสองมาประมาณ 5 ปี ต่อมาก็เริ่มเอาเสื้อผ้ามือสองมาขายกับรองเท้ามือสอง พอหลังๆก็เลิกขายรองเท้ามือสอง เพราะไม่อยากไปคัดเอง ส่งมาก็ไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ เลยหันมาขายเสื้อผ้ามือสองเต็มตัว...”

(ไทม, สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน 2556)

“...เจรจาต่อรองสินค้าให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจก่อนที่จะซื้อขายสินค้า...”

(พีจัน, สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2556)

พ่อค้า แม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ เล่าให้ฟังว่า รับมาจาก ปัตตานี สุโขทัย-ลก ยะลา และตลาดนัดคลองแวง แถวแก่งไปซื้อสินค้าจากประเทศมาเลเซีย แล้วมาจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้า จะมีวิธีการพิเศษคือ สินค้าจะมัดรวมกันเป็นกระสอบ แต่ละกระสอบจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ถ้าพ่อค้าต้องการซื้อ ก็ต้องซื้อทั้งกระสอบโดยไม่มีการเลือก สินค้าแต่ละกระสอบจะมีราคาแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า ประมาณ 8,000 – 16,000 สินค้าเสื้อผ้ามือสอง รับมาจากโกดังของก๊วยในตัวเมืองจังหวัดยะลา สินค้าที่รับมา จะมีคุณภาพดีหรือคุณภาพไม่ค่อยดี ก็ไม่สามารถเปลี่ยนคืนได้ ไม่มีสิทธิ์เลือกสินค้า เลือกไม่ได้ สินค้าอยู่ในกระสอบมัดไว้เรียบร้อยแล้ว ถ้าเราต้องการคัดเลือกก่อน ราคา ก็จะแพงกว่า ซื้อทั้งกระสอบจะขายได้ทุกตัว ส่วนตัวที่มีตำหนิ ก็ลดราคาไปตามความเหมาะสม สินค้ามาเป็นกระสอบก็ยับทุกตัว ใช้เทคนิควิธีในการขายโดยการสะบัดๆ แล้วก็แขวน สักพักก็คลายตัวเอง ไม่จำเป็นต้องซีกก่อนมาขาย สินค้าผ่อนจ่ายเป็นงวด

“สั่งจากเจ้าแม่ที่มาเลย์ เขามาส่งให้ถึงที่ แรก ๆ ก็โอนเงินสด
หลัง ๆ ใช้เครดิต เอามาขายก่อนพองวดต่อไปจะสั่งสินค้าล็อตใหม่ก็ต้อง
จ่ายของเดิม...”

(สุ, สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2556)

“รับซื้อต่อมาจากเจ้าแม่หรือนายทุน ที่ด่านปาร์ดังแบซา อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพราะการที่ไปซื้อต่อจากคนเหล่านี้ จะเป็นวิธีที่
สะดวกที่สุด ปลอดภัย และยังเป็นการประหยัดทั้งด้านเวลาและการเงิน
ส่วนการที่ไปรับซื้อมาเลเซียโดยตรงนั้น จะใช้เงินเป็นจำนวนมาก และไม่
ค่อยจะสะดวกในการไปซื้อ เพราะอยู่ไกล”

(วิชาญ, สัมภาษณ์ 22 เมษายน 2556)

จากการสัมภาษณ์ ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการเดินทางของสินค้า เดินทางมาไกลถึงด่าน
ชายแดนกัมพูชา และชายแดนไทย-มาเลเซีย ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้ค้า
ด้วยกัน ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดนัดเกาะหมี่ กับพ่อค้าคนกลาง เริ่มจากการ
ไปตีสนิทกับพ่อค้าคนกลาง จนเป็นที่ไว้วางใจกัน

2.5 การขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน

กว่าพ่อค้าแม่ค้าจะแสวงหาเสื้อผ้าที่ตรงกับกระแสนิยมของผู้ซื้อและมีคุณภาพ
มาให้กับร้านของตนเองได้นั้น จะต้องใช้วิธีการต่าง ๆ นานา เช่น การไปคัดเลือกซื้อจากร้านอื่น หรือ
ส่วนใหญ่พ่อค้าแม่ค้าจะไปคัดเลือกซื้อเสื้อผ้ามาจากตลาดโรงเกลือ จากสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งเป็น
แหล่งลงเสื้อผ้า โดยพ่อค้าแม่ค้าจะบอกกับผู้ที่ค้าเสื้อผ้ามือสอง ให้แกะกระสอบที่ต้องการออกมา แล้ว
พ่อค้าแม่ค้าจะคัดเลือกซื้อเสื้อผ้าจากตรงนั้นเป็นตัวอย่าง สำหรับวิธีนี้ถ้าซื้อน้อยก็จะได้สินค้าที่มีราคาแพง
แต่ถ้าซื้อมากอาจใช้วิธีไปซื้อมายกกระสอบ ราคาจะถูกกลง ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ในการตัดสินใจ
คัดแยกและเสี่ยงโชคถึงจะได้เสื้อผ้าตรงกับความต้องการ

หลังจากได้สินค้ามาแล้ว พ่อค้าแม่ค้ายังต้องมีปฏิบัติการอีกอย่าง คือ การต่อรองกับ กลไกตลาดที่เกิดขึ้นในการแข่งขันระหว่างร้านที่ขายเสื้อผ้ามือสองภายในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้าต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคที่จะสร้างความโดดเด่นให้กับร้านของตนเองในวันพุธ กับ วันเสาร์ ที่ ตลาดนัดเกาะหมี่ ซึ่งในแต่ละร้านก็จะมีรูปแบบและเทคนิคการจัดตั้งร้านที่ไม่เหมือนกัน บางร้านอาจจะตั้งราวเหล็กและเอาเสื้อผ้าไม้แขวนผ้าชาย บางร้านอาจจะพับให้เห็นแต่ลายสกรีนและวางตั้งไว้กับพื้น หรือมีการกางร่มเหล็กขนาดใหญ่เพื่อแขวนเสื้อผ้าให้อยู่ในระดับสายตาพอดี

ส่วนการจัดแผนเพื่อการจำหน่ายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้าจะต้องเริ่มต้น โดยการปักคั่นร่มจัดวางให้ครอบคลุมอาณาบริเวณแผงของตนเอง แล้วโยงระหว่างเสาของร่วมทุกต้น ด้วยราวเหล็ก จากนั้นจึงนำสินค้าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แปกและสวยงามมาแขวนบน ก้านร่มและราวเหล็ก เพื่อเป็นตัวอย่งที่จะดึงดูดความสนใจลูกค้า ส่วนราคาขายเสื้อผ้ามือสองเริ่มต้นกันตั้งแต่หลักสิบไปจนถึงหลักร้อย

2.6 ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

จากการสังเกตตลาดนัดและการขายสินค้ามือสองพบว่า พ่อค้าแม่ค้ามีปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ในการยึดพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ส่วนมากพ่อค้าแม่ค้าจะมาจับจองพื้นที่โดยผ่านการติดต่อจากเจ้าของตลาด และต้องมาขายเป็นประจำเพื่อที่ทุกคนจะได้รู้ว่าที่ตรงนี้เป็นของใคร ซึ่งแรกๆ นั้นเจ้าของตลาดจะเปิดตลาดโดยให้พ่อค้าแม่ค้า อีกทั้ง พ่อค้า แม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง จะต้องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันในการต่อรองกับค่านิยม กลไกตลาด พ่อค้าแม่ค้ามีวิธีการในการต่อรองกับกระแสค่านิยมของวัยรุ่นการสรรหาสินค้าที่เข้ากับฤดูกาล และหน้าหนาวพ่อค้าแม่ค้าบางคนก็จะเพิ่มสินค้าในร้านเป็นเสื้อโค้ดที่นิยมในต่างประเทศ เช่น ค่านิยมเสื้อผ้าเกาหลี พ่อค้าที่จะคัดเสื้อโค้ดก็จะพยายามหากระสอบเลดี้เกาหลีมาเพื่อเปิดคัดเอาเสื้อที่สามารถทนกับกระแสเกาหลีได้

ซาลีเล่าให้ฟังว่า เดิมเป็นคนจังหวัดนครราชสีมาได้มาทำงานเป็นพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่มาเป็นเวลานานหลายปี รู้สึกไม่เป็นอิสระ ชีวิตไม่ดีขึ้นเลย เงินไม่พอใช้จ่ายในชีวิตประจำวันเงินเก็บก็ไม่มี จึงลาออกจากงาน คิดหาอาชีพที่เป็นธุรกิจของตนเอง เป็นนายตัวเอง หลังจากทีออกจากงานจึงคิดวางแผนว่าจะทำอะไร ก็เลยคิดง่ายๆ ขายเสื้อผ้ามือสองตลาดนัด มีการวางแผนมาหนึ่งเดือน มาตลาดนัดจริงเริ่มตั้งแต่ทำยังไงจะเอาสินค้ามาลงที่ตลาดนัด เดินตลาดนัดมาตั้งนาน เพิ่งรู้วิธีการเอาสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายตามตลาดนัด มันใช้เวลาค่อนข้างเยอะ

เหมือนกันเริ่มตั้งแต่มีโอกาสเลือกทำเลดีๆ ได้ยากหรืออาจไม่ได้เลย หลังจากที่ได้พื้นที่สำหรับวางแผงขายสินค้าแล้วก็ นำสินค้ามาลงที่ล็อกของตน ก็มากางเต็นท์ ปักคันรุ่ม จัดสินค้า หลังจากที่จัดสินค้าเสร็จก็เริ่มขาย ตอนแรกก็ไม่ว่าจะทำด้วยังไง คนเดินผ่านไปผ่านมา นั่งเกร็งเริ่มมีคนเข้ามาดูเสื้อผ้าในร้าน นั่งเกร็งอยู่นาน ก็เลยพูดกับลูกค้าไปว่า “สอบถามได้นะครับ ราคาคุยกันได้ ไม่แพงอย่างที่คิดครับ ลองดูรวานี้ไหมครับ พึ่งเปิดกระสอบใหม่ๆ นะครับ” แต่ก็ภูมิใจที่ก้าวข้ามความกลัวมาได้เพราะในชีวิตนี้เกิดมา ยังไม่เคยเปิดแผงขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดมาก่อนเลย (ขาลี, สัมภาษณ์ 30 พฤษภาคม 2556)

เดิมเป็นคนจังหวัดยะลา ปัจจุบันมาซื้อบ้านอยู่ในตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่ และได้ประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง จึงได้ติดต่อรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาจากพ่อค้าคนกลางในพื้นที่แถวๆ บ้านในตัวเมืองจังหวัดยะลา เริ่มมาขายเสื้อผ้ามือสองเมื่อปลายปี 2550 ช่วงแรกของการเริ่มในการขายสินค้าในตลาดนัด เรียกได้ว่าล้มลุกคลุกคลาน ขายสินค้าไม่ได้เลยก็ว่าได้ เร่ขายไปตามตลาดนัดต่างๆ บางครั้งเชื่อว่าจะได้ทำเลดีและขายได้ บางครั้งก็ไม่มีที่ให้ขายสินค้าเลยก็ว่าได้ พอมีเพื่อนขายเสื้อผ้ามือสองด้วยกันแนะนำให้มาขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่ มาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ น่าจะเป็นช่องทางที่ดี แต่ก็ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด ขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ คู่แข่งเยอะ พ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นจำนวนมาก ขายช่วงแรกตลาดนัดเกาะหมี่ ยอดวันละห้าร้อยถึงหนึ่งพันบาท ถือว่าอยู่ตัว กำไรตกอยู่ที่ห้าร้อยบาทหลังหักค่าเช่าพื้นที่ เป็นตลาดนัดที่เปิดกว้าง มีคนทุกแบบทุกสไตล์ สามารถลงเสื้อผ้าได้หลายแบบ ราคาอัพขึ้นมาอีกเพราะเราต้องบวกค่าขนส่งอีก ต้องทำทุกอย่าง ไปจองพื้นที่ ที่จะขายเสื้อผ้ามือสองตั้งแต่เช้าตรู่ของวันพุธกับวันเสาร์ซึ่งเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้ แผงขายสินค้าของตนไม่ใหญ่มากนักเพราะใช้รถมอเตอร์ไซด์ขนสินค้าไปได้ไม่เยอะ รวสองรวพาดกลาง บางทีห่อข้าวไปกินด้วย เพราะตลาดนัดของกินน่ากินทั้งนั้น บางวันไปซื้อของกินมากกว่ายอดขายเสื้อผ้ามือสอง วันไหนมาได้ทำเลไม่ดีร้านข้างๆ ขายได้ 500 บาท จ่ายค่าเช่าพื้นที่ 80 ก็เคยมี ถือว่าทำใจ บางทีไปแล้วไม่ได้พื้นที่เพราะโดนเค้าจองให้เพื่อนๆ “เยอะแยะปัญหา ขายเสื้อผ้ามือสองตลาดนัด นอกจากจะสู้กับลูกค้าแล้ว พ่อค้าแม่ค้ายังสู้กันเอง ขายตัดราคาบ้างไรบ้าง พ่อค้าแม่ค้าบางราย เอาเสื้อผ้าที่แขวนอยู่ในราวราคา 80 บาท ถอดจากไม้แขวนมากองทำราคา 20 บาท เพื่อที่ขายสินค้าให้ได้เยอะ เป็นหน้าตาให้กับแผงของตน เพื่อที่จะโอ้อวดแผงขายสินค้าข้างๆ แต่สำหรับตนแล้วขายผ้าได้น้อยแต่มีกำไร ดีกว่าขายได้เยอะแต่ได้เท่าทุน” แต่ก็กัدفันสู้ได้รับรู้ถึงความลำบากถึงขีดสุดและน้ำใจคน แต่ในทางกลับกัน กลับมาถึงบ้านดูยอดขายขึ้นใจมากมาย รายได้สัปดาห์ละห้าพันหกพันก็ประมาณสองถึงสามพัน ต่างคนต่างมีเทคนิคต่างกันไป

เดือนที่ห้าเพิ่มเงินลงทุนรับสินค้ามามากขึ้น การเพิ่มเงินลงทุนและรับสินค้ามากขึ้นนั้นเป็นการเพิ่มความเสี่ยง และเพิ่มรายรับให้มากขึ้น จะได้กำไรหรือจะขาดทุนก็ตรงนี้แหละ สิ่งสำคัญของการค้าขายควรกลับไปดูยอดลงทุนและรายรับ กำไร ของเดิม และได้นำมาปรับปรุงอย่างเช่นลงทุน 5,000 บาท ขายสินค้าได้ 3,000 บาท ลงทุน 7,000 บาท จะได้เท่าไร หลังจากเพิ่มเงินลงทุนการทำงานและขายสินค้าก็หนักขึ้น การทำอาชีพอิสระจะผลอเลอไม่ได้แม้แต่นิด ไม่งั้นจบ ห้ามป่วย เพราะคุณไม่มีรายได้แน่นอน ดังนั้นเน้นเลย ห้ามเจ็บ ห้ามป่วย ห้ามท้อ การทำงานในช่วงเดือนที่สามและเดือนที่สี่รายรับ 15,000 บาทต่อเดือน แต่ในช่วงฤดูฝน หรือวันที่ฝนตก เคยตั้งแผงขายสินค้าแล้วฝนตกจนของขึ้นรถแถบไม่ทัน แต่บางรายไม่มีที่เก็บก็เปียกทั้งคนทั้งรถ แต่ฝนไม่ได้ตกทุกวัน ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองไปสนุก ครั้งหนึ่งในชีวิตมันต้องมีสักวันที่เป็นของเรายังสู้ เราจะขยัน คนขยันไม่มีวันอดตาย ตอนนี่เริ่มจับทางตลาดนัดได้พอสมควรแล้ว เลือกพื้นที่ได้แล้วและขายดีจริงๆ ช่วงนี้รายได้โดยรวม 25,000 บาทต่อเดือน จากการเพิ่มเงินลงทุนและทำงานหนักขึ้น ตอนนี่ขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพียงสัปดาห์ละ 2 วัน คือวันเสาร์กับวันพุธ ส่วนวันอื่นๆ จะเร่ขายไปตามตลาดนัดต่างในจังหวัดสงขลา (เป็ล, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2556)

ก่อนที่จะมาประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเคยทำงานบริษัทมาก่อน พี่ตาลอายุ 45 ปี ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาเป็นระยะเวลา 10 ปี ขายเสื้อผ้ามือสองกับแฟนสองคน แรกๆทำเป็นอาชีพเสริมมาก่อนเริ่มต้นจากการขายถุงเท้าก่อน พร้อมกับเอาสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายไปด้วย ทำให้เหนื่อยมากยิ่งขึ้น ต่อมาระยะหนึ่งได้เปลี่ยนมาเป็นการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองอย่างเดียวแล้วให้น้องสาวไปขายถุงเท้าแทน และในการที่มาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เพราะเนื่องจากรายได้ในการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองนี้มีรายได้ดีกว่าการทำงานบริษัท ถ้ามีความต้องการที่จะซื้อหรือต้องการอะไรก็ได้ตามความตั้งใจ แต่ทำงานบริษัทนั้น มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ปัจจุบันนี้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นอาชีพหลัก

ตอนแรกขายเสื้อผ้ามือสองตลาดนัดในตัวเมืองจังหวัดสงขลาใกล้ๆ บ้านของตน ขายสินค้าได้ไม่เท่าไรมากนัก จากนั้นเพื่อนได้แนะนำมาขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อนของเพื่อนเขาได้เลิกขายไปได้ก็แนะนำมาให้เช่าร้านต่ออีกที มีพื้นที่สำหรับวางแผงขายเสื้อผ้ามือสอง 3 ล็อก ล็อกละ 150 บาท ปัจจุบันขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ วันพุธ – วันเสาร์ และส่วนวันจันทร์ไปขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดคลองหอยโข่ง ในการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองนั้นแต่ละวันจะทำการขายไม่ซ้ำที่ กลุ่มลูกค้าแต่ละตลาดแตกต่างกันออกไป

สำหรับการรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาจากตลาดโรงเกลือ ทั่วประเทศ จังหวัด สระแก้ว แรกๆเดินทางไปรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองมาเอง ปัจจุบันจะทำการสั่งผ้าด้วยการโทรไปสั่ง สินค้าเสื้อผ้ามือสอง แล้วโอนเงินผ่านธนาคาร และจะไปรับผ้าเองที่ขนส่ง บกส. เพราะไม่เสียเวลา และจะ สั่งสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นประจำ เลยทำให้ไม่ค่อยมีปัญหาในการสั่งสินค้าหรือตัวคุณภาพของเสื้อผ้า มือสองที่สั่งมาจะมีบ้างแต่เล็กน้อย แต่ถ้าสินค้าที่สั่งมามีปัญหา มีรอยตำนิ ก็ส่งกลับหรือเปลี่ยน สินค้าได้ และรับสินค้าเสื้อผ้ามือสองจากร้านหน้าพลาซ่าอำเภอหาดใหญ่ สินค้าทุกชิ้นรับมาเป็น กระสอบ ต้องเสี่ยงดวงกันเอาเอง เพราะเสื้อผ้าบางกระสอบ เนื้อมีผ้าคุณภาพ แต่บางกระสอบสินค้า ไม่ดี เนื้อผ้าไม่มีคุณภาพ หรือผ้าไม่สวย แต่กลวิธีในการขายหรือการตั้งราคานั้นจะแยกผ้าตามเนื้อผ้าที่ ได้มา เพราะเนื้อผ้าแต่ละตัวสภาพไม่เหมือนกันหรือต่างกันออกไป ต้องขายไปตามคุณภาพ แต่ถ้า สินค้าเสื้อผ้ามือสองที่มีเยื่อหุ้มมาเป็นจำนวนมากก็จะทำให้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองได้กำไรมากยิ่งขึ้น และถ้าได้สินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ไม่มีเยื่อหุ้มก็จะทำให้มีกำไรลดลงบ้างเล็กน้อย

ปัจจุบันขายเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมื่น มีลูกค้าประจำอยู่แล้ว ในช่วง 7.00 – 8.00 น. จะขายเสื้อผ้ามือสองได้เป็นอย่างดี พอในช่วงเวลา 09.00 น. นั้นลูกค้าจะไม่ค่อยมี แต่เนื่องด้วยปัจจุบันเศรษฐกิจไม่ดี ราคายางพาราตกต่ำ ทำให้ผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้ามือสองมีรายได้ ลดลง ลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าลดลงกว่าเดิมมาก และจะขายดีในช่วงกลางเดือนถึงปลายเดือน ช่วงต้นเดือนนั้นจะขายไม่ดี เพราะผู้คนส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายที่จะต้องชำระและใช้จ่ายเป็นประจำใน ทุกๆเดือนอยู่แล้ว เลยส่งผลทำให้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองขายไม่ดีในช่วงต้นเดือน ในการขายสินค้า เสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมื่น ถือว่ายังขายสินค้าได้และมีกำไร แต่เนื่องด้วยปัจจุบันภาวะที่ เศรษฐกิจไม่ดี ทำให้มีลูกค้าลดลง แตกต่างจากเดิมที่มีลูกค้ามาซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้ ลดลงไปบ้าง แต่ถ้ามาพูดถึงเรื่องกำไร ขาดทุน ในการค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ขาดทุนนั้นจะมีน้อย เล็กน้อย โดยส่วนใหญ่แล้วจะได้กำไรมากกว่า ถ้าคุณภาพสินค้าเสื้อผ้ามือสองดีนั้นทำให้ลูกค้าสนใจและ เป็นที่ต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้มีกำไรมากยิ่งขึ้น สำหรับการขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัด เกาะหมื่นจ่ายค่าเช่าพื้นที่ในการวางแผงขายค่อนข้างแพงกว่าตลาดนัดสถานที่อื่นๆ ขายสินค้าเสื้อผ้ามือ สองในตลาดนัดเกาะหมื่นนั้น ตนมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว ทำให้อุดขายดีมีกำไร แม้กระทั่งฝนตกก็ยังขาย สินค้าเสื้อผ้ามือสองได้ แต่สำหรับตลาดนัดอื่นๆ ในช่วงฤดูฝนตกนั้นจะขายสินค้าไม่ดี หรือไม่ก็จะหยุด ขายไปเลยประมาณ 1- 2 อาทิตย์ ด้วยเหตุที่จากฝนตกบ่อยทำให้มีลูกค้าน้อยลง ส่วนมากลูกค้าที่มา ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมื่นนั้นจะเป็นวัยทำงานที่มีเงินเดือนรายได้ประจำอยู่แล้ว และ

กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพทำสวนยางพาราเป็นส่วนใหญ่ เอาเสื้อผ้ามือสองมาขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่ขายดี แต่เหนื่อยจริงๆ เหนื่อยโถมกาย ไม่ว่าจะขายเสื้อยืด เสื้อเชิ้ต กางเกงยีนส์ที่นี้ก็ขายได้หมดเพราะคนเยอะมากโดยเฉพาะวันพุธกับวันเสาร์ที่เป็นวันนัดใหญ่ของที่นี่ ขายได้น้อยแต่ได้ราคาดี มีกำไร ยังดีกว่าขายได้เยอะแต่ขายได้เท่าทุน ไม่ได้กำไร

ในส่วนของความสัมพันธ์ของพ่อค้าแม่ค้าด้วยกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะช่วยขึ้นเต็นท์ จัดแผง ตลอดจนพูดคุยปรึกษากันในการตั้งราคาสินค้า ตลอดจนฝากเผ่าหน้าแผงกันได้ ในยามที่ตนมีธุระ หรือไปทำภาระกิจอย่างอื่น ตนจะไม่รับประทานอาหารเช้าที่ตลาดนัด จะกลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน เพราะพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ไม่ค่อยสะดวกและสะอาด ในการรับประทานอาหารเช้า เพราะมีฝุ่นเป็นส่วนใหญ่ในบริเวณพื้นที่รอบๆ ตลาดนัดเกาะหมี่

ส่วนค่าเช่าพื้นที่ขายรายปีในปี พ.ศ. 2557 เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ได้ทำการยกเลิกไปแล้ว เพราะเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่จะทำการปรับปรุงตลาดในรูปแบบใหม่ทำให้พื้นที่ขายดีกว่าเดิม ในการจัดทำร้านค้าเป็นล็อกๆ ให้มีความแข็งแรง และสวยงามมากยิ่งขึ้น ทำให้แม่ค้าที่เช่าพื้นที่ขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่แบบรายวันนี้ไม่มีภาระผูกพัน คือถ้าแม่ค้าเช่าพื้นที่ขายสินค้าแบบรายวันนั้นเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่มีสิทธิที่จะบอกแม่ค้าได้ว่าเมื่อไหร่ที่จะทำการปรับปรุงพื้นที่ในตลาดนัดได้เพื่อที่บอกให้แม่ค้าไปขายในตลาดนัดอื่นได้ (พีตาล, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2556)

การขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองตัดราคา โดยเฉพาะพ่อค้าแม่ค้าที่มาทีหลัง แล้วไม่เป็นมิตรกับพ่อค้าแม่ค้าหน้าเก่าๆ เป็นการกระทำที่ไม่ดี เราทำมาหากินด้วยกันทั้งนั้น เหนื่อยด้วยกันทั้งนั้น คิดมาเอาแต่ได้เห็นแก่ตัวสุดๆ อย่างว่าอย่างนั้นอย่างนี้เลยนะคะ เราขายเสื้อผ้ามือสอง พอเห็นเราขายดีเหมือนแจกฟรีก็มีคนมาทำขายด้วย ทำขายเหมือนกันไม่เท่าไร ไหนๆ ก็ห้ามไม่ได้ เพราะทุกคนต้องเลี้ยงครอบครัวเลี้ยงตัวเอง แต่ตลาดนัดเกาะหมี่ไม่มีระเบียบเลย ใครมาขายอะไรขายได้หมดมาเหอะขอให้ตลาดได้เงินค่าเช่า เธอขายได้ไม่ได้ไม่สนใจ สุดท้ายเสื้อผ้ามือสองขายเหมือนกันเต็มตลาด บานเป็นดอกเห็ดจริงๆ พ่อค้าแม่ค้าเก่าๆ รายได้ลดลง โชคดีที่มีลูกค้าประจำที่ไม่หนีไปไหนแล้วเขาก็ไปซื้อสินค้าแผงอื่นด้วย แต่ก็ต้องกลับมาซื้อที่แผงของเราอยู่ดี แผงอื่นเอาแต่ขายเพราะเห็นเราขายดี บางคนมือใหม่ด้วยซ้ำ ขายติดกันกับร้านเราทั้งด้านหน้าด้านหลังเลย บางคนมาลลอกถามสูตรการตั้งราคา เห็นเป็นเพื่อนบ้านอยู่แผงติดกัน ตอนแรกเขาดีกับเรามาก แต่เราดูเขาเอาอะไรมาขายก็ขายไม่ค่อยได้ เลยบอกไปแต่บอกไม่หมด ทั้งๆที่เมื่อก่อนเขาขายเสื้อยืด ขายกางเกงขาสั้นก็ขายไม่ดี

กะนิเล่าให้ฟังว่า กลวิธีที่พบบ่อยคือการขายตัดราคากัน บางครั้งราคาที่เขายขายตัดราคาเรา บางทีก็เอาของมีตำหนิเอามาขาย หรือเหมากระสอบมาเจอบ่อย มาทีหลังยังไม่พอ ยังมาขายตัดราคาแล้วยังมาตั้งข้างหน้าเลยแฉงใหญ่กว่าด้วย เราตั้งราคาเพื่อเอาไว้เลย ถ้าตั้งต่ำเกินไป ลูกค้าต่อเราก็หมดกำไรพอดี ดิฉันใช้วิธีนี้ สมัยก่อนเคยขายตามใจลูกค้า ต่อมาเท่าไร มีกำไรเอาหมดสุดทำอยู่ไม่ได้จึงสมัยนั้นหัดขายใหม่ๆ ตั้งราคาต่ำไปเราก็ต้องมีคาร์ถ ค่าเช่า ค่ากินค่าเดินทาง มันจะอยู่ไม่ได้ ถ้ารับสินค้ามา 100 บาท มาขายในราคา 159 บาท ลูกค้าต่อราคาเหลือ 120 บาท ก็ไม่ไหวเหมือนกัน เคยมาหมดแล้ว เคยเจ๊งเพราะขายตามใจลูกค้า สินค้าตัวไหนลดได้ก็ลดตัวไหนลดไม่ได้ก็ไม่ลด เพราะเราก็ออยู่ไม่ได้ ทำใจนะคะ ขายสินค้า แล้วเจตตหน้ามันมีทุกที เพราะคนเราจิตสำนึกมันไม่เหมือนกัน บางคนเห็นเขายขายอยู่ก็เกรงใจไม่กล้าลงสินค้า บางคน ไม่สน ตนจะขาย จะทำไม่ เจอมากับตัวเอง ขายราคาต่ำกว่า เชื่อว่าเรารักษาคุณภาพไม่เอาเปรียบจนเกินไป เราก็มีลูกค้าประจำแน่นอน (กะนิ, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2556)

ยุพินเล่าให้ฟังว่า วันแรกที่มาตลาดนัดเกาะหมี่คิดอยู่ในใจว่าทำไมเสื้อผ้ามือสองที่พ่อค้าแม่ค้าขายมีหลายราคา ทั้งๆที่รู้ดีอยู่แล้วว่ารับสินค้ามาจากที่เดียวกัน บางแผง 3 ตัว 100 บาท บางแผงตัวละ 60 บาท 2 ตัว 100 บาท บางแผงตัวละ 100 บาท ทำให้ตนต้องทำการบ้านหนักหน่อยในการที่จะมาขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดแห่งนี้ ตลอดจนการขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ จะขายได้หรือไม่ได้ ขึ้นอยู่กับหลายๆ อย่าง ทีเดียวการจัดสินค้า เลือกรวิธิการตัดราคาสินค้า ทำเลพื้นที่ตั้งแผง ถ้ารู้สึกว่สินค้าขายได้น้อย อาจจะต้องกลับมาดูว่า ราคาสินค้าแพงไปป่าว หรือจัดไปรูปแบบ ซื่อ 1 แฉม 1 หรือไม่ก็ลดราคาสินค้า เอากำไรน้อยหน่อยหนึ่งเพื่อเอาทุนมาต่อยอด ทุกอย่างที่เกิดขึ้นคือประสบการณ์สอนให้รู้จักการปรับตัว ขายเสื้อผ้ามือสองไม่ตีใน 1-3 อาทิตย์แรกยังไม่ใช่ข้อสรุป มันต้องดูไปนานมากกว่า ความสำเร็จไม่ได้เกิดขึ้นในวันเดียวอยากค้าขายเสื้อผ้ามือสองต้องใจเขาใจเรา ลูกค้าไม่ได้มีเงินมาเดินซื้อทุกวันอยู่ที่ว่าเห็นสินค้าถูกใจ ถูกใจแล้ว มีเงินในกระเป๋าหรือเปล่า ทุกครั้งที่มาเปิดแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองต้องทำใจ ขายได้บ้างไม่ได้บ้างก็ต้องไม่ท้อ อีกอย่างซื้อสินค้ามาเยอะและสินค้ายังเหลืออีกเยอะ ตอนนั้นก็ลุ่มๆดอนๆ จึงจำเป็นจะต้องมีความสุขกับสิ่งที่เราขาย ถ้าเรารักและชอบในสิ่งที่ขายเสื้อผ้ามือสอง ทุกอย่างจะถูกสื่อออกมาอย่างมีความสุข แต่ใจเรารักและชอบสินค้าที่เราขาย พอลูกค้าถาม เราตอบอย่างมีความสุข วันนี้เค้าไม่ซื้อ วันหน้าเค้าอาจจะกลับมาก็ได้ อย่าคาดหวังกับกำไร หรืออะไรจนใหญ่โตมากนัก (ยุพิน, สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2556)

พีรีเล่าให้ฟังว่า เริ่มหารายได้เสริมจากการเปิดแผงขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัด เกาะหมี สิ่งที่ทำในเวลาว่างที่เสร็จจากภาระหน้าที่ในการทำสวนยางพารา ด้วยความที่ภาวะเศรษฐกิจไม่ค่อยดี ราคาของตกต่ำเป็นอย่างมาก อาชีพเสริมจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดที่จะทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญต้องเป็นอาชีพที่ใช้เงินลงทุนต่ำ และไม่รบกวนเวลาในการทำงานประจำ แรกๆ ก็มาสํารวจตลาดนัดว่ามีกลุ่มผู้บริโภคแนวไหนบ้าง พร้อมกับมองหาทำเลที่ตั้งแผง เพื่อที่จะได้ไปติดต่อกับเจ้าของตลาดนัดเพื่อเช่าพื้นที่ ไปรับเสื้อผ้ามือสองมาจากตลาดนัดยรรยง คัดเลือกมาเป็นตัว มาวางแผงขายสินค้าที่ตลาดนัดเกาะหมีตั้งแต่บ่ายสามโมง พอตกเย็นเกิดปัญหาแล้วเมื่อเริ่มมืดก็ต้องใช้แสงสว่างจากหลอดไฟ บรรดาพ่อค้าแม่ค้ามืออาชีพเจ้าอื่นๆ เขามีหลอดไฟกันหมด ส่วนมือสมัครเล่นอย่างผมนั้นหรือเตรียมมาแน่นอนหลอดไฟ แต่สายไฟมันสั้นนิดเดียว ไม่สามารถที่จะไปเสียบกับเต้ารับที่ใกล้ที่สุดได้ สุดท้ายก็ต้องนั่งขยี้มิดๆ กันไป เป็นความสับสน และพลาดในหลายๆ เรื่อง ซึ่งคิดว่าความผิดพลาดในวันนี้ทั้งหมดพรุ่งนี้มันจะไม่มีทางเกิดขึ้นซ้ำสองแน่นอนอย่างไร วันนี้แม้ว่าจะขายอะไรไม่ได้แต่ได้ประสบการณ์มาแล้ว ก็นั่งเขียนรายการสิ่งที่ต้องแก้ไขในวันพรุ่งนี้ลงในสมุดประจำตัว นั่งเขียนไม่ทันเสร็จ ลูกค้ารายแรกก็เดินตรงเข้ามายืนด้อมๆ มองๆ เสื้อผ้ามือสองอย่างเจียบๆ ลูกค้ายืนมองสินค้าอย่างเจียบๆ "ดูก่อนได้นะครับ" ผมพูดเชิญชวน ก็ยังยืนมองสินค้าอย่างเจียบๆ ผมคิดในใจว่าทำใจดีวะเนี่ย นึกขึ้นมาได้ว่าการขายของต้องมีการโปรโมทให้สินค้านั้นเป็นที่น่าสนใจเสียก่อนเป็นขั้นตอนแรก จึงไม่รอช้าครับ "สอบถามได้นะครับ ราคาคุยกันได้ ไม่แพงอย่างที่คิดครับ" (พีรี, สัมภาษณ์ 18 ธันวาคม 2556)

จากการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสไปมีส่วนร่วมกิจกรรมในการปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงกระบวนการต่างๆ ที่จำเป็นต่ออาชีพพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมีเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการการดำรงวิถีชีวิตแบบอิสลามบนวิถีชีวิตพ่อค้าแม่ค้าที่ต้องเร่งขายตามตลาดนัดต่างๆ การต่อรองกับเจ้าของตลาดนัดและเพื่อนพ่อค้าแม่ค้าร่วมตลาดเพื่อให้ได้พื้นที่ที่ตนจะได้เป็นเจ้าของล็อก การต่อรองกับลูกค้าไม่ว่าจะโดยการใช้อำนาจต่อรองในการขาย หรือจะใช้วิธีการนำเสนอสินค้าตามแบบฉบับที่ตนเป็นคนสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดลูกค้า หรือแม้กระทั่งการเดินทางไปซื้อสินค้าเพื่อมาขายก็ต้องใช้เทคนิคการต่อรอง ทั้งต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง ทุกกระบวนการล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองทั้งสิ้น

สรุปผล

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ทำการศึกษาในตลาดนัดเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้นำเสนอสองประเด็นหลักคือ ศึกษาพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดและศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดเกาะหมี่

1.1 การก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) พบว่า กิจกรรมการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้า แม่ค้า ที่เข้ามาจำหน่ายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ช่วงแรกๆ จะเป็นกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลามที่อาศัยอยู่ในชุมชนเกาะหมี่ นำเอาสินค้าที่ได้จากผลผลิตทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทพืชผัก ผลไม้ ที่ปลูกกันในบริเวณข้างๆ บ้านที่พักอาศัยอยู่ ตลอดจนสินค้าที่ทำได้จากธรรมชาติ ประเภทพืช ผักป่า หน่อไม้ และปลาที่ได้หาได้จากท้องไร่ท้องนา อาหารทะเล และสินค้าประเภทเนื้อ เช่น ไก่พื้นเมือง เนื้อหมู นำมาแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน

1.2 ตลาดนัดเกาะหมี่กับการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) พบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนจากภายนอกชุมชนเพิ่มมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้า ต่างก็เข้ามาลงทะเบียนกับเจ้าของตลาดเพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตนเองในตลาด สินค้าเดินทางมาพร้อมๆ กับพ่อค้าแม่ค้าด้วยรถไฟ สินค้าแตกต่างไปจากเดิม มีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น เช่น อุปกรณ์เครื่องมือทางการเกษตร ของใช้เบ็ดเตล็ด เครื่องใช้อุปโภคบริโภคในครัวเรือน และเสื้อผ้า ตลอดจนเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ มีความคิดที่จะให้ พ่อค้าแม่ค้า มีความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมการค้าขาย และการจับจ่ายใช้สอยในตลาดนัดเกาะหมี่ให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น จึงได้ขยายวันเวลา จากเดิมที่จัดมีในทุกวันเสาร์ของสัปดาห์ ได้เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งวัน คือ วันพุธ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนเกาะหมี่ และชุมชนใกล้เคียง ตลอดจนมีการปรับปรุงตลาดโดยการขยายพื้นที่ จัดโซนสินค้า มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน

1.3 ตลาดนัดเกาะหมึกกับการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556) พบว่า การคมนาคมในชุมชนเกาะหมึกมีความสะดวกขึ้น พ่อค้าแม่ค้าเดินทางมาค้าขายกันได้สะดวก กิจกรรมการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมึกมีบรรดาพ่อค้าแม่ค้า จากภายนอกชุมชนเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าแม่ค้า ในตัวเมืองหาดใหญ่ พ่อค้าแม่ค้า ในจังหวัดสงขลา และพ่อค้า แม่ค้าในอำเภอใกล้เคียงโดยเฉพาะพ่อค้าแม่ค้า ที่เดินทางมาจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ่อค้าแม่ค้าเหล่านี้จะมีลักษณะการค้าขายเร่ไปตามตลาดนัดต่างๆ โดยไม่ซ้ำวันกัน เมื่อขายสินค้าหมดก็จะไปปรับสินค้าจาก พ่อค้าคนกลางในเมือง หรือบางคนก็จะเดินทางไปปรับสินค้าเอง จึงทำให้ลักษณะสินค้าในช่วงนี้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายของสินค้า โดยส่วนใหญ่สินค้าที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ก็จะเป็นสินค้าประเภทสินค้าเสื้อผ้ามือสอง จากเดิมที่ผู้ที่เข้ามาจับจ่ายซื้อ พืชผัก อาหารเพียงอย่างเดียวจนมาปัจจุบันสามารถเดินเลือกซื้อ เลือกชม สินค้าได้ตามใจชอบ โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกระดับ ทุกเพศทุกวัย และปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมึกเปิดขายสินค้าทุกวันตั้งแต่บ่ายสองโมงเป็นต้นไปจนถึงค่ำ สำหรับวัน พุธ กับ วันเสาร์ จะเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมึก ซึ่งเปิดขายตั้งแต่หกโมงเช้าไปจนถึงค่ำเช่นกัน

2. ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมึก

2.1 กว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง พบว่า ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองต่างก็เคยประกอบอาชีพอย่างอื่นมา ลองผิดลองถูกมาแล้วหลายอาชีพ ก่อนที่จะมาประกอบอาชีพขายเสื้อผ้ามือสอง จะต้องหาแหล่งขายส่งและขายปลีกเสื้อผ้ามือสอง ผู้ค้าบางรายลองเอาเสื้อผ้าของตนเองที่ไม่ใช้แล้วไปลองตั้งแผงขาย ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองประสบความสำเร็จเกือบทุกรายในการขายเสื้อผ้ามือสอง เพราะรายได้เพิ่มขึ้น และยังเป็นอาชีพที่อิสระอีกด้วย

2.2 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ตลาดนัด พบว่า กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมึกแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกจะขายเฉพาะในตลาดเกาะหมึก อีกกลุ่มหนึ่งจะขายตลาดนัดอื่นด้วย จะมีวันหยุดวันจันทร์วันเดียวเพื่อสั่งซื้อสินค้า คัดเกรดสินค้า

2.3 การช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมึกเพื่อให้มีแผงขายสินค้า พบว่า ด้วยความที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่พอสมควร อีกทั้งยังอยู่ติดกับถนนสายหลัก (หาดใหญ่-สงขลา) ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองด้วยกัน ตลอดจนผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองจะตามเพื่อนมาขายที่ตลาดนัดเกาะหมึกเป็นอันดับแรก หลังจากนั้นจะติดต่อกับเจ้าของตลาดหาพื้นที่ ผู้ค้าบาง

รายรอนกว่าเจ้าของแผงที่จ่ายเงินกับเจ้าของตลาดเป็นรายปีไม่มา จึงจะนำเสื้อผ้ามือสองไปตั้งแผงขายได้ เพื่อนแบ่งพื้นที่ให้ตั้งแผงขายแต่ต้องช่วยเพื่อนจ่ายค่าเช่าพื้นที่รายวัน และใช้วิธีชิงแผงจากเพื่อน เจ้าของตลาดนัดเกาะหมียังมีการตั้งกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของตลาดนัด เพื่อความเป็นระเบียบของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด และผู้ซื้อไว้อย่างชัดเจน คือ พ่อค้า แม่ค้า ทุกคนจะต้องลงทะเบียนต่อเจ้าของตลาดนัดว่าใครครอบครองพื้นที่ตรงไหน ต้องไม่สร้างปัญหา ไม่อนุญาตให้ต่อเติมแผงที่ขายสินค้าห้ามเชิงร้านก่อนได้รับอนุญาต และเมื่อครบปี พ่อค้า แม่ค้า จะต้องจ่ายเงินค่าเช่าที่รายปี ทุก ราย ในเดือนมกราคม ไปจนถึงเดือนมีนาคม พ่อค้า แม่ค้า เจ้าไหนที่ไม่จ่ายค่าเช่ารายปี ตามวันเวลาที่กำหนด เจ้าของตลาดนัดจะไม่อนุญาตให้ขายสินค้าต่อไปได้ นอกจากนี้แล้วตลาดนัดเกาะหมียังมีการบริหารงานในรูปแบบของการจัดการธุรกิจครอบครัว

2.4 การสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง พบว่า สินค้าเดินทางมาจากมาเลเซียผ่านเจ้าแกซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางจากจังหวัดปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส อีกส่วนหนึ่งผู้ค้าจะไปคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อที่ตลาดโรงเกลือ และสั่งซื้อตามเว็บไซต์สินค้าเสื้อผ้ามือสอง สำหรับการเดินทางของสินค้าจะเดินทางมาพร้อมกับผู้ค้าในช่วงแรก ๆ หลังจากนั้น สินค้าจะเดินทางมาเองโดยการส่งมาที่บรรณชนส่งจนถึงมือผู้สั่งซื้อ การจ่ายเงินจะใช้วิธีการจ่ายได้หลายรูปแบบเป็นเงินสด โดยการโอนเงิน ผ่านธนาคาร หรืออาจใช้เครดิตขายสินค้าก่อนแล้วจ่ายงวดต่อไป เมื่อได้รับสินค้าล็อตใหม่เข้ามา

2.5 การขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน พบว่า เริ่มต้นด้วยการขึ้นเต็นท์ ปักคันทรม หลังจากนั้นนำเอาเสื้อผ้าที่ค่อนข้างที่มีคุณภาพสมบูรณ์ หรือที่มียี่ห้อ มาแขวนไว้บนก้านร่ม เป็นเทคนิคในการวางแผงเพื่อให้สะดุดตาผู้ซื้อ การตั้งราคาของสินค้า อย่างเช่น ขายตัวละ 40 บาท ถ้าซื้อ 3 ตัว ขายในราคา 100 บาท หรือ ตัวละ 60 บาท ถ้าซื้อสองตัว 100 บาท และติดป้ายราคาไว้ อย่างชัดเจน โปรโมทแนะนำสินค้า ตลอดจนการพูดคุยกับผู้ซื้อด้วยวาจาไพเราะอ่อนหวาน และผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองด้วยกันมีการขายตัดราคากันอีกด้วย

2.6 ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง พบว่า ชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมียังมีการเวียนตามตลาดนัดอื่น และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าแต่ละกลุ่มที่มีกลวิธีในการปฏิบัติการที่แตกต่างกัน บางรายเพิ่มเงินลงทุนเพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ได้มีพลวัตการเปลี่ยนแปลงเป็น 3 ระยะ โดยในระยะเริ่มแรก (ปี พ.ศ. 2496-2518) ของตลาดนัดเกาะหมี่เป็นเพียงพื้นที่ใต้ต้นยาง ผู้คนนำผลิตผลทางการเกษตรมาแลกเปลี่ยนกัน ผู้คนที่มาแลกเปลี่ยนจะเป็นคนที่อยู่ในชุมชน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก การคมนาคมยังไม่สะดวกสบายเท่าในปัจจุบัน ผู้คนดำเนินชีวิตแบบยังชีพ ดังนั้นผลผลิตที่เหลือจากอุปโภค บริโภคในครัวเรือนจึงมีการนำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2549) ที่กล่าวว่ากิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง สิ่งที่น่ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นฐานของการดำรงสังคม ตลาดก็มีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมเมืองในยุคสมัยต่างๆ นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวรรณ์ ธรรมรัตน์ (2551) ที่กล่าวถึงตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2449 เพื่อใช้เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าสำหรับการอุปโภคและบริโภค โดยเริ่มแรกตลาดนัดจะตั้งอยู่ใกล้กับริมคลอง เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่บริเวณคาบสมุทรสทิงพระในอดีต มักตั้งอยู่ริมน้ำ ประชาชนนิยมเดินทางติดต่อกับชุมชนอื่นโดยทางเรือ การค้าขายจึงมักจะเป็นการค้าขายกันทางเรือ พ่อค้าแม่ค้าจะนำสินค้าให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ตามสายคลองต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก จึงมีการตั้งถิ่นฐานบริเวณภายในคาบสมุทรสทิงพระมากขึ้นโดยเฉพาะตามแนวถนน ตลาดนัดในระยะหลังจึงเกิดขึ้นตามแนวถนน

จากการศึกษาพบว่าในช่วงระยะที่สอง (ปี พ.ศ. 2518-2543) ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนจากภายนอกชุมชนเพิ่มมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้า ต่างก็เข้ามาลงทะเบียนกับเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตนเองในตลาดนัดเกาะหมี่ มีความหลากหลายของสินค้า เช่น เครื่องไม้เครื่องมือทำการเกษตร ของใช้เบ็ดเตล็ด ของใช้อุปโภค บริโภคในครัวเรือน เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ มีความคิดที่จะให้ พ่อค้า แม่ค้า มีความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมการค้าขาย และการจับจ่ายใช้สอยในตลาดนัดเกาะหมี่มีความสะดวกยิ่งขึ้น จึงได้ขยายวันเวลา จากเดิมที่จัดมีในทุกวันเสาร์ของสัปดาห์ ได้เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งวัน คือ วันพุธ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนเกาะหมี่ และชุมชนใกล้เคียง ตลอดจนมีการปรับปรุงตลาดโดยการขยายพื้นที่ จัดโซนสินค้า มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน จะเห็นได้ว่ามีคนต่างถิ่นเข้ามาขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น เป็นเพราะว่ามีการคมนาคมที่สะดวก มียานพาหนะ สำหรับเดินทางมาแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพ สุทธิ

มิตร (2541) ที่กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดนัดประกอบด้วย ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่วนลักษณะของตลาดปรากฏว่า ตลาดนัดตั้งอยู่ใจกลางชุมชน ส่วนมากจะเป็นแผงลอยอยู่ในที่โล่ง สินค้าที่นำมาขายทั้งสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น ส่วนพ่อค้ามีทั้งคนในท้องถิ่น และคนต่างถิ่น สำหรับผลกระทบพบว่า ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม วัฒนธรรม

ในช่วงระยะที่สาม (ปี พ.ศ. 2543-2556) พบว่า ชุมชนเกาะหมี่ได้ปรับปรุงทำเป็น ถนนลาดยางขึ้นใน พ.ศ. 2543 ถนนลาดยาง ทำให้ผู้คนจากต่างถิ่น มาขายเสื้อผ้ามือสอง 2-3 ร้าน เนื่องจากยังไม่มีการค้าเสื้อผ้ามือสอง จึงทำให้ผู้ค้าพยายามที่จะเปิดตลาดใหม่ จึงทำให้ผู้ค้าบางส่วน ที่มาจากอื่น เข้ามาค้าขายเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการค้าเสื้อผ้ามือสอง ปี พ.ศ. 2549 เริ่มมีผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายเพิ่มมากขึ้น 10-20 ร้าน ในช่วง ปี พ.ศ. 2552 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทยอยเข้ามาประมาณ 20-30 ร้าน จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2556 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมี 30-40 ร้าน ในพื้นที่ตลาดนัด เกาะหมี่พบว่าผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้ครอบครองพื้นที่ตลาดครึ่งหนึ่งของตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้ค้าผลิตผลทางการเกษตร และสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือนถูกถอยร่นไปอยู่ด้วยกัน บริเวณริมถนนซึ่งเป็นที่สัญจรของยานพาหนะ เต็มไปด้วยร้านค้าเสื้อผ้ามือสอง จากเดิมที่ผู้ที่เข้ามาจับจ่ายซื้อ พืชผัก อาหาร เพียงอย่างเดียวจนมาปัจจุบันสามารถเดินเลือกซื้อ เลือกชม สินค้าได้ตามใจชอบ โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกระดับ ทุกเพศทุกวัย และปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมี่เปิดขายสินค้าทุกวัน ตั้งแต่บ่ายสองโมงเป็นต้นไปจนถึงค่ำ สำหรับวัน พุธ กับ วันเสาร์ จะเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมี่ ซึ่งเปิดขายตั้งแต่หกโมงเช้าไปจนถึงค่ำเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนุรฮัยมี หวันชิตนาย และคณะ (2555) พื้นที่ตลาดคลองแวง เดิมเป็นพื้นที่ตลาดสดที่ผู้คนมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปประกอบอาหาร ต่อมาพื้นที่ตลาดนัดได้ถูกทำให้กลายเป็นพื้นที่ขายสินค้ามือสอง โดยการเปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้ามือสอง ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ เป็นจำนวนมากจนกระทั่งปัจจุบัน

2. ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ จากการศึกษาพบว่า พ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสองส่วนใหญ่เคยประกอบอาชีพอย่างอื่นมาก่อนหน้านี้แล้ว การเดินทางมาสู่พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่โดยผ่านการชักนำจากเพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน และได้รับข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่เร่ขายตามตลาดนัดต่างๆ การช่วงชิงพื้นที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง มีกลวิธีในการแสวงหาพื้นที่ที่แตกต่างกันในตลาดนัดเกาะหมี่ โดยการเข้าไปสำรวจพื้นที่หาทำเลติดต่อเจ้าของตลาด แข่งร้านจากเจ้าของเดิม กิจกรรมการค้าเสื้อผ้ามือสองขายในตลาดนัดเกาะหมี่

เป็นไปอย่างคึกคัก ผู้ค้ามีกลวิธีเทคนิคในการขายที่แตกต่างกันออกไป เช่น มีการประชาสัมพันธ์สินค้า การขายตัดราคากัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวาณี เรื่องดิลกรัตน์ (2531) ที่กล่าวถึงการตัดสินใจเลือกวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่เอง มีองค์ประกอบด้าน ระยะทาง ระยะเวลา เส้นทางคมนาคม ชนิดสินค้าที่ขาย และการเดินทางเป็นกลุ่มตามคำชักชวนของเพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างทำเลที่ตั้งตารางเวลานัดหมาย และการกระจายทางพื้นที่ของตลาดนัด การเปลี่ยนแปลงจากตลาดนัดไปสู่ตลาดถาวร เมื่อชุมชนขยายใหญ่ขึ้น และอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อขนาดตลาดนัด

ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง มีภาคปฏิบัติในการเดินทางไปซื้อสินค้าล็อตใหม่เข้าร้าน การสั่งซื้อสินค้าจะสั่งจากเจ้าแกโดยใช้วิธีการโทรศัพท์สั่ง การต่อรองกับอำนาจต่าง ๆ การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น ความสัมพันธ์เชิงอำนาจเพื่อการค้า กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง การต่อรองกับกฎระเบียบของตลาดนัด สอดคล้องกับงานวิจัยของเนาวรัตน์ รัตนพลแสน (2543) ที่กล่าวถึงการประกอบธุรกิจการค้าเสื้อผ้ามือสอง ส่วนมากเป็นการประกอบธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีขนาดเล็กและมีการดำเนินงานเป็นไปแบบง่าย ๆ มีอิสระในการจัดการ ใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุน โดยซื้อเสื้อผ้าจากพ่อค้าคนกลางที่นำมาจำหน่ายที่ตลาดโรงเกลือ ณ จุดผ่านแดนถาวรบ้านคลองลึก อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นเสื้อผ้าที่ประเทศกัมพูชาได้รับบริจาคมาจากประเทศแถบยุโรป อเมริกา เกาหลี ญี่ปุ่น แล้วนำมาจำหน่ายต่อเพื่อนำเงินไปใช้จ่ายภายในประเทศ ประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสองเพื่อเป็นอาชีพเสริม เสื้อผ้าที่นำมาจำหน่ายเป็นเสื้อผ้าตามฤดูกาล ได้แก่ เสื้อกันหนาว กางเกงลำลอง กางเกงยีนส์ เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น โดยตั้งราคาตามต้นทุนของสินค้า นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ de Certeau (1984) ที่มองว่าการที่ฝ่ายที่อ่อนแอ หรือถูกครอบงำ ใช้จังหวะเวลาและโอกาสที่มีอยู่ ฉวยประโยชน์จากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าเขามองว่าการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของการแย่งชิงและต่อรองความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) ระหว่างผู้กำหนด กับ ผู้ใช้ ทั้งหมดนี้ไม่ใช่ความสัมพันธ์อย่างเดียว แต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุดในชีวิตประจำวัน และ de Certeau กล่าวถึง ชีวิตประจำวัน มีมิติทางการเมือง ในการอธิบายถึงพลวัตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในชีวิตประจำวัน “Strategy” หรือ “ยุทธศาสตร์” หมายถึงการกระทำของอำนาจที่มีฐานที่มั่นชัดเจน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจัดวางความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกวงโคจร “ตรรกะของการเมือง เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบ ของยุทธศาสตร์” ส่วน “Tactic” หรือ “อุบาย”

หมายถึงการกระทำที่ไม่มีตำแหน่ง แห่งที่ของตัวเอง แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจอาศัยจังหวะ และโอกาส ในการฉกฉวยประโยชน์หรือ ต่อรองกับอำนาจ การทำงานของ “อุบาย” เป็นเรื่องชั่วคราว และไม่ได้ครอบครองผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ความสำเร็จอยู่ที่การหาช่องจังหวะเวลาที่จะแปลงสถานการณ์ เฉพาะหน้าให้เป็นโอกาส de Certeau ซึ่งว่ากิจกรรมในชีวิตประจำวัน มีกระบวนการทำงานของ “อุบาย” แฝงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นในการสนทนา การอ่าน การเดิน การจับจ่ายซื้อของ การทำกับข้าว และ อื่นๆ เพื่อช่วงชิง ต่อรอง การจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

นอกจากนี้ยังพบว่าในงานศึกษาของของมารียา บิลและ (2555) ที่กล่าวถึงการ ต่อรองเป็นกลยุทธ์ของแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนในพื้นที่ชายแดนปาดังเบซาร์ แรงงานรับจ้าง มุสลิมมีการต่อรองกับบ้านเกิด เพื่อเข้ามาสู่เป็นแรงงานรับจ้างข้ามแดนมีการต่อรองกฎระเบียบของรัฐ ชาติและกฎของตลาดในการข้ามแดนโดยการไม่ประทับตราผ่านแดนอย่างสมำเสมอ และหลีกเลี่ยง การทำใบอนุญาตทำงานในมาเลเซีย แรงงานรับจ้างมุสลิมสร้างความไว้วางใจเพื่อต่อรองกับนายจ้าง ใช้ความเป็นคนตรงไปตรงมา และการไม่สามารถพูดภาษามลายูได้ ต่อรองกับแรงงานรับจ้างด้วยกัน อีกทั้งแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดนต่อรองกับผู้ซื้อโดยการแสดงความไม่เต็มใจให้บริการ และการ ต่อรองกับศาสนาโดยการแต่งกายที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของเก้ตลา วา บุญปราการ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดน ปาดังเบซาร์ ไทย-มาเลเซีย เป็นการศึกษาผู้ค้ามุสลิมรายย่อยที่ข้ามเขตแดนจากไทยไปค้าขายยังประเทศมาเลเซีย โดยผู้วิจัยเน้นศึกษาในพื้นที่ตลาดอาเก็ดและตลาดปาดังเบซาร์มาเลเซียรัฐเปอร์ลิสพบว่าผู้ค้ามุสลิมมี กลวิธีการขนส่งสินค้าข้ามแดนที่ต้องลักลอบนำสินค้าข้ามแดนจากไทยมาขายยัง ตลาดอาเก็ดเพื่อหลบ หลีกการตรวจจับของเจ้าหน้าที่ เช่น “กองทัพนมด” “การยัดไส้” และ “การเตะเข้าเตะออก” ถือเป็น เครื่องมือของทั้งผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่ากับผู้ที่มีอำนาจมากกว่าหรือกับผู้ที่น่ากฎระเบียบมาควบคุม สินค้าข้ามแดนกับคนที่พยายามจะต่อรองเพื่อให้สามารถนำสินค้าข้ามแดน ทำให้เห็นว่าพ่อค้าแม่ค้า ต่างต้องมีกลยุทธ์และวิธีการเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อต่อรองกับอำนาจรัฐหรือกฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อให้ธุรกิจการค้าของตนเองดำรงอยู่ได้

นอกจากการหาสินค้าที่จะนำมาขายแล้ว ภายในตลาดที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน และมีความคล้ายคลึงกันมาก พ่อค้าแม่ค้าจำเป็นต้องมีกลวิธีบางอย่างเพื่อสร้างความโดดเด่น และดึงดูดผู้ซื้อให้มาที่ร้านของตนเอง ซึ่งสามารถเห็นได้จากการเลือกที่ตั้งทำเลที่จดจำได้ง่าย หรือการจัด

วางร้านตั้งโชว์สินค้าที่ทำให้ร้านของตนเองมีความแตกต่างจากร้านอื่น บางร้านอาจแขวนผ้าไว้กับที่สูง หรือแขวนไว้กับราว และมีป้ายราคากำหนดไว้ชัดเจน หรืออาศัยการพูดจูงใจ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดนัด และชุมชนเกาะหมี่ ผู้วิจัยจึงได้เสนอข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรจัดสรรพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ไม่ให้ซ้ำกันในแต่ละวัน ให้กับพ่อค้า แม่ค้าเร่ไปตามตลาดนัดต่างให้มีพื้นที่ค้าขายสินค้า

1.2 ควรบริการห้องสุขา โดยการเพิ่มจำนวนห้องสุขาและแบ่งเป็นห้องชาย – หญิง ไว้อย่างชัดเจน และทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

1.3 ควรจัดสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบ และรักษาความปลอดภัยการขโมยรถ เพื่อความปลอดภัยของประชาชนที่มาใช้บริการตลาดนัดเกาะหมี่

1.4 เป็นการให้ความรู้ในการศึกษาพลวัตที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงตลาดนัด ในมุมมองชีวิตประจำวัน แก่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในสาขามานุษยวิทยาและสังคมวิทยา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างตลาดนัดเกาะหมี่ และตลาดนัดที่ขายสินค้ามือสองเหมือนกันในประเด็นเกี่ยวกับวงจรการค้าของผู้ค้า

2.2 ควรศึกษาผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ตลาดเกาะหมี่ และพื้นที่ตลาดนัดอื่นเพื่อให้เห็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาติพันธุ์ และสินค้าทางชาติพันธุ์ที่ถูกทำให้กลายเป็นสินค้า

2.3 ควรศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ของผู้ค้าประเภทอื่น ทั้งที่อยู่ในบริบทตลาดนัด หรือบริบทตลาดอื่น

บรรณานุกรม

- กมลวรรณ ทองอร่าม. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อและผู้ขายของปัจจัยทางการตลาดในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาลัยราชภัฏเพชรบุรี, เพชรบุรี.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัทเอ็ดดิสัน เพรส โพร ดักส์ จำกัด.
- กิติพร ใจบุญ (2549). ตลาดกับวิถีชีวิต: บทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตลาดในสังคมไทย, ใน *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. (หน้า 19-43) กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- เก็ดถวา บุญปรากฏ. (2551). *ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนปางดงเบงฮาร์ ไทย-มาเลเซีย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาโทศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ. (2519). *การวิเคราะห์โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ของตลาดนัด หมุนเวียนในจังหวัดสตูล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (2547). *ตลาด*. กรุงเทพฯ: โครงการสารานุกรมไทยฯ.
- จารุวรรณ ขำเพชร (2555). *พื้นที่เมืองและชีวิตของคนในซอยคาวบอย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- ชนิดา เสี่ยมไพศาลสุข. (2550). *เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์ คปไฟ.
- ชยันต์ วรรณระภูติ. (2549). “คนเมือง” : ตัวตนการผลิตซ้ำสร้างใหม่ และพื้นที่ทางสังคมของคนเมือง. ใน *อานันท์ กาญจนพันธุ์ (บรรณาธิการ)*. *อยู่ชายขอบมองลวดความรู้ รวมบทความเนื่องในวาระครบรอบ 60 ปี ฉลาดชาย รมิตานนท์*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). *วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกสิทธิ์ และความเป็นอื่น*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.

- ทักษิณาร์ ไกรราช. (2551) *ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของนักศึกษาพยาบาลชาวไทยมุสลิมจาก 5 จังหวัดภาคใต้ที่ศึกษา ณ วิทยาลัยพยาบาลศรีมหาสารคาม. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยการจัดการศึกษา วิทยาลัยพยาบาลศรีมหาสารคาม*
- ธัญวรัตน์ ธรรมรัตน์.(2551). *ตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา การวิเคราะห์เชิงพื้นที่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพื้นที่ศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา.*
- ธีรยุทธ บุญมี. (2547). *ประชาสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ : สายธาร*
- นุรฮัยมี หวันชิตนาย พัทธิดา วรรณชิต และสันฐิตา เลหาวิริยะกมล. (2555). *ตลาดนัดคลองแงะ : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง. โครงการงานศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาชุมชนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.*
- เนาวรัตน์ รัตนพลแสน. (2543) *การศึกษาธุรกิจการค้าเสื้อผ้ามือสอง บ้านหัวแสด อำเภอกลมไวย จังหวัดกาฬสินธุ์. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.*
- ประไพ สุทธิมิตร. (2541). *ตลาดนัดบริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา.*
- เพชรภรณ์ เทียมชัยบุตร. (2553). *ปัจจัยที่ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.*
- ภูริทัต ไชยเศรษฐ์. (2516). *ชุมชนป้อมมหากาฬ: การสร้างและตีความหมายในพื้นที่ทางสังคม. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.*
- มารีญา บิลและ. (2555). *อัตลักษณ์และการต่อรองของแรงงานรับจ้างมุสลิมข้ามแดน ในพื้นที่อาณาบริเวณชายแดนป่าดงเบงกาลีไทย-มาเลเซีย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.*
- ยงยุทธ บุรณเจริญ. (2545). *กระบวนการสร้างต่อรองความหมายของวัดในฐานะที่เป็น พื้นที่ทางสังคม : กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.*

- ไธรัตน์ ศรีอาหมัด. (2555). *ตลาดน้ำคลองแห: พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- วราพร ตันติศิริกุล. (2549). *พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน เขตบางแค*.
ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนดุสิต, กรุงเทพฯ.
- วันเพ็ญ สุภาจันทร์. (2553). *การแต่งงานข้ามชาติพันธุ์: ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันระหว่างไทย
พุทธกับมลายูมุสลิม*. สารนิพนธ์วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนามนุษย์และ
สังคม คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- วาณี เรืองดิถรัตน์. (2531). *วงจรการเดินทางของพ่อค้าแร่ตามตลาดนัด: กรณีศึกษาจังหวัด
นครปฐมและพื้นที่ต่อเนื่อง*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชา
ภูมิศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริรินทร์ ใจเที่ยง. (2549). *ชีวิตของสินค้ามือสองประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายในตลาดนัดชั่วคราว:
แง่มุมบางประการ, ในตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. (หน้า 263-317). กรุงเทพฯ:
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สกุลณี ัญฐพลวัฒน์ (2544). *กลยุทธ์ในการเข้าถึงทรัพยากรของชุมชนตั้งถิ่นฐานใหม่ ท่ามกลาง
บริบทของ การปิดล้อมพื้นที่ป่า* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). “บทนำ,” *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์
มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สันต์ สุวัจนราภินันท์. (2552). ปัญหาและความรู้ของที่ว่าง: ศึกษาจากทฤษฎีที่ว่าด้วยที่ว่างของ
อองรี เลอแอฟร์บ และ มิเชล เดอ แซร์โต. *รัฐศาสตร์สาร รัฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ 60 ปี /
รัฐศาสตร์สาร 30 ปี* 30 (2), 88-137.
- สุกัญญา มุกตมานนท์. (2552). *ฝ่ามือสอง : สะท้อนวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองปัตตานี*. *วารสารรัฐสม
แล*, 1 (30), 51-53.
- สุธาริน คุณผล. (2541). บทสำรวจ “พื้นที่สาธารณะ”. *รัฐศาสตร์สาร*. 20 (3), 167 – 196.
- สุธาริน คุณผล. (2550). เรื่องของชีวิตประจำวัน, *รัฐศาสตร์สาร*. 28 (2), 113-146.

- หทัยรัตน์ ทองสกุล. (2554). *พื้นที่น้ำชา : พื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมของชุมชน*. สารนิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อธิตา สุนทรโรทก. 2548. *ตลาดมหิดล: การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่*. กรุงเทพฯ:
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2543. พื้นที่ในทฤษฎีสังคมศาสตร์. *สังคมศาสตร์*. 12 (2) : 65-101.
- อรทัย หมื่นพันธ์. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง ในตลาดนัด
จตุจักร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.*
- อัปดุลรอฮิม สาเมาะ. (2545). *พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของเยาวชนมุสลิม : กรณีศึกษา
นักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา จังหวัดปัตตานี*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยามหาบัณฑิต ,
สาขาวิชาสังคมวิทยา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา
- โอบอล ประภาวดี. (2547). *ร้านน้ำชา : พื้นที่ที่มีความหมายของคนเมืองนครศรีธรรมราช
กรณีศึกษา เขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขา
มานุษยวิทยา คณะมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยศิลปกร, เพชรบุรี.
- Alexander, J. (1987). *The Micro-Macro Link*. California: University of California
Press.
- de Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of
California Press.
- Johnson, T. (1987). *The Structure of Social Theory: Dilemmas and Strategies*
New York: McMillan
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. malden, Massachusetts: Blackwell
Publishers.
- Pile, S. (1997). *The body and the city: Psychoanalysis, space and subjectivity*.
London: Routledge
- Woodward, K. (1997). *Identity and Difference*. London: SAGE

บุคลากรกรม

- ก๊ะเต๊ะ (2556, 10 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ก๊ะยา (2556, 5 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านน้ำในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ก๊ะนानी (2556, 12 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านข้าวแกงในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ก๊ะนิ (2556, 28 ธันวาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- จินดา (2556, 1 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ชาติเมาะ (2556, 7 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- แต้ว (2556, 30 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- บังกี (2556, 10 สิงหาคม 2556) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านน้ำชาในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- บังโรจน์ (2556, 12 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- รอซิด๊ะ (2556, 3 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- โรมาน(2556, 30 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สุนัน (2556, 13 กรกฎาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านข้าวแกงในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สมพร (2556, 10 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านข้าวแกงในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- เลิศศักดิ์ (2556, 6 กรกฎาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- น่านิม (2556, 15 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- นุระฮัยนี (2556, 21 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่มัสยิด อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- นงค์ (2556, 15 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- นุช (2556, 20 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- บังเลาะ (2556, 15 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- บังลี (2556, 15 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

- บังโสด (2556, 11 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- บังยี (2556, 18 ธันวาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ป่าเอียด (2556, 30 ตุลาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ป่าเพลิน (2556, 30 ตุลาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- พีแปง (2556, 30 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านข้างๆ ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- พีจิ้น (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- พีताल (2556, 21 ธันวาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ร้านข้างๆ ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- พีรี (2556, 18 ธันวาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ยุพิน (2556, 28 ธันวาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ละไม (2556, 4 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ลุงเคน (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สุภกิจ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สุวลักษณ์ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- เสวตส (2556, 30 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้าน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- โบทัน (2556, 15 มีนาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- วิชาญ (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สาলামะ (2556, 6 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สุ (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- แสนคม (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้านพัก อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- แสวง (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ไทม (2556, 22 มิถุนายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- เอก (2556, 30 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- อำพร (255, 10 สิงหาคม 2556) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่บ้านพัก อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- อมรเทพ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาคผนวก

แนวคำถามการสัมภาษณ์พลวัตตลาดนัดเกาะหมี่

ชื่อ.....(ตำแหน่ง).....อายุ.....ศาสนา.....

อาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....ภูมิลำเนาเดิม.....

อาศัยอยู่ในชุมชนเกาะหมี่.....ปี

ที่อยู่.....หมู่บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ความเป็นมาของชุมชนเกาะหมี่ เริ่มตั้งขึ้นเมื่อปีใด มีจำนวนครัวเรือนเท่าใด ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอะไร
2. สมัยก่อนได้มีการค้าขายกันในชุมชนรูปแบบอย่างไร ตลาดนัดเกาะหมี่เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อใด ในการสร้างตลาดนัดเกาะหมี่เป็นพื้นที่ของใคร เนื้อที่ประมาณเท่าใด ใครเป็นผู้ริเริ่มก่อสร้างตลาดนัดเกาะหมี่ตลาด
3. ตลาดนัดเกาะหมี่เมื่อแรกเริ่มมีการขายของเกิดขึ้น สินค้าที่นำมาขายส่วนใหญ่คืออะไร จำนวนคนขายประมาณเท่าใด พื้นที่ตลาดนัดเป็นอย่างไร การตั้งแผงมีลักษณะอย่างไร ใครเป็นคนมาขายสินค้า
4. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดนัดเกาะหมี่มีอะไรบ้างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่ตลาดนัดเกาะหมี่จะขายสินค้าอะไรกันจนเป็นที่โด่งดังของตลาดนัด
5. ถนนรอบ ๆ ตลาดเกาะหมี่มีลักษณะอย่างไรในช่วงแรกที่มีการก่อตั้ง เริ่มก่อสร้างถนนคอนกรีตขึ้นเมื่อปีใด
6. สภาพแวดล้อมที่มีการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างไร
7. ท่านคิดว่าการจัดโซนสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างไร สะดวกในการซื้อขายหรือไม่
8. ท่านคิดว่าวันที่เป็นวันนัดใหญ่ คือ วันพุธ กับ วันเสาร์ การจราจรติดขัดหรือไม่ อย่างไร สถานที่จอดรถของตลาดนัดเกาะหมี่ มีเพียงพอหรือไม่ และจอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อยหรือไม่
9. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และผู้ขายกับผู้ขายด้วยกันในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างไร
10. ราคาของสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่โดยรวม ท่านคิดว่ามีความสมดุลกันหรือไม่ อย่างไร และมีการต่อรองราคาระหว่าง ผู้ขาย และผู้ซื้อ หรือไม่ อย่างไร
11. จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ท่านคิดว่าตลาดนัดเกาะหมี่ มีความแตกต่างกันอย่างไร (อย่างเช่น ลักษณะของผู้ซื้อ, ลักษณะของผู้ขาย)

แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

ชื่อ.....(ตำแหน่ง).....อายุ.....ศาสนา.....

อาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....ภูมิลำเนาเดิม.....

อาศัยอยู่ในชุมชนเกาะหมี่.....ปี ค้าขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่.....ปี สินค้าที่ขาย.....

ที่อยู่.....หมู่บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ก่อนที่ท่านจะมาขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ท่านทำงานอะไร
2. ท่านเริ่มมาขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่เมื่อใด ใครเป็นคนชักชวน ท่านติดต่อเข้ามาขายได้อย่างไร
3. ท่านมีแผงขายขนาดพื้นที่เท่าไร ต้องเสียค่าใช้จ่ายอย่างไร
4. ก่อนที่ท่านมาขายเสื้อผ้ามือสอง ท่านเคยขายอะไรมาก่อนบ้าง ขายกี่ปี ทำไมจึงเปลี่ยนมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง
5. ท่านขายสินค้าที่ตลาดนัดเกาะหมี่วัน และเวลาใดบ้าง นอกจากตลาดนัดเกาะหมี่แล้วท่านไปขายที่ใด และวันเวลาใดบ้าง
6. สินค้าที่ท่านจำหน่าย นำมาจากที่ใด ท่านมีวิธีการติดต่อสั่งซื้อสินค้าได้อย่างไร ท่านเดินทางไปสั่งซื้อสินค้าเองหรือโทรศัพท์ อธิบายวิธีการ
7. ท่านมีแนวคิดในการคัดเลือกสินค้าอย่างไร ที่ท่านเลือกชนิดและยี่ห้อของสินค้าแบบนี้
8. ท่านมีวิธีการขนส่งสินค้าอย่างไร และจ่ายเงินให้กับพ่อค้าคนกลางอย่างไร ครั้งละประมาณเท่าใด
9. ประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองมานานแล้วแค่ไหน และปัญหาที่พบจากการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองอะไรบ้าง
10. ลูกค้าน้อยเพียงใด (ลูกค้าประจำ-ทั่วไป) และลูกค้าเป็นคนกลุ่มใด มาจากที่ไหน (ทำสวน, แรงงาน, ราชการ ฯลฯ) ช่วงใดที่ลูกค้ามาซื้อสินค้ามาก
11. มีวิธีการคัดเลือกผ้าอย่างไร ทำไมต้องมีการแบ่งเกรดของเสื้อผ้ามือสอง ในการนำมาขาย
12. ท่านมีกลยุทธ์อย่างไรในการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง และมีการตั้งราคาขายอย่างไร
13. ท่านคิดว่าความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ โชนขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นอย่างไร
14. ท่านคิดว่าลักษณะของตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างไร

แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

ชื่อ.....(ตำแหน่ง).....อายุ.....ศาสนา.....

อาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....ภูมิลำเนาเดิม.....

ระดับการศึกษา.....

ที่อยู่.....หมู่บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1. เพราะเหตุใดท่านจึงตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสอง (ราคาถูก, มีให้เลือกหลากหลาย, ฯลฯ)
2. เหตุผลใดที่ท่านชอบสวมใส่เสื้อผ้ามือสอง เพราะเหตุใด อย่างไร
3. เสื้อผ้ามือสองประเภทใดที่ท่านมีความสนใจซื้อมากที่สุด (กางเกงยีน, ชุดชั้นใน, เสื้อยีน, เสื้อเชิด, ฯลฯ)
4. ท่านซื้อเสื้อผ้ามือสองบ่อยแค่ไหน ซื้อร้านประจำหรือไม่ อย่างไร จำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง เงินทุนที่ซื้อในแต่ละครั้ง และมักซื้อในช่วงใด
5. ท่านมีเทคนิคในการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองอย่างไร (ยี่ห้อ, คุณภาพดีอยู่, ฯลฯ)
6. มีการต่อรองราคาได้หรือไม่ ระหว่างท่านกับผู้ขาย อย่างไร
7. ท่านเดินทางมาซื้อเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่กี่คน และระยะทางจากบ้านของท่าน มาตลาดนัดเกาะหมี่ประมาณกี่กิโลเมตร
8. ในการซื้อเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดในแต่ละครั้งใครเป็นผู้ตัดสินใจร่วมในการซื้อบ้าง เพราะอะไร อย่างไร
9. ในความรู้สึกของท่าน คิดว่าเสื้อผ้ามือสองที่ผ่านการใช้แล้ว กลัวโรคติดต่อที่ติดมากับเสื้อผ้ามือสองหรือไม่ อย่างไร

พลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่:
 จากตลาดผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง
 Trading Dynamics of Ko Mi Flea Market:
 From an Agricultural Produce Market to a Secondhand Clothing Market

สุรศักดิ์ บุญรอด¹

Surasak Boonrod

เก็ตถวา บุญปรากร²

Kettawa Boonprakarn

Abstract

The objective of this study was to investigate the trading dynamics of Ko Mi flea market in the Ko Mi flea market area. The data of this qualitative research were collected from non-participatory observations and in-depth interviews with 15 informants consisting of the owner of the market, vendors, and buyers. The data were classified into categories, interpreted, and concluded. The results of the study revealed that in its first phase (1953-1983), the market was a place where products of the original Muslim community were traded among people in Ko Mi community. Most of the products were agricultural produce and products obtained from nature. The second phase (1983-2003) was the booming phase in which the market time and people were extended and expanded. The market area was expanded and

¹นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

Student's the Degree of Master of Arts in Human and Social Development, Prince of Songkla University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

Assistant Professor, Ph.D, Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campsu

improved to make it more convenient. Zoning on types of goods was done, and the market began to be known among vendors who sold at the market as well as those who traveled from one flea market to another to sell their goods. They reserved spaces so that they have certain spots in the market. More varieties of goods were available, and thus, more choices for buyers. The third phase (2003-2013) was a golden age of secondhand clothing. The look of Ko Mi flea market was different from the way it used to be as it became bustling with more vendors from outside the community, from different districts and provinces, particularly, secondhand clothing vendors from the three southern border provinces because this type of goods became attractive to buyers of all age and gender groups.

Keywords: dynamics, Ko Mi flea market, trading

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี่ในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากเจ้าของตลาด ผู้ค้า และผู้ซื้อ จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลมาจำแนกหมวดหมู่ตีความ สร้างข้อสรุป ผลการวิจัยพบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่แบ่งการเปลี่ยนแปลงออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) จะมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนสินค้ากันภายในชุมชน ผู้ค้าเป็นกลุ่มคนในชุมชนเกาะหมี่ และสินค้าที่ได้จากผลผลิตทางการเกษตร และที่หาเองตามธรรมชาติ ระยะที่สองเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) จะมีการขยายพื้นที่ของตลาด ปรับทำเลที่ตั้งให้มีความสะดวก มีการจัดโซนสินค้าแบ่งเป็นประเภทของสินค้า ตลาดนัดเกาะหมี่เริ่มเป็นที่รู้จักของพ่อค้าแม่ค้า ผู้ค้าเร่ต่างเริ่มเข้าจับจองพื้นที่ เพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง และสินค้าเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น ระยะที่สามเป็นช่วงของการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556) ลักษณะของตลาดนัดเกาะหมี่ในช่วงนี้เปลี่ยนไปจากเดิม การค้าขาย จะเริ่มมีเสื้อผ้ามือสองเข้ามาเบียดแทรกในพื้นที่ โดยผู้ค้าจากภายนอกชุมชน มากจาก

ต่างอำเภอ ต่างจังหวัด เข้ามาขายสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ค้าจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ข้ามแดนมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

คำสำคัญ : พลวัต, ตลาดนัดเกาะหมี่, เสื้อผ้ามือสอง

บทนำ

ตลาดนัดเป็นตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ชนบท ที่มีการตั้งถิ่นฐานอย่างเบาบางและกระจาย และข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางไปใช้บริการ เพราะต้องใช้เวลาส่วนใหญ่เพื่อการผลิต ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดในเขตเมืองได้บ่อยๆ ตลาดนัดในชุมชนจึงสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในชนบทได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ตลาดนัดจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ทางเศรษฐกิจในสังคมเกษตรกรรม ประชาชนในชนบทของไทยจึงมีความผูกพันกับตลาดนัดมาก ปัจจุบันแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดนัดมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตอย่างแน่นอน เพราะตลาดนัดเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งในแง่ของผู้ซื้อจะมีแรงจูงใจที่จะจับจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาถูกและสามารถต่อรองราคาได้ และสิ่งที่สำคัญในตลาดนัด คือมีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายครบวงจร เหตุผลดังกล่าวนี้ ตลาดนัดจึงเป็นสิ่งตอบสนองของคนที่มีรายได้น้อยและยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตคนไทยที่ต้องการมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีเศรษฐกิจของชุมชนที่ขึ้นอยู่กับรายได้ของประชากรเป็นหลัก (วราพร ตันตศิริกุล. 2549)

จากการสำรวจงานวิจัยพบว่าการนิยามความหมายพื้นที่ตลาดนัดที่แตกต่างหลากหลายรูปแบบดังนี้ โดยในงานศึกษาของอริตา สุนทรโทท (2548) ให้นิยามความหมายตลาดนัดว่าเป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้า ตลาดนัดทำให้พื้นที่ราชการของมหาวิทยาลัยเปลี่ยนสถานะไปในเวลาหนึ่ง จากพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์/หวงห้ามที่มีระเบียบควบคุม กลายเป็นพื้นที่ตลาดที่เต็มไปด้วยความวุ่นวายของกิจกรรมแลกเปลี่ยน Lefebvre (1991) เสนอว่า พื้นที่ทางสังคมไม่ใช่สิ่งของไม่ใช่อาณาบริเวณสถานที่ แต่เป็นสิ่งสร้างทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ เช่น ตลาดรุกคืบเข้าไปในสถานที่ราชการ การดำเนินชีวิตและสภาพสังคมเปลี่ยนไป ตลาดได้ย้ายเข้าไปอยู่ในย่านที่เป็นแหล่งคนทำงาน และตลาดบางแห่งก็เข้าไปอยู่ในเขตสถานที่ทำงานซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ การมีตลาดในสถานที่ทำงานซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐนับเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ เพราะแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคมบางประการเกี่ยวกับ พื้นที่สถานที่ราชการ มาเป็นพื้นที่ตลาด ซึ่งเป็นสถานที่

สำหรับทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ สำหรับไรหนับ ศรีอาหมัด (2555)ตลาดน้ำคลองแห เป็นพื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค ส่วนการให้ความหมายตลาดอาเก็ด³ ในพื้นที่ป่า ดงเบซาร์มาเลเซีย-ไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ของ แม่ค้าข้ามแดน ได้เปลี่ยนจากพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนสินค้า ให้เป็นพื้นที่ของการเสพความทันสมัย และการนำมาซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมที่ผู้บริโภคสินค้า ต่างร่วมประกอบสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของการสวมใส่เสื้อผ้าข้ามแดน (เก็ดถวา บุญปรากฏ. 2553)

สำหรับชุมชนบ้านเกาะหมี่ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ 10 เขตเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนที่มีถนนกาญจนาภิเษมที่เชื่อมต่อระหว่างถนนกาญจนาภิเษมและถนน ลพบุรีราเมศวร์ผ่านกลางหมู่บ้าน อีกทั้งพื้นที่ตั้งไม่ไกลจากตัวเมืองหาดใหญ่ มากนัก ประมาณ 1.5 กิโลเมตร ทำให้เกิดการคมนาคมในหมู่บ้าน และหมู่บ้านใกล้เคียง สัญจรไปมาสะดวกสบายมากขึ้น มีการเชื่อมโยงระหว่างหาดใหญ่โซนตะวันตกและตะวันออก จึงทำให้ประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ส่วน หนึ่งเลือกใช้ถนนกาญจนาภิเษมเดินทางสัญจรไปมา เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจราจรติดขัดในตัวเมือง และเข้ามาใช้บริการจับจ่ายใช้สอยกันในตลาดนัดเกาะหมี่มากขึ้น แต่ตลาดนัดเกาะหมี่นั้น ตั้งอยู่ใน เขตตำบลคลองคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บริเวณลานริมถนนกาญจนาภิเษม (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่แบบกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการพัฒนามา อย่างยาวนาน มากกว่า 60 ปี (บังเสวต, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2556) เข้ามาทำการค้าขายในตลาดนัด เกาะหมี่ มีร้านค้าปลีกเสื้อผ้ามือสองจำนวนมาก ชุมชนมุสลิมดั้งเดิม เมื่อมีกลุ่มชาติพันธุ์อื่นเข้ามา ค้าขาย จึงทำให้มี ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ประชากรในชุมชนเกาะหมี่ส่วนใหญ่นับถือ ศาสนาอิสลาม อีกทั้งยังมีโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามที่มีชื่อเสียงของ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลาตั้งอยู่ด้วย ต่อมาเมื่อเกิดการขยายตัวของเมือง ชุมชนเกาะหมี่ ยังมีตลาดนัดเกาะหมี่ที่เป็น แหล่งหาซื้อขายอาหารสด เครื่องอุปโภคบริโภคเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน และสินค้าจำพวกเสื้อผ้ามือ สองที่เกิดขึ้นในระยะหลังเป็นจำนวนมาก ซึ่งหาซื้อได้ง่ายในตลาดนัดเกาะหมี่ อีกทั้งมีการก่อสร้าง เกิดขึ้นของ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Tesco lotus) ร้านสะดวกซื้อ (seven-eleven) ททยอยเข้ามาตั้ง ในชุมชนเกาะหมี่ ปัจจุบันความเจริญของเมืองหาดใหญ่ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนทำให้ชุมชนเกาะ หมี่เป็นส่วนหนึ่งที่ผู้คนได้อพยพมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้มีคนที่ต่างถิ่นเข้ามาอาศัยเป็นเพิ่มขึ้น

³ ตลาดอาเก็ด มาเลเซียใช้ว่า Arked Plaza

ซึ่งมีทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาอิสลาม และกลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาพุทธ (รอซิด๊ะ, สัมภาษณ์ 3 กันยายน 2556)

ตลาดนัดเกาะหมี่ เป็นแหล่งหนึ่งที่ได้รับคามนิยม ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าประเภทอาหารมีให้เลือกจำนวนมากและหลากหลาย พิซ ไร่ ของชาวบ้าน ที่เก็บเกี่ยวผลผลิต มาขาย เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว สินค้าส่วนใหญ่ที่นำมาขาย จะเป็นแบบขนบ หรือที่ชาวบ้านส่วนใหญ่เรียกว่าบ้านๆราคา ก็ไม่แพง เมื่อเทียบกับในตัวเมือง พ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดแห่งนี้ จะไม่ใช่ลูกจ้างมาทำการขาย จะใช้แรงงานในครอบครัวมาทำการขาย ทำให้ไม่มีค่าจ้าง ค่าแรง สินค้าก็จะมีราคาถูก รวมถึง ขนม ของหวาน ประจำถิ่น ก็จะช่วยกันทำ ช่วยกันขาย ตลาดนัดเกาะหมี่ เป็นตลาดพื้นบ้าน เปรียบเสมือนศูนย์รวมสินค้านานาชนิดตั้งแต่ เสื้อผ้าแฟชั่นไล่เรียงกันไปตั้งแต่หัวจรดเท้า โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (สุภกิจ, สัมภาษณ์ 6 เมษายน 2556)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามว่า พลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างไร เพื่อเผยให้เห็นกลไกการเปิดพื้นที่ทางสังคมของผู้คนที่เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการที่ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมชนบทสู่สังคมเมืองผ่านงานศึกษาตลาดนัด และเป็นแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ของพื้นที่ที่เติมไปด้วยผู้คนที่เข้ามาเผชิญหน้าในสถานการณ์ทางการค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่จากตลาดสินค้าผลิตผลทางการเกษตรสู่ตลาดสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือ ตลาดนัดเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากว่าเป็นตลาดชุมชนมุสลิมดั้งเดิม มีอายุมากกว่า 60 ปีแบบกึ่งเมืองกึ่งชนบท พื้นที่ตั้งไม่ไกลจากตัวเมืองหาดใหญ่ มากนัก ห่างจากสวนสาธารณะประมาณ 500 เมตร มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากชุมชนชนบทสู่ชุมชนเมือง ผู้ค้าขายส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมดั้งเดิมแต่ปัจจุบันมีผู้ค้าขายจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจากพื้นที่อื่น ส่วนสินค้าจากที่เคยขายผลิตผล

ทางการเกษตร ได้มีสินค้ามือสองเข้ามาจำหน่ายจำนวนมาก และเป็นแหล่งซื้อปิ้งที่ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อทุกเพศทุกวัย

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญได้แก่ เจ้าของตลาดจำนวน 2 คน ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองจำนวน 5 คน ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองจำนวน 4 คน และประชาชนทั่วไปที่มาจับจ่ายซื้อสินค้าจำนวน 4 คน และการสังเกตเกี่ยวกับกิจกรรมการค้าเสื้อผ้ามือสอง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ ผู้ค้ากับผู้ค้าด้วยกัน ผู้ค้ากับเจ้าของตลาด และคนต่างกลุ่มชาติพันธุ์ กิจกรรมการค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่และพื้นที่อื่น

ผู้วิจัยได้ใช้ แนวคิดเรื่องพื้นที่ของ Lefebvre (1991) มาวิเคราะห์พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กับผู้คน และแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ของ de Certeau (1988) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองผ่านปฏิบัติการของวงจรการค้า มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เกี่ยวกับสภาพกิจกรรมของตลาดเกาะหมี่ การเดินทางไปซื้อสินค้า การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้เห็นวงจรการค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาจัดแยกข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา หลังจากนั้นนำมาถอดรหัส ตีความ เพื่อสร้างข้อสรุป เชิงอุปนัย และนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนา

ผลการวิจัย

การนำเสนอพลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอ 3 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นระยะของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518) ระยะที่สองเป็นระยะของการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543) ระยะที่สามเป็นระยะของการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ระยะของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมุสลิมดั้งเดิม (ปี พ.ศ. 2496-2518)

ในส่วนนี้เป็นประเด็นของการก่อตั้งตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อใช้พื้นที่การแลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะมีการนัดหมายนำผลผลิตทางการเกษตรมาแลกเปลี่ยน โดยแรกเริ่มเดิมทีใครมี

ผลผลิตทางการเกษตรเหลือกินเหลือใช้ เช่น ทำนาได้ผลผลิตส่วนหนึ่งเก็บไว้กินตลอดทั้งปี ส่วนหนึ่งแบ่งปันญาติพี่น้อง ปีไหนทำนาได้ข้าวเยอะมีเหลือเก็บไว้มากก็เลยคิดว่าน่าจะได้มีการแลกเปลี่ยนกับคนอื่น ๆ ในชุมชนบ้าง เช่น คนที่ปลูกพืชผัก ผลไม้ หรือจับปลาได้จำนวนมากได้นำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งบางคนจะนำเสื้อผ้า ปลา ผักผลไม้ เดินตามบ้านไปขอแลกเปลี่ยนข้าว ต่อมานายไส้บ ลียะโอะ๊ะ ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนในสมัยนั้น มีความคิดว่าควรที่จะมีสถานที่ในการแลกเปลี่ยนสิ่งของจึงได้สละที่ดินของตน และเชิญชวนชาวบ้านในชุมชนเกาะหมี่ ให้ออกมาค้าขายสินค้า จึงกำหนดวันนัดขึ้นในวันเสาร์ กิจกรรมการค้าขายเริ่มแรกของตลาดนัดเกาะหมี่นั้น พ่อค้า แม่ค้า จะเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ที่ชุมชนเกาะหมี่ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่แล้วได้จากผลผลิตทางการเกษตร เป็นการแลกเปลี่ยนผลผลิตผลการเกษตรที่เหลือกิน เหลือใช้ ในครัวเรือน ซึ่ง พ่อค้า แม่ค้า ที่มาขายสินค้าโดยที่ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่ อีกทั้งยังช่วยเหลือคนในชุมชนให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าในตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่ และซื้อสินค้าในราคาถูกรอีกด้วย

ชุมชนเกาะหมี่ ก่อตั้งขึ้นเริ่มแรก มีจำนวนครัวเรือนประมาณ 50 ครัวเรือน ประชากรเกือบทั้งหมดนับถือศาสนาอิสลาม ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมี่ ที่มีการตั้งถิ่นฐานอย่างเบาบางและกระจายประกอบ อาชีพเกษตรกร ทำสวนยางพารา ทำนา สมัยก่อนมีการค้าขายในชุมชน โดยมีนายไส้บ ลียะโอะ๊ะ ซึ่งเป็นอดีตกำนัน ตำบลคลองแห มีความคิดริเริ่มที่จะช่วยเหลือประชาชนให้มีรายได้จุนเจือครอบครัว สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนในพื้นที่ จึงมีการจัดตั้งตลาดนัดขึ้น เพื่อจะให้คนในชุมชน มาแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตลาดนัด เพื่อความสะดวกของคนในชุมชน โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดในเมือง อำเภอหาดใหญ่ (ชาติเมาะ, สัมภาษณ์ 7 สิงหาคม 2556)

การรวมกลุ่มกันนัดของชุมชนมุสลิมดั้งเดิมในชุมชนเกาะหมี่ พบว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ก่อตั้งขึ้นในช่วง พ.ศ. 2496 บริเวณลานริมถนนกาญจนวนิชย์ (เส้นทางเก่าจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่) ตลาดนัดเกาะหมี่ตั้งอยู่ในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จัดตั้งให้มีวันนัดใน วันเสาร์ ทุกสัปดาห์ ใช้พื้นที่ของนายไส้บ ลียะโอะ๊ะ เนื้อที่ประมาณ 2 ไร่ ซึ่งนายไส้บ ลียะโอะ๊ะ เป็นเจ้าของตลาดนัด ใครมีสินค้าทางการเกษตรที่เหลือกิน ในครัวเรือนก็นำมาวางขายกันภายในชุมชน ตลาดนัดเกาะหมี่เมื่อแรกเริ่มเปิด มีคนมาขายสินค้าประเภทผลผลิตการเกษตร มีผู้คนมาขายสินค้าประมาณ 20-30 คน พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นการตั้งแผงมีขายสินค้าต้นยางพารา ผู้ค้าก็เป็นคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้าเหล่านี้นำสินค้ามาขายทุกวันเสาร์ของสัปดาห์ มาขายตั้งแต่เช้า แต่การขายสินค้าในขณะนี้มีการขายไม่นานนัก ประมาณ 2-3 ชั่วโมงก็เลิกขายแล้ว เพราะผู้ซื้อส่วนใหญ่แล้วเป็นคนที่มี

อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมื่นเท่านั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คนภายนอกชุมชนมากนักดังคำให้สัมภาษณ์ของก๊ะเต๊ะ และนุระฮัยนีได้กล่าวถึงสภาพก่อนจะเป็นตลาดนัดเกาะหมื่น (บังเสวด, สัมภาษณ์วันที่ 1 สิงหาคม 2556)

“...พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมื่นแต่เดิม เป็นสวนยางพารา นำสินค้ามาขายกันใต้ต้นยางพารา ต่อการค้าขายในตลาดเกาะเป็นที่รู้จักจากคนภายนอกชุมชนมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้า เร่ตามตลาดนัดต่าง ก็เข้ามาขายในตลาดนัดเกาะหมื่นมากขึ้น เจ้าของตลาดนัดจึงได้ขยายพื้นที่ เพื่อรองรับ พ่อค้า แม่ค้า โดยการโค่นต้นยางพารา แล้วถมดิน สร้างแผงขายสินค้าด้วยหลังคาสังกะสี เพื่อให้พ่อค้า แม่ค้า เข้ามาค้าขาย...”

(ก๊ะเต๊ะ, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

“..สมัยก่อนเป็นสวนยางทั้งสองข้างทาง ถนนแดง พ่อค้า แม่ค้าก็มาขายของกันใต้ ต้นยางนั้นแหละ...”

(นุระฮัยนี, สัมภาษณ์วันที่ 21 สิงหาคม 2556)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ค้าได้ใช้พื้นที่สวนยางซึ่งเจ้าของได้จัดสรรให้นำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขาย สินค้านำมาวางก็จะเป็นผลผลิตทางการเกษตร ที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน และสินค้าที่หาเองตามธรรมชาติ เช่น ผักป่า หน่อไม้ อาหารทะเล กุ้ง หอย ปู ปลา และปลาน้ำจืดที่หาได้จากท้องไร่ท้องนา ใครมีสินค้าอะไรก็นำมาวางขาย ราคาขายก็จะไม่แพง การค้าขายในช่วงแรกนี้เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้ากันภายในชุมชน ดังคำสัมภาษณ์ของน้านิมและบังเลาะดังนี้

“...สมัยก่อนพ่อค้า แม่ค้าที่มาขายของในตลาดนัดเกาะหมื่น ประมาณ 20 คนเอง มีไม่มากเหมือนสมัยนี้ ปัจจุบันนี้ พ่อค้า แม่ค้า จากภายนอกชุมชนเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก...”

(น้านิม, สัมภาษณ์วันที่ 15 สิงหาคม 2556)

“...สมัยก่อนสินค้าที่นำมาขายในตลาดนัดเกาะหมี่ ก็จะเป็นสินค้าการเกษตร ไม่เหมือนสมัยนี้ มีสินค้าให้เลือกมากมาย อยากได้อะไรต้องมาที่ตลาดนัดเกาะหมี่ มีครบทุกอย่าง...”

(บังเลาะ, สัมภาษณ์วันที่ 15 สิงหาคม 2556)

1.2 ตลาดนัดเกาะหมี่กับการเข้ามาของสินค้าอุปโภคบริโภค (ปี พ.ศ. 2518-2543)

ในระยะที่สองนี้ ส่วนที่สำคัญคือ กรมทางหลวงชนบทได้สร้างถนนกาญจนาภิเษกตัดผ่านกลางชุมชนเกาะหมี่ เชื่อมต่อระหว่างถนนกาญจนาภิเษกกับถนนลพบุรีราเมศวร์ จึงทำให้มีผู้ค้าเข้ามาขายสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน และอาหาร เป็นระยะที่คนเข้ามาแลกเปลี่ยนสินค้ากันมากขึ้นจนทำให้ต้องขยายตลาดให้กว้าง และเป็นระบบมากขึ้น จากการศึกษาพบว่า ช่วงนี้ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนจากภายนอกชุมชนเพิ่มมากขึ้น พ่อค้าแม่ค้าต่างก็เข้ามาลงทะเบียนกับเจ้าของตลาด เพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตนเองในตลาด จากเดิมที่มี พ่อค้าแม่ค้า 20-30 คน มาถึง 50-60 มีความหลากหลายของสินค้า ระยะนี้นอกจากเป็นผลผลิตทางการเกษตรแล้วยังเพิ่มพ่อค้าแม่ค้าเร่ที่มาจากที่อื่น มาขายสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน ในการเกษตร

พ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกชุมชนขนส่งสินค้าพร้อมๆกับการเดินทางมาขายสินค้าด้วยรถไฟที่อยู่ข้างๆตลาดนัดเกาะหมี่ ที่เปิดให้เดินรถไฟพ.ศ. 2456 เส้นทางรถไฟสายหาดใหญ่-สงขลา มีสถานีหยุดรถ จอดรับ-ส่งผู้โดยสาร สถานีหาดใหญ่ สถานีคลองแห สถานีคลองเปล สถานีเกาะหมี่ สถานีตลาดน้ำน้อย สถานีกลางนา สถานีพะวง สถานีน้ำกระจ่าย สถานีบางตาน และสถานีสงขลา เป็นขบวนการรถธรรมดา เคยเก็บค่าโดยสาร 50 สตางค์ไปจนถึง 2 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางใกล้หรือไกลในการเดินทาง

“...สมัยก่อนขึ้นรถไฟมาขายของที่ตลาดเกาะหมี่ มาตั้งเช้ากลับเที่ยง ขายของหมดหรือว่าไม่หมด ก็ต้องเดินทางกลับบ้าน เพราะว่ารไฟมาเป็นเวลา...”

(ป่าเอียด, สัมภาษณ์วันที่ 30 ตุลาคม 2556)

“...ถึงเวลารถไฟมาถึงสถานีเกาะหมี่พ่อค้าแม่ค้าต่างก็
รีบวิ่งขึ้นรถ แย่งกันขึ้นรถไฟ เพราะจะได้จับจองที่นั่งและที่
วางของ บางครั้งมาช้าที่นั่งเต็มยืงตลอดทาง...”

(ป่าเพลิน, สัมภาษณ์วันที่ 30 ตุลาคม 2556)

อย่างไรก็ตามในช่วงนี้ชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้มีการสร้าง
ถนนหลายเส้นตัดผ่านในชุมชนที่เชื่อมโยงกับชุมชนใกล้เคียงเป็นถนนเล็กๆ การคมนาคมสะดวกมาก
ขึ้น ต่อมาการรถไฟแห่งประเทศไทย ได้หยุดเดินรถเมื่อ พ.ศ. 2521 จากเดิมที่พ่อค้าแม่ค้า เดินทางมา
ขายสินค้ายังตลาดนัดเกาะหมี่ด้วยรถไฟ ได้หันมาเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ไม่ว่าจะเป็น
รถเมล์ รถสองแถว รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ส่วนตัว ขณะที่ถนนบริเวณรอบๆ ตลาดนัดเกาะหมี่มี
ลักษณะ ถนนลูกรัง ในช่วงแรกที่มีการก่อตั้ง

ตลาดนัดเกาะหมี่เริ่มขยายตลาด ด้วยการโค่นต้นยางพารา ปรับพื้นที่ให้มีความสะดวก แก่
ผู้ค้า และผู้ซื้อ มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน โซนที่มีหลังคานั้นจะมุงหลังคาด้วยสังกะสี
เพื่อความทนทาน ส่วนขนาดของโซนแต่ละโซน มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร ปัจจุบันตลาดนัด
เกาะหมี่มีพื้นที่ทั้งหมด 7 ไร่ ตลอดจนการขยายตัวของเมืองไปตามชนบท บรรดา พ่อค้า แม่ค้าจาก
ภายนอกชุมชนเขาจับจองพื้นที่ ลงทะเบียนกับเจ้าของตลาดนัดเป็นจำนวนมาก การค้าขายในตลาด
นัดเป็นไปอย่างคึกคัก เจ้าของตลาดนัดคนปัจจุบันคือ บังโรจน์ บังโสด บังเสวต บังเนาะ กะยาญ
กะยะ และกะตะ ได้เปิดตลาดนัดให้ขายทุกวัน ตั้งแต่เวลา 14.00 น. เป็นต้นไปจนถึงค่ำ ของทุกวัน
(บังโสด, สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2556)

สำหรับวันเวลาของตลาดนัดเกาะหมี่พบว่า จากเดิมที่มีวันเสาร์ เป็นวันนัดแค่วันเดียว ก็
เพิ่มขึ้นให้มีอีกหนึ่งวันคือวันพุธ ซึ่งนายเจ๊ะนิ เป็นผู้ดูแลตลาดนัดรับช่วงต่อจาก นายโสบ สียะโ๊ะ การ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดนัดเกาะหมี่เกิดจาก การค้าขายที่มีสินค้าเพิ่มมากขึ้นจากพืชผัก อาหาร
ทะเล กุ้ง หอย ปู ปลา จนเป็นที่ขึ้นชื่อว่า ตลาดนัดเกาะหมี่ มีปลาสดๆ ผักปลอดสารพิษ จึงทำให้เป็น
ที่รู้จักของคนภายนอกมากขึ้น ทำให้ค้าพ่อค้าแม่ค้า จากภายนอกชุมชน เข้ามาจำหน่ายสินค้าจำนวน
มากในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

การจ่ายค่าเช่าพื้นที่ในการขาย จากการสัมภาษณ์บังโรจน์ (สัมภาษณ์วันที่ 12 กันยายน 2556) พบว่า พ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด ทุกคนจะต้องจ่ายค่าเช่าที่ขายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ โดยการจ่ายรายวัน วันละ 80-100 บาท และจะต้องจ่ายรายปี ปีละ 2,000-3,000 บาท ต่อปี ให้กับเจ้าของตลาด การจ่ายค่าเช่ารายวันนั้นเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่เก็บเงินค่าเช่าแผง ในแต่ละแผงทุกวัน และรายปี พ่อค้าแม่ค้าต้องจ่ายภายในเดือนมกราคม-มีนาคม

ส่วนการจัดโซนสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่ มีทั้งโซนที่มีหลังคา และโซนที่เป็นแผงดิน และโซนประเภทของสินค้า เช่น โซนสินค้าประเภทเสื้อผ้ามือสอง โซนสินค้าประเภทพืชผัก โซนสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ และโซนสินค้าประเภทของเบ็ดเตล็ดทั่วไป (สมพร, สัมภาษณ์ 10 กันยายน 2556)

1.3 ตลาดนัดเกาะหมี่กับการเข้ามาของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (ปี พ.ศ. 2543-2556)

ในระยะเวลาที่สามนี้ถนนกาญจนาภิเษก และถนนสายต่างๆ ในชุมชนได้ปรับปรุงทำเป็นถนนลาดยางขึ้นใน พ.ศ. 2543 ถนนลาดยาง ทำให้ผู้คนจากต่างถิ่น มาขายเสื้อผ้ามือสอง 2-3 ร้าน เนื่องจากยังไม่มีการค้าเสื้อผ้ามือสอง ประกอบกับการค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดคลองแวงกำลังเป็นที่นิยม จึงทำให้ผู้ค้าพยายามที่จะเปิดตลาดใหม่ ผู้ค้าบางส่วนที่มาจากตลาดคลองแวง และมาจากที่อื่นเข้ามาค้าขายเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการค้าเสื้อผ้ามือสอง ปี พ.ศ. 2549 เริ่มมีผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายเพิ่มมากขึ้น 10-20 ร้าน ในช่วง ปี พ.ศ. 2552 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทยอยเข้ามาประมาณ 20-30 ร้าน จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2556 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมี 30-40 ร้าน ในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่พบว่าผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้ครอบครองพื้นที่ตลาดครึ่งหนึ่งของตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้ค้าผลิตผลทางการเกษตร และสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือนถูกถอยร่นไปอยู่ด้วยกัน บริเวณริมถนนซึ่งเป็นที่สัญจรของยานพาหนะ เต็มไปด้วยร้านค้าเสื้อผ้ามือสอง

กิจกรรมค้าขายเสื้อผ้ามือสองในช่วงนี้เป็นไปอย่างคึกคัก กลุ่มผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองเข้ามาค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นจำนวนมาก มีทั้งพ่อค้าที่เร่ขายสินค้าไปตามตลาดนัดต่างๆ และผู้ค้าที่ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จึงทำให้ตลาดนัดเกาะหมี่เปลี่ยนจากการขายผลผลิตทางการเกษตรมาสู่สินค้าเสื้อผ้ามือสองได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจาก ผู้คนนิยมเสพลินค้าแบรนด์เนมกันมากขึ้น แต่ไม่สามารถเข้าถึง จึงหันมานิยมซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านเสื้อผ้ามือสอง

จากเดิมที่มีวันนัดแค่สองวัน คือวันเสาร์ กับวันพุธ เปิดขายสินค้าตั้งแต่ หกโมงเช้าไปจนถึงเที่ยง ปัจจุบันนี้ตลาดนัดเกาะหมีเปิดขายสินค้าทุกวัน ตั้งแต่เวลา บ่ายสองโมงเป็นต้นไป ไปจนถึงค่ำ ผู้ค้าจากสามจังหวัดชายแดนใต้ เข้ามาค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นจำนวนมาก เริ่มแรกการเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี ของพ่อค้า แม่ค้าขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง โดยการติดต่อเจ้าของตลาด เข้าพื้นที่สำหรับวางแผงขาย การจัดแผงเพื่อการจำหน่ายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี พ่อค้า แม่ค้า จะต้องเริ่มต้น โดยการปกร่มคันใหญ่ลงบนแท่นหิน จัดวางให้ครอบคลุมอาณาบริเวณแผงของตนเอง แล้วโยงระหว่างเสาของร่มทุกคัน ด้วยราวเหล็ก จากนั้นจึงนำสินค้าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แปกและสวยงามมาแขวนบนก้านร่มและราวเหล็ก เพื่อเป็นตัวอย่างที่จะดึงดูดความสนใจลูกค้า หลังจากนั้น อนาคตของครอบครัวผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทั้งหลาย ก็ขึ้นอยู่กับรายได้ที่จะมาจากสินค้าที่อยู่ได้ร่ม และแขวนบนราวเหล็กของเขา สำหรับราคาขายเสื้อผ้ามือสองเริ่มต้นกันตั้งแต่หลักสิบไปจนถึงหลักร้อย ซึ่งราคาก็ไม่แพงมาก สามารถที่จะต่อรองราคากันได้ ขึ้นอยู่กับศิลปะบวกกับฝีมือลายมือการต่อรองราคาของแต่ละคนว่าจะได้ลดราคาลงไปอีกเท่าไรจากราคาตั้งต้น ส่วนใหญ่ขณะที่ทำการสังเกตในเบื้องต้นพบว่าผู้ซื้อจะได้ลดราคากันทุกราย ทำให้เกิดความพึงพอใจระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (บังสิ, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2556) ลักษณะตลาดนัดเกาะหมีในช่วงนี้มีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น เริ่มมีสินค้าประเภทเสื้อผ้า ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าใหม่ เสื้อผ้ามือสอง เข้ามาประเภท กางเกงยีนส์ เสื้อเชิ้ต ชุดเสื้อผ้าสตรี ฯลฯ และของเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะเป็นสินค้าทางการเกษตร และเครื่องใช้ในครัวเรือน

ปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมี กลายมาเป็นตลาดนัดเสื้อผ้ามือสอง ทั้งนี้เนื่องจากพบว่า เป็นตลาดที่วางจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้ามือสองประมาณร้อยละ 80 มีสินค้าเสื้อผ้าทุกเพศ ทุกวัย ผ้าปูที่นอน ผ้าปูเตียง มีให้เลือกซื้อมากมาย จึงทำให้มีผู้ซื้อเข้ามาซื้อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่ไกลจากตัวเมือง ทำให้ผู้ประกอบการค้าสินค้าเสื้อผ้ามือสองเพิ่มขึ้น การค้าเสื้อผ้ามือสอง จะว่าด้วยการตั้งราคาของสินค้าว่าจะบวกกำไรมากน้อยเพียงใด ซึ่งการที่พ่อค้า แม่ค้า จะกำหนดราคาของเสื้อผ้าที่จะขายนั้น ต้องดูที่ทำเล ถ้าทำเลเป็นย่านของคนที่ยากจะมีรายได้สูง ผู้ค้าไปกำหนดราคาขาย และลงทุนกับไม้แขวนเสื้อผ้าดีๆ ก็จะสามารถเพิ่มราคาสินค้าขึ้นมาอีกมาก ถ้าตั้งราคาเสื้อผ้าไม่แพงจนเกินไปนัก หรือจัดทำโปรโมชั่นซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง ก็จะทำให้สินค้าเสื้อผ้ามือสองขายดี ตามคำสัมภาษณ์ดังนี้

“...ต้องยอมรับว่าปัจจุบันนี้สินค้าเสื้อผ้ามือสองกำลัง
มาแรง แข่งธุรกิจประเภทอื่นอย่างไม่น่าเชื่อ...”

(ก๊วย, สัมภาษณ์วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

“...มาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่ทุก
วัน หลังเลิกงานประจำ ใช้วิธีขาย ซื้อมา 1 แกรม 1 ตัว ไม่นานก็
ขายหมด...”

(เอ๋, สัมภาษณ์วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

“...เข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่
ได้ 7 ปีแล้ว เมื่อก่อนจะขายสินค้าได้เยอะ มีกำไรมาก เดี่ยวนี้
มีร้านค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้ลดลง
กว่าเดิมเยอะมาก...”

(อำพร, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

“...ผมอยู่จังหวัดปัตตานี โน้น มาขายที่ตลาดนัดเกาะ
หมี่ เฉพาะวันพุธ กับวันเสาร์เท่านั้น ขายสินค้าประเภท
เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด กางเกงสแล็ค...”

(บังก็, สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม 2556)

จากปรากฏการณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ในตลาดนัดเกาะหมี่ มี
จำนวนเพิ่มมากขึ้นจะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่ สำหรับค่าเช่าที่ขึ้นอยู่กับพื้นที่บริเวณที่วางแผงขายสินค้า
เจ้าไหนมีพื้นที่ขายบริเวณกว้าง ก็ต้องจ่ายค่าเช่าประมาณ 100 บาท ส่วนผู้ค้าที่มีพื้นที่บริเวณแคบๆ ก็
จ่ายค่าเช่าประมาณ 80 บาท แต่ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับวันเวลาที่มาขาย กล่าวคือ พ่อค้าแม่ค้าที่ขายตลาด
เช้า คือ วันพุธกับวันเสาร์ จะต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปี ปีละ 2,000 – 30,000 บาทต่อร้าน รายวัน วัน
ละ 40 – 100 บาท เพราะจะเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมี่ สำหรับตลาดเย็น ที่ขายสินค้าทุก
วัน จ่ายค่าเช่ารายปีเหมือนกัน แตกต่างกัน คือ จ่ายรายวัน น้อยกว่าวันนัดใหญ่ (สุนัน, สัมภาษณ์ 13
กรกฎาคม 2556)

จากปรากฏการดังกล่าวข้างต้นนั้นทำให้เห็นว่าตลาดนัดเกาะหมีตั้งแต่แรกเริ่ม เป็นเพียงตลาดนัดเล็กๆ ที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน พ่อค้า แม่ค้า ส่วนใหญ่แล้วเป็นคนในพื้นที่ สินค้าที่ขายก็จะเป็นผลผลิตการเกษตร ต่อมาเริ่มมีพ่อค้า แม่ค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาจำหน่ายสินค้าในตลาดนัดเกาะหมีมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในขณะนี้ ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มผู้ซื้อได้ทุกเพศทุกวัย ตลาดนัดเกาะหมีมีการบริหารงานเป็นแบบธุรกิจครบครัน และพ่อค้าแม่ค้าทุกคนจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดนัด

จากการสัมภาษณ์ กะยานี (สัมภาษณ์วันที่ 12 กันยายน 2556) พบว่า ตลาดนัดเกาะหมี เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสถานที่ให้ความสะดวกแก่ผู้ซื้อ และผู้ขาย จากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยการขยายตลาด จากพื้นที่เพียงแค่ว่าประมาณหนึ่งไร่ ปัจจุบันพื้นที่เจ็ดไร่ และมีการแบ่งโซนตามประเภทของสินค้า จากเดิมที่เคยขายสินค้าปะปนกันไป การเปลี่ยนแปลงด้านสถานที่จอดรถ ปัจจุบันมีพื้นที่สำหรับไว้รองรับทั้งผู้ซื้อ และผู้ค้าขายอย่างเพียงพอ

การเปลี่ยนแปลงด้านผู้ขาย ปัจจุบันผู้ค้าเร่ ตามตลาดนัดต่างๆ เข้ามาค้าขายในตลาดนัดเกาะหมีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ พ่อค้า แม่ค้า ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองจากสามจังหวัดชายแดนใต้ การเกิดขึ้นของพ่อค้า แม่ค้า จากภายนอกชุมชนเป็นจำนวนมาก ส่วนสินค้าจากเดิมที่เป็นสินค้าภายในชุมชน ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านผู้ซื้อ ปัจจุบันนี้ ผู้ซื้อมีทางเลือกให้ซื้อมากมาย ที่มีความสะดวกสบายจากเดิมที่มีเพียงแค่ว่าสินค้าภายในชุมชน สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี มีการสืบทอดมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันนี้ตลาดนัดเกาะหมีอยู่ในความดูแลของ บังโรจน์ บังโสดี บังเสวดี กะยาญ กะยะ และกะตะ บริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โดยบัง (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

ตลาดนัดเกาะหมีได้ยกระดับ ความสัมพันธ์ระหว่างทุนสินค้า วัฒนธรรม และจากการเป็นตลาดสดในอดีต อาจกล่าวได้ว่าเป็นตลาดนัดเล็กๆ มีเพียงประชาชนในพื้นที่เท่านั้นที่เข้ามาจับจ่ายซื้อของ ซึ่งในปัจจุบัน รูปลักษณ์ของตลาดก็เปลี่ยนไปจากตลาดที่เปิดโล่งกลายเป็นการรวมแผง จากการขยายตัวของพ่อค้า แม่ค้า ที่เข้ามาขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้ และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น มีทางเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ในการดำเนินชีวิตในตลาดนัดเกาะหมี ซึ่งมีอิทธิพลต่อนิสัยและการดำเนินชีวิตทุกด้านของประชาชน อย่างเช่น มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ต่างๆ จากหอกระจายของตลาดนัดเกาะหมี เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลที่สร้างวิถีที่เป็นปกติ สร้างธรรมชาติในการดำเนินชีวิต ธรรมชาติของการคิด ความรู้สึก และตลาดนัดเกาะหมียังเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตชุมชนที่มีสัมพันธ์ต่อกัน ในลักษณะของการแลกเปลี่ยน และซื้อขายสินค้า (เลิศศักดิ์, สัมภาษณ์ 6 กรกฎาคม 2556)

สรุปอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า พลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี่ : จากตลาดผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือ มีสามระยะ แต่ละระยะ มีการพัฒนาการ การค้าขายที่แตกต่างกันออกไป ผลการวิจัยพบว่า

ตลาดนัดเกาะหมี่ได้มีพลวัตการเปลี่ยนแปลงเป็น 3 ระยะ โดย ในระยะเริ่มแรก (ปี พ.ศ. 2496-2518) ของตลาดนัดเกาะหมี่เป็นเพียงพื้นที่ได้ต้นยาง ผู้คนนำผลผลิตทางการเกษตรมาแลกเปลี่ยนกัน ผู้คนที่มาแลกเปลี่ยนจะเป็นคนที่อยู่ในชุมชน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก การคมนาคมยังไม่สะดวกสบายเท่าในปัจจุบัน ผู้คนดำเนินชีวิตแบบยังชีพ ดังนั้นผลผลิตที่เหลือจากอุปโภค บริโภคในครัวเรือนจึงมีการนำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2549) ที่กล่าวว่ากิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ทั้งนี้ เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง สิ่งที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นฐานของการดำรงสังคม ตลาดก็มีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมเมืองในยุคสมัยต่างๆ นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวรรณี ธรรมรัตน์ (2551) ที่กล่าวถึงตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2449 เพื่อใช้เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าสำหรับการอุปโภคและบริโภค โดยเริ่มแรกตลาดนัดจะตั้งอยู่ใกล้กับริมคลอง เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่บริเวณคาบสมุทรสทิงพระในอดีต มักตั้งอยู่ริมน้ำ ประชาชนนิยมเดินทางติดต่อกับชุมชนอื่นโดยทางเรือ การค้าขายจึงมักจะเป็นการค้าขายกันทางเรือ พ่อค้าแม่ค้าจะนำสินค้าให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ตามสายคลองต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก จึงมีการตั้งถิ่นฐานบริเวณภายในคาบสมุทรสทิงพระมากขึ้นโดยเฉพาะตามแนวถนน ตลาดนัดในระยะหลังจึงเกิดขึ้นตามแนวถนน

จากการศึกษาพบว่าในช่วงระยะที่สอง (ปี พ.ศ. 2518-2543) ตลาดนัดเกาะหมี่เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนจากภายนอกชุมชนเพิ่มมากขึ้น พ่อค้า แม่ค้า ต่างก็เข้ามาลงทะเบียนกับเจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตนเองในตลาดนัดเกาะหมี่ มีความหลากหลายของสินค้า เช่น เครื่องไม้ เครื่องมือทำการเกษตร ของใช้เบ็ดเตล็ดของใช้อุปโภค บริโภคในครัวเรือน เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ มีความคิดที่จะให้ พ่อค้า แม่ค้า มีความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมการค้าขาย และการจับจ่ายใช้สอยในตลาดนัดเกาะหมี่ให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น จึงได้ขยายวันเวลา จากเดิมที่จัดมีในทุกวันเสาร์ของสัปดาห์ ได้เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งวัน คือ วันพุธ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนเกาะหมี่ และชุมชนใกล้เคียง

ตลอดจนมีการปรับปรุงตลาดโดยการขยายพื้นที่ จัดโซนสินค้า มีทั้งโซนที่มีหลังค้า และโซนที่เป็นแผงดิน จะเห็นได้ว่ามีคนต่างถิ่นเข้ามาขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น เป็นเพราะว่ามีการคมนาคมที่สะดวก มียานพาหนะ สำหรับเดินทางมาแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพ สุทธิมิตร (2541) ที่กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดนัดประกอบด้วย ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่วนลักษณะของตลาดปรากฏว่า ตลาดนัดตั้งอยู่ใจกลางชุมชน ส่วนมากจะเป็นแผงลอยอยู่ในที่โล่ง สินค้าที่นำมาขายทั้งสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น ส่วนพ่อค้ามีทั้งคนในท้องถิ่น และคนต่างถิ่น สำหรับผลกระทบพบว่า ส่งผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม

ในช่วงระยะที่สาม (ปี พ.ศ. 2543-2556) พบว่า ชุมชนเกาะหมี่ได้ปรับปรุงทำเป็นถนนลาดยางขึ้นใน พ.ศ. 2543 ถนนลาดยาง ทำให้ผู้คนจากต่างถิ่น มาขายเสื้อผ้ามือสอง 2-3 ร้าน เนื่องจากยังไม่มีการค้าเสื้อผ้ามือสอง จึงทำให้ผู้ค้าพยายามที่จะเปิดตลาดใหม่ จึงทำให้ผู้ค้าบางส่วนที่มาจากอื่น เข้ามาค้าขายเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการค้าเสื้อผ้ามือสอง ปี พ.ศ. 2549 เริ่มมีผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองมาขายเพิ่มมากขึ้น 10-20 ร้าน ในช่วง ปี พ.ศ. 2552 ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองทยอยเข้ามาประมาณ 20-30 ร้าน จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2556 ผู้เสื้อผ้ามือสองมี 30-40 ร้าน ในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่พบว่าผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้ครอบครองพื้นที่ตลาดครึ่งหนึ่งของตลาดนัดเกาะหมี่ ผู้ค้าผลิตผลทางการเกษตร และสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือนถูกถอยร่นไปอยู่ด้วยกัน บริเวณริมถนนซึ่งเป็นที่สัญจรของยานพาหนะ เต็มไปด้วยร้านค้าเสื้อผ้ามือสอง จากเดิมที่ผู้ที่เข้ามาจับจ่ายซื้อ พืชผัก อาหาร เพียงอย่างเดียวจนมาปัจจุบันสามารถเดินเลือกซื้อ เลือกชม สินค้าได้ตามใจชอบ โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกระดับ ทุกเพศทุกวัย และปัจจุบันตลาดนัดเกาะหมี่เปิดขายสินค้าทุกวัน ตั้งแต่บ่ายสองโมงเป็นต้นไปจนถึงค่ำ สำหรับวัน พุธ กับ วันเสาร์ จะเป็นวันนัดใหญ่ของตลาดนัดเกาะหมี่ ซึ่งเปิดขายตั้งแต่หกโมงเช้าไปจนถึงค่ำเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนุรฮัยมี หวันชิตนาย และคณะ (2555) พื้นที่ตลาดคลองแวง เดิมเป็นพื้นที่ตลาดสดที่ผู้คนมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปประกอบอาหาร ต่อมาพื้นที่ตลาดนัดได้ถูกทำให้กลายเป็นพื้นที่ขายสินค้ามือสอง โดยการเปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้ามือสอง ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ เป็นจำนวนมากจนกระทั่งปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรจัดสรรพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ไม่ให้ซ้ำกันในแต่ละวัน ให้กับพ่อค้า แม่ค้าเร่ไปตามตลาดนัดต่างให้มีพื้นที่ค้าขายสินค้า
2. ควรบริการห้องสุขา โดยการเพิ่มจำนวนห้องสุขาและแบ่งเป็นห้อง ชาย – หญิง ไว้อย่างชัดเจน และทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
3. ควรจัดสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบ และรักษาความปลอดภัยการขโมยรถ เพื่อความปลอดภัยของประชาชนที่มาใช้บริการตลาดนัดเกาะหมี่

เอกสารอ้างอิง

- เก็ดถวา บุญปรากฏ (2550, ตุลาคม-2551, มีนาคม) การสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้าข้ามแดนในพื้นที่ป่าดงเบขาร์ไทย-มาเลเซีย *วารสารไทยคดีศึกษา* 5, 1 : หน้า 69- 102 (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- เก็ดถวา บุญปรากฏ (2553, มกราคม-มิถุนายน) ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนป่าดงเบขาร์ไทย-มาเลเซีย *วารสารศิลปศาสตร์* 2 , 1 : หน้า 1-25
- จารุวรรณ ขำเพชร (2555). *พื้นที่เมืองและชีวิตของคนในซอยคาวบอย*. ปรินิพนธ์ปริญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นุรฮัยมี หวันชิตนาย พัทธิตา วรรณชิต และสันฐิตา เลหาวิริยะกมล. (2555). *ตลาดนัดคลองแวง : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง*. โครงการศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาชุมชนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ไรรันบ ศรีอาหมัด. (2555). *ตลาดน้ำคลองแห: พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค*. วิทยานิพนธ์ ปรินิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วราพร ตันตศิริกุล. (2549). *พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน เขตบางแค*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). “บทนำ,” *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

อธิธา สุนทรโรทก. 2548. *ตลาดมหิตล: การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่*. กรุงเทพฯ:

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

de Certeau, Michel. (1988) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley : University of California Press

Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*. Malden, Massachusetts : Blackwell Publishers

บุคลากรกรม

ก๊ะเต๊ะ (2556, 10 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ก๊ะนानी (2556, 12 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ก๊ะยา (2556, 5 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ชาติเมาะ (2556, 7 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บุระฮัยนี (2556, 21 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

น้านิม (2556, 15 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บังเสวด (2556, 1 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านพัก

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บังเลาะ (2556, 15 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ร้านน้ำชาในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บังโสด (2556, 1 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บังโรจน์ (2556, 12 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านพัก

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บังกี (2556, 10 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ร้านน้ำชาในชุมชนเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ป่าเอียด (2556, 30 ตุลาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ป่าเพลิน (2556, 30 ตุลาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

รอซีโต๊ะ (2556, 3 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เลิศศักดิ์ (2556, 6 กรกฎาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สุภกิจ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมพร (2556, 10 กันยายน) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์,

ที่ตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เอ๋ (2556, 5 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อำพร (2556, 10 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์, สุรศักดิ์ บุญรอด เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดนัดเกาะหมี่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านวงจรการค้าของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกะหมี่¹
 THE EVERYDAY LIFE PRACTICE THROUGH A SECONDHAND CLOTHES TRADING CYCLE
 IN KO MI FLEA MARKET

สุรศักดิ์ บุญรอด²

เก็ดถวา บุญปรากฏ³

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านวงจรการค้าของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกะหมี่และพื้นที่อื่น ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสังเกต และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากเจ้าของตลาด ผู้ค้า และผู้ซื้อ จำนวน 16 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลมาจำแนกหมวดหมู่ ตีความ สร้างข้อสรุป ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกะหมี่แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกจะขายเฉพาะในตลาดเกะหมี่ อีกกลุ่มหนึ่งจะขายในตลาดเกะหมี่และตลาดนัดอื่นด้วย จะมีวันหยุดวันจันทร์วันเดียวเพื่อสั่งซื้อสินค้า คัดเกรดสินค้า การเปิดพื้นที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ในตลาดเกะหมี่พบว่า ผู้ค้าจะตามเพื่อนมาขายที่ตลาดนัดเกะหมี่เป็นอันดับแรก หลังจากนั้นจะติดต่อกับเจ้าของตลาดหาพื้นที่ และเทคนิคในการวางแผนเพื่อให้สะดวกต่อผู้ซื้อ ส่วนการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสองพบว่า สินค้าเดินทางมาจากมาเลเซียผ่านเจ้าแก้งซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางจากจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส อีกส่วนหนึ่งผู้ค้าจะไปคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อที่ตลาดโรงเกลือ และสั่งซื้อตามเว็บไซต์สินค้าเสื้อผ้ามือสอง สำหรับการเดินทางของสินค้าจะเดินทางมาพร้อมกับผู้ค้าในช่วงแรก ๆ หลังจากนั้นสินค้าจะเดินทางมาเองโดยการส่งมาที่รถขนส่งจนถึงมือผู้สั่งซื้อ การจ่ายเงินจะใช้วิธีการจ่ายได้หลายรูปแบบเป็นเงินสด โดยการโอนเงิน ผ่านธนาคาร หรืออาจใช้เครดิตขายสินค้าก่อนแล้วจ่ายงวดต่อไปเมื่อได้รับสินค้าล็อตใหม่เข้ามา

abstract

The objective of this study was to investigate the practice of everyday life through a secondhand clothes trading cycle in Ko Mi flea market and other areas. This is a qualitative study using non-participatory observations, in-depth interviews with the market owner, secondhand clothes vendors, and buyers totaling 16 informants. The

data were categorized, interpreted, and conclusions were drawn. The results of the study reveal that there are two main groups of secondhand clothes vendors. One group sells their goods only at Ko Mi flea market while the other sells theirs at Ko Mi flea market and other flea markets. They have Mondays off for ordering and sorting their goods. To open an area for selling secondhand clothes so that they have a site in Ko Mi flea market, most vendors start by following their friends who sell their goods at Ko Mi flea market, then they contact the market owner to locate their stall at a spot that can be seen easily. The route of the secondhand clothes is through Malaysia and middlemen in Pattani, Yala, and Narathiwat. Another route is through Rong Kluea market, and the other sources are websites of secondhand clothes. At the beginning goods are transported with their vendors, and later, goods are transported by trucks and delivered to the vendors. Payments for the goods can be made in several ways such as money transfer through a bank or the vendors can sell the goods first and then make a payment before making the next order goods.

บทนำ

ตลาดนัดเป็นแหล่งรวมผู้คนทั้งผู้ซื้อ ผู้ขายมือชีพ ที่มีอาชีพค้าขายเพียงอย่างเดียว และผู้ขายสมัครเล่น ผู้ที่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว และนำสินค้าที่มีอยู่แล้วทั้งของเก่าของใหม่หรือของที่ผลิตขึ้นเองนำมาวางขายผู้ค้าประเภทหลังนี้ ส่วนมากเป็นชุมชนพื้นถิ่นใกล้กับสถานที่ขายหรือตลาดนัดใกล้บ้านนั่นเอง ตลาดนัดมีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำ ที่จัดขึ้นให้เฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนดอาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ (สกุลณี ญัฐพลวัฒน์, 2541)

สินค้าซึ่งพ่อค้าแม่ค้านำมาวางขายภายในตลาดนัดมีหลากหลาย ส่วนมาก เป็นผลผลิตจากการเกษตรที่ใช้สำหรับการบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และอาหารแปรรูปต่างๆ รวมถึงสินค้าที่จำหน่ายในตลาดจะเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเองภายในท้องถิ่น เช่น ขนมพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง ต่อมาเมื่อมีการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างชุมชน จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิตจากเดิมที่มีไว้เพื่อการบริโภคในครัวเรือนมาเป็นการผลิตเพื่อทำการซื้อขาย แลกเปลี่ยนแบบมุ่งหวังกำไร โดยใช้ตลาดนัดเป็นแหล่งศูนย์กลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันตลาดนัดเป็นแหล่งรวบรวมอาหารที่เหลือจากการบริโภคของชาวชนบท เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดในเมืองที่มีความต้องการสินค้าประเภทนี้ จึงเกิดระบบการค้าภายในท้องถิ่น (วราพร ตันตศิริกุล, 2549 ; สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

ตลาดนัดส่วนใหญ่ในพื้นที่ภาคใต้ เป็นศูนย์รวมของสินค้า ผู้คนที่มีความหลากหลาย ทั้งผู้ค้า และผู้มาจับจ่ายใช้สอยหาซื้ออาหารในชีวิตประจำวัน แต่ปัจจุบันตลาดนัดที่เคยขายสินค้าประเภทผักสด ผลไม้ หมูเห็ด เป็ด ไก่ ที่ผู้คนนำมาประกอบอาหารได้กลายมาเป็นตลาดนัดสินค้า เสื้อผ้ามือสอง ทั้งนี้ผู้คนต่างนิยมซื้อเสื้อผ้ามือสองเนื่องจากบางตัวเป็นสินค้าจากต่างประเทศ และราคาไม่แพงมากนักในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เสื้อผ้ามือสองถือได้ว่าเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของภาคใต้ จนกลายเป็นที่นิยมของคนภาคอื่นที่มีโอกาสได้มาท่องเที่ยวยังภาคใต้ โดยเฉพาะสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และบางอำเภอของจังหวัดสงขลา จะต้องซื้อเสื้อผ้ากลับไปเป็นของฝาก (นุรอัยมี หวันชิตนาย และคณะ, 2555)

ตลาดนัดเกาะหมีเป็นตลาดนัดแห่งหนึ่งในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พื้นที่รอบตลาดเกาะหมีเป็นชุมชนมุสลิมดั้งเดิม ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2496 ในช่วงแรกคนในชุมชนได้นำผลผลิตทางการเกษตรที่เหลือจากการอุปโภค บริโภคในครัวเรือนมาแลกเปลี่ยนกัน โดยมีวันนัดเพียงวันเดียว (เสวตส, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2556)

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2536 เปิดให้มีวันนัดเพิ่มขึ้น จากเดิมที่มีแค่เพียงวันเสาร์ เป็นวันนัดเพียงวันเดียวก็จัดให้มีวันนัดอีกหนึ่งวันคือวันพุธ เพื่อเพิ่มเวลาให้กับผู้ซื้อ และผู้ขาย ผู้ค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาขายของมากขึ้น แต่เดิมเป็นเพียงสินค้าภายในชุมชนที่มาวางขาย ก็เริ่มมีสินค้าจากภายนอกชุมชนเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2546 มีการขยายตัวของเมืองไปตามถนนกาญจนาภิเษย์ จึงทำให้ตลาดนัดเกาะหมีเป็นที่รู้จักกันมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ค้ามุสลิมจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เจ้าของตลาดจึงเปิดให้ขายของในตลาดนัดแห่งนี้ทุกวัน ตั้งแต่เวลาบ่ายสองโมงเป็นต้นไป จนถึงค่ำ เพื่อเพิ่มให้มีเวลาในการจับจ่ายซื้อของกันอย่างสะดวกมากขึ้น (ละไม, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2556) นอกจากนี้ในงานศึกษาของศิริรินทร์ ใจเที่ยง (2549) ได้กล่าวถึงสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่มีความนิยมนำมาขายกันแพร่หลายในตลาดนัดได้กล่าวว่า สินค้ามือสองมีจำหน่ายมาตั้งแต่เมื่อใดนั้นไม่ปรากฏชัดเจนในต่างประเทศ ตลาดขายของเก่าได้รับความนิยมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะตามเมืองใหญ่ๆ ในยุโรป เรียกว่า Flea market บ้าง หรือ Car boot sale หรือ Garage sale บ้าง สินค้านำมาขายรวมอยู่ในตลาดเดียวกันจะมีความหลากหลาย ทั้งเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องเรือน หนังสือ เครื่องแก้ว นาฬิกา เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่เจ้าของไม่ใช้แล้วแต่สภาพยังดูดีได้ถูกนำมาวางขายจึงทำให้เป็นที่นิยมของผู้ซื้อที่มาเลือกซื้อสินค้าแบรนดเนม แต่ราคาไม่แพงมากนัก

เช่นเดียวกับตลาดนัดเกาะหมีพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2556 ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่เข้ามาจับจองพื้นที่ขายจำนวนมาก เริ่มจากคนในพื้นที่ ปัจจุบันมีผู้ค้าจากต่างถิ่นเข้ามาจับจองพื้นที่ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ค้า

ที่มาจากพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจากการที่ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก ชายเสื้อผ้ามือสองเฉพาะที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ส่วนกลุ่มที่สองนอกจากจะขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดเกาะหมี่แล้วยังขายเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดพื้นที่อื่น (บังโสด , สัมภาษณ์ 11 พฤษภาคม 2556) นอกจากนี้ยังพบว่า พื้นที่ตลาดนัดได้กลายเป็นพื้นที่การปะทะปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแล้วยังเป็นพื้นที่ของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชน และการเคลื่อนไหวของผู้คน สินค้า หุ่นและเป็นพื้นที่ของการต่อยอดการบริโภคของผู้คนในสังคมชนบทที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การบริโภคความทันสมัยมากยิ่งขึ้น (Appadurai, 1986)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดคำถามว่า ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองดังกล่าวข้างต้นมีปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านวงจรการค้าในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ และในพื้นที่อื่นอย่างไร เพื่อเผยให้เห็นกลไกการเปิดพื้นที่ทางสังคมของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ และตลาดนัดอื่น ตลอดจนเส้นทางการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการที่ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมชนบทสู่สังคมเมืองผ่านงานศึกษาตลาดนัด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านวงจรการค้าของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่และพื้นที่อื่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูล ภาคสนามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญได้แก่ เจ้าของตลาด ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสอง และประชาชนทั่วไปที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า จำนวน 16 คน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เกี่ยวกับกิจกรรมการค้าเสื้อผ้ามือสอง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ ผู้ค้ากับผู้ค้าด้วยกัน ผู้ค้ากับเจ้าของตลาด และคนต่างกลุ่มชาติพันธุ์ กิจกรรมการค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่และพื้นที่อื่น

ผู้วิจัยได้ใช้ แนวคิดเรื่องพื้นที่ของ Lefebvre (1991) มาวิเคราะห์พื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กับผู้คน และแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ของ De Certeau (1988) มาวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองผ่านปฏิบัติการของวงจรการค้า มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับสภาพกิจกรรมของตลาดเกาะหมี่ การเดินทางไปซื้อสินค้า การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้เห็นวงจรการค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาจัดแยกข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา

หลังจากนั้นนำมาถอดรหัส ตีความ เพื่อสร้างข้อสรุป เชิงอุปนัย และนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนา

ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการศึกษา คือ ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ การนำเสนอปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอ 5 ประเด็น คือ ประเด็นแรกนำเสนอว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง ประเด็นที่สองเป็นการช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อให้มีแผงขายสินค้า ประเด็นที่สามเป็นการสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง ประเด็นที่สี่เป็นการขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน และประเด็นที่ห้า เป็นชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง การเวียนตามตลาดนัดอื่น ให้เห็นถึงวงจรการค้า และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าแต่ละกลุ่มที่มีกลวิธีในการปฏิบัติการที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. กว่าจะมาเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง

ผู้ค้าแต่ละคน ที่เข้ามาขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ มีทั้งผู้ค้าที่อยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด สุราษฎร์ กระบี่ นครศรีธรรมราช และสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ค้าที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดบางรายพักอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และจากการพูดคุยกับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองแต่ละราย ต่างก็เคยประกอบอาชีพอย่างอื่นมาก่อนหน้านี้แล้ว อย่างเช่น เคยทำงานบริษัทขายรถฮอนด้า เป็นพนักงานราชการ รับจ้างทั่วไป และช่างไฟฟ้า เงินเดือนที่ได้มาในแต่ละเดือนไม่พอเพียงที่จะใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้สามารถผ่านพ้นไปได้ในแต่ละเดือน จึงหันมาขายเสื้อผ้ามือสอง

ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเข้ามาในตลาดสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ ในครั้งแรก โดยผ่านการ ชักชวน แนะนำ จากเพื่อนที่ขายอยู่แล้วในตลาดนัดเกาะหมี่ และด้วยความที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ มีการค้าขายสินค้ากันอย่างคึกคัก มีผู้คนพลุกพล่านเป็นจำนวนมาก จึงมีความคิดที่จะมาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้ แต่ด้วยตลาดนัดเกาะหมี่แห่งนี้มีเจ้าของควบคุมดูแล จึงจำเป็นต้องติดต่อกับเจ้าของตลาดนัด เพื่อให้มีพื้นที่เป็นของตัวเองในตลาด สำหรับวางแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอการจำแนกกลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ค้าขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมีพื้นที่เดียวกับกลุ่มที่ค้าขายตลาดนัดเกาะหมีและพื้นที่ตลาดนัดอื่นในแต่ละวัน เพื่อให้เห็นถึงวงจรการค้า และปฏิบัติการในชีวิตประจำวันผ่านตำแหน่งแห่งที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่ขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมี

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ขายเฉพาะในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี โดยจะขายเสื้อผ้ามือสองทุกวันยกเว้นวันจันทร์ ที่ต้องใช้เวลาอยู่บ้านเพื่อทำงานบ้านและสั่งซื้อสินค้าล็อตใหม่เข้ามา การสั่งซื้อสินค้าจะสั่งจากเจ้าแม่โดยใช้วิธีการโทรศัพท์สั่ง เจ้าแม่จะส่งมาให้ถึงบ้านในวันจันทร์ เพื่อคัดเลือกเกรดสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ประมาณ 7 ราย ที่จะขายเฉพาะที่ตลาดนัดเกาะหมีดังคำสัมภาษณ์ดังนี้

“...ขายเฉพาะที่เกาะหมี ก็ขายดี ไม่ต้องเร่ร่อนไปที่อื่น ให้ลำบากขายมานานแล้ว แลวันนี้เขาเรียกว่าเจ้...เป็นเจ้าแม่ด้วย ...” (นุช, สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2556)

“..เรามีแผงถาวร เสียค่าแผงปีละ 2000 บาท ก็ต้องขายให้คุ้ม แต่ก็ต้องจ่ายค่าเช่ารายวันอีกขึ้นอยู่กับล็อกที่มีอยู่ จ่ายค่าเช่าวันละ 80 บาท...ก็เป็นกลุ่มแรก ๆ ที่มาอยู่ก่อน...” (นงค์, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2556)

“...เหตุผลที่เลือกพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองเพราะ ตลาดนัดเกาะหมีอยู่ใกล้บ้าน...” (กรกนก, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

“ตลาดนัดเกาะหมีอยู่ไม่ไกลจากบ้านมากนัก ในช่วงที่เงินเดือนออกแรงงานพม่าในละแวกใกล้เคียงชอบมาเดินจับจ่ายซื้อของในตลาด ก็ขายสินค้าได้เยอะมาก เพราะแรงงานเหล่านี้จะซื้อเสื้อผ้าไม่แพง แรงงานบางคนที่ชอบแต่งตัวก็จะซื้อสินค้าที่เป็นแฟชั่น”

(แสง, สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2556)

“...แถวหาดใหญ่คนนิยมใช้เสื้อผ้ามือสองกันเยอะขาย เฉพาะที่ตลาดเกาะหมีไม่วุ่นวายต้องไปหาคนรู้จักเข้าตลาดอื่น อีก...”

(จินดา, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

“...ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีเป็นพื้นที่หลักแล้ววัน อื่นๆ จะมีเส้นทางการเคลื่อนที่ไปตามตลาดนัดอื่นๆ เช่น ตลาด นัดยรยอง ตลาดนัดบ้านพรุ ตลาดนัดนาหม่อม และตลาดนัด แถวจังหวัดปัตตานี...”

(โบตัน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มีนาคม 2556)

จากเสียงหลากหลายเสียงดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่ เลือขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมีพื้นที่เดียวเนื่องจาก รายได้ดีอยู่แล้ว และไม่ไกลจากบ้าน ตลาดนัด เกาะหมีเป็นตลาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในเรื่องของตลาดนัดเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งคนจะต้องไปจ่ายกับข้าวทุก วัน ทำให้มีโอกาสในการค้าเสื้อผ้ามือสอง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ค้าจะต้องจ่ายค่าเช่ารายปี และรายวัน ซึ่งไม่ต้องไปเริ่มต้นใหม่ที่ตลาดอื่นจึงทำให้เห็นว่ายังมีกลุ่มผู้ค้าที่ขายเฉพาะตลาดนัดเกาะหมีเท่านั้น สำหรับตำแหน่งแห่งที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองแต่ละรายขึ้นอยู่กับกาลเวลาและทุนทรัพย์เป็นสำคัญ บางคนมาอยู่นานจนกลายเป็นเจ้าแก่ทุกคนจะเรียกว่าเจ้า บางคนต้องทำตัวให้ทันสมัยเพราะสนใจขาย เสื้อผ้ามือสองตามแฟชั่น แต่อย่างไรก็ตามแบรนด์เนมเสื้อผ้ามือสองก็สามารถเป็นแฟชั่นของคนรัก ยี่ห้อดังเหล่านั้นได้

1.2 กลุ่มผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่ขายในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมีและพื้นที่ตลาดนัดอื่น

กลุ่มนี้จะมีประมาณ 15 ราย ที่ใช้วิธีการเร่ขายตามตลาดนัดต่าง ๆ เกือบทุกวัน โดย ที่กลุ่มนี้จะไปขายตามตลาดนัดที่เปิดไม่ซ้ำวันกัน เช่น ที่ตลาดนัดยรยอง ตลาดนัดพระพรหม ตลาดนัด สงขลา ตลาดนัดบ้านพรุ ตลาดนัดนาม่วง ตลาดนัดปืมน้ำมัน โดยจะเดินทางไปขายยังตลาดนัดอื่นทุก วัน แต่จะขายที่ตลาดนัดเกาะหมีเฉพาะวันพุธกับวันเสาร์ ยกเว้นวันจันทร์จะไม่ค้าขาย เพื่อที่จะเคลียร์ สินค้า และสั่งซื้อสินค้าใหม่ พักร้อน ทำงานบ้าน ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“... ตอนแรกก็ขายเล่นๆ ขายตอนเย็นๆหลังเลิกงาน ไปขาย แถวตลาดกรีนเวย์ พอเดือนแรกได้เป็นหมื่น ออกจากงานเลย พอมา ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองตามตลาดนัด ก็มีเงินเหลือเก็บทุกวัน...ไปขาย หลายที่...วันอาทิตย์ขายที่สงขลา วันอังคารขายที่ตลาดหน้าอำเภอ วันพฤหัสบดีที่ปิ่นน้ำมัน...” (สุวลักษณ์, สัมภาษณ์ วันที่ 6 เมษายน 2556)

“...เรามีกลุ่มลูกค้าอยู่แล้วตามตลาดนัดต่างๆ เราขายได้ ตลอดไปขายที่นาม่วงก็มี ปาบอนก็ไป เรขายไปเรื่อยๆตรงไหนมีนัดก็ไป ขายจะมานัดที่นี้เฉพาะวันพุธกับวันเสาร์...” (แสนคม, สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน 2556)

“...ชอบมาเดินที่นี้ใกล้ ๆ บ้าน ที่จอดรถสะดวก รถไม่ค่อยติด เสื้อผ้ามือสองมีให้เลือกเยอะนอกจากได้มาซื้อกับข้าวแล้วเรายังได้ เดินดูเสื้อผ้า ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอนของที่เรอยากจะได้แต่เงินไม่ค่อยมี พอที่จะซื้อ ราคาถูกกว่าของมือหนึ่ง...” (สาละมะ, สัมภาษณ์วันที่ 6 สิงหาคม 2556)

จากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองกับกลุ่มผู้นิยม บริโภคสินค้าเสื้อผ้ามือสองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้า แม่ค้า ที่มาจากต่างสถานที่ ต่างถิ่น ซึ่งมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นทางศาสนา ทางวัฒนธรรม แต่ สามารถมาอยู่ร่วมกันได้ในสถานที่เดียวกัน

พ่อค้า แม่ค้า ที่ขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ มีความหลากหลายทางด้าน วัฒนธรรมซึ่งมีทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาอิสลาม และกลุ่มคนไทยที่นับถือ ศาสนาพุทธเข้ามาทำการค้าขายในตลาดนัดเกาะหมี่จนเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกัน และก่อนที่จะมาเป็น พ่อค้า แม่ค้า ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง เกือบทุกคนที่เคยประกอบอาชีพอื่นมาก่อนเช่น ทำงานบริษัท พนักงานราชการ และรับจ้างทั่วไป แต่รายได้ที่ได้มาจากการทำงานดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะกินใช้ใน ครอบครัวจึงทำให้ต้องหาอาชีพอื่นทำและคิดที่จะมาขายเสื้อผ้ามือสองเพราะมีความชอบพอเกี่ยวกับ เสื้อผ้าพวกนี้อยู่แล้ว อีกทั้งมีญาติหรือเพื่อนที่เปิดร้านขายเสื้อผ้ามือสองอยู่จึงได้อาศัยมาช่วยงานใน ร้านหรือทำงานเป็นลูกจ้างศึกษาหาความรู้อยู่ซักพัก เมื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเสื้อผ้ามือสอง

หรือสื่อกระสอบพอจึงออกมาเปิดร้านของตัวเอง ซึ่งจะต้องมีปฏิบัติการและกลยุทธ์ในการต่อรองกับปัจจัยต่างๆ ที่ต้องเผชิญในการขายเสื้อผ้ามือสอง

2. การช่วงชิงพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่เพื่อให้มีแผงขายสินค้า

การเปิดพื้นที่ของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่ในตลาดเกาะหมี่ ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้ใช้พื้นที่ในตลาดมือสองได้เปิดพื้นที่ขายเพื่อให้มีตำแหน่งแห่งที่และตัวตนในพื้นที่ตลาดเกาะหมี่ที่แตกต่างกันบางคนเปิดพื้นที่จากการมาขายสินค้าโดยเพื่อนชักชวนมา ติดต่อเจ้าของตลาด หรือลงของในพื้นที่ที่คนเก่าไม่มา ซึ่งต้องรองจนกว่าจะแน่ใจว่าไม่มา แต่หากเจ้าของพื้นที่มาก็สามารถขายได้โดยที่เจ้าของแผงให้เช่าแผงโดยแบ่งพื้นที่ให้บ้างเล็กน้อยตามที่สัมภาษณ์ดังนี้

“...เริ่มประกอบอาชีพขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในช่วงปี พ.ศ. 2555 เพราะใช้เงินในการลงทุนไม่เยอะมาก ขายสินค้าได้ดี ได้กำไรเยอะ รายได้ต่อเดือนประมาณ 12,000 บาท ก็พออยู่ได้ ก่อนเข้ามาขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองที่ตลาดนัดเกาะหมี่โดยไปติดต่อกับเจ้าของตลาดมีเพื่อนฝูงที่มาขายของในตลาดอยู่ก่อนแล้ว ได้เข้ามาดูทำเลที่ตั้งสำหรับที่จะมาวางแผงขายสินค้า และดูพื้นที่ว่างในตลาด เพื่อเข้ามาเปิดแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง (เสวตส, สัมภาษณ์วันที่ 30 เมษายน 2556)

“...ส่วนมากเสื้อผ้ามือสองจะขายดีกว่าผ้าใหม่ เช่าที่ของคุณแสบอยู่ วันไหนเขาไม่มาก็ให้เช่า แต่วันไหนมาก็ขายด้วยกันจ่ายเงินค่าแผงให้ส่วนหนึ่ง ดีกว่าไม่ได้ขาย...เราก็ต้องเป็นคนทันสมัยด้วยต้องตามให้ทันว่าเขาสนใจอะไรบ้างจะได้ให้ตรงตามรสนิยม...” (อมรเทพ, สัมภาษณ์วันที่ 6 เมษายน 2556)

ค่านิยมความต้องการของผู้ซื้อโดยเฉพาะวัยรุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่ตลอดเวลาทำให้พ่อค้าแม่ค้าต้องปรับเปลี่ยนร้านและเสื้อผ้าในร้านให้ตามทันกับกระแสความนิยมอย่างการนำเสื้อโค้ดจากต่างประเทศมาขายในช่วงหน้าหนาว หรือการขายเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมของวัยรุ่น ด้วยความที่เสื้อผ้ามือสองมีความทันสมัยและมีราคาถูกจึงทำให้เสื้อผ้ามือสองได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการที่พ่อค้าแม่ค้าได้รวมให้ความหมายเกี่ยวกับเสื้อผ้ามือสองในร้านว่าเป็นหัวผ้ามีคุณภาพดี เป็นของมีเย็บห่อ จึงทำให้ผู้ซื้อมอดติดกับเสื้อผ้ามือสองลดลงและคิดว่าเสื้อผ้ามือสองก็สามารถสวมใส่ได้เหมือนกันเสื้อผ้ามือหนึ่ง

สำหรับผู้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองทุกรายจะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่สำหรับวางแผงขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ จ่ายรายวัน วันละ 100 บาท แต่สำหรับวันนัดใหญ่ คือ วันพุธจ่ายช่วงเช้า 60 บาท วันเสาร์จ่ายช่วงเช้า 80 บาท สำหรับการจ่ายค่าเช่ารายปีเจ้าของตลาดจะคิดค่าเช่า ตารางเมตรละ 1,000 บาท ต่อปี ปัจจุบัน ใช้พื้นที่ 8 ตารางเมตร จ่ายค่าเช่า 8,000 บาท ต่อปี” (ชนกพร, สัมภาษณ์วันที่ 1 พฤษภาคม 2556)

นอกจากนี้เจ้าของตลาดนัดเกาะหมี่ยังมีการตั้งกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของตลาดนัดเพื่อความเป็นระเบียบของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด และผู้ซื้อไว้อย่างชัดเจน คือ พ่อค้า แม่ค้า ทุกคนจะต้องลงทะเบียนต่อเจ้าของตลาดนัดว่าใครครอบครองพื้นที่ตรงไหน ต้องไม่สร้างปัญหา ไม่นอญญาติให้ต่อเติมแผงที่ขายสินค้าห้ามเชิงร้านก่อนได้รับอนุญาต และเมื่อครบปี พ่อค้า แม่ค้า จะต้องจ่ายเงินค่าเช่าที่รายปี ทุกๆราย ในเดือนมกราคม ไปจนถึงเดือนมีนาคม พ่อค้า แม่ค้า เจ้าไหนที่ไม่จ่ายค่าเช่ารายปี ตามะวันเวลาที่กำหนด เจ้าของตลาดนัดจะไม่อนุญาตให้ขายสินค้าต่อไปได้ นอกจากนี้แล้วตลาดนัดเกาะหมี่ยังมีการบริหารงานในรูปแบบของการจัดการธุรกิจครอบครัว (บังโรจน์, สัมภาษณ์ 12 กันยายน 2556)

3. การสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองและการเดินทางของสินค้าเสื้อผ้ามือสอง

การเป็นผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง นอกจากจะมีกลวิธีในการแสวงหาตลาดเพื่อขายแล้ว ยังต้องเข้าใจการจัดวางสินค้าและ วิธีการสั่งซื้อสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ โดยผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองได้อธิบายให้ฟังถึงการเดินทางของสินค้าว่าส่วนหนึ่งมาจากโรงเกลือ โดยครั้งแรกผู้ค้าเดินทางไปคัดสินค้าถึงที่ตลาดโรงเกลือ เมื่อรู้จักกับเจ้าแกที่โน่นก็จะใช้วิธีการสั่งสินค้าให้ส่งให้ทางขนส่ง

สินค้าเสื้อผ้าบางส่วนมาจากปัตตานี ยะลา นราธิวาส มาเลเซีย โดยใช้โทรศัพท์สั่งซื้อจากเจ้าแกที่อยู่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รู้จักกันตอนที่มาขายในตลาดเดียวกันหลังจากนั้นคนที่ขายเสื้อผ้ามือสองได้ผันตัวเองเป็นเจ้าแกพ่อค้าคนกลางก็จะรับเสื้อผ้ามือสองมาส่งให้ผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองอีกทีหนึ่ง เจ้าแกจะนัดส่งสินค้าโดยใช้รถตู้ หรือฝากส่งรถบัส หลังจากนั้นก็จะว่าจ้างรถตุ๊กๆให้ส่งถึงบ้าน ผู้ค้าที่ตลาดนัดเกาะหมี่จะรอรับเสื้อผ้าที่บ้าน การจ่ายเงินครั้งแรกจะเป็นเงินสด พอระยะที่ค้าขายติดต่อกันมาหลายปีจนไว้วางใจจะใช้เครดิตคือ ส่งสินค้าให้ก่อนแล้วผ่อนจ่ายในงวดต่อไปที่สั่งซื้อสินค้าล็อตใหม่ บางครั้งผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองก็จะใช้วิธีเปิดดูสินค้าจากเว็บไซต์เสื้อผ้ามือสอง หากชอบใจก็จะสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ การจ่ายเงินขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการตกลงกันดังคำสัมภาษณ์ดังนี้

“... เริ่มขายสินค้ามือสองประเภทรองเท้า ในช่วง พ.ศ.2545 เพื่อนพาเข้าไปตลาดโรงเกลือ พอระยะหลังทำความรู้จักกับพ่อค้าแม่ค้า เริ่มเป็นที่ไว้วางใจกัน พอมีประสบการณ์ขึ้นบ้างแล้ว ก็เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง คือจริงๆแล้วขึ้นไปรับสินค้าสองสามเที่ยวก็ถือว่าสนิทสนมกับพ่อค้าแม่ค้า ที่ตลาดโรงเกลือพอประมาณแล้ว แต่การขายรองเท้าในช่วงนั้นจะขายรองเท้าที่คัด จะต้องไปคัดเองถึงจะถูกใจ ส่วนสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้า ส่งมาราคาจะถูกกว่าแต่ไม่สามารถดูสินค้าได้เลย ไม่ได้เลือกและแถมยังไม่ทราบเลยว่าสินค้าที่ส่งมามีคุณภาพอย่างไร ส่งมาแบบรวมๆกัน ทั้งมีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ ก็ต้องเอาสินค้านั้น ขายรองเท้ามือสองมาประมาณ 5 ปี ต่อมาก็เริ่มเอาเสื้อผ้ามือสองมาขายบวกกับรองเท้ามือสอง พอหลังๆก็เลิกขายรองเท้ามือสอง เพราะไม่อยากไปคัดเอง สั่งมาก็ไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ เลยหันมาขายเสื้อผ้ามือสองเต็มตัว...” (ไหม, สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน 2556)

พ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี่ เล่าให้ฟังว่า รับมาจาก ปัตตานี สุโขทัย-ลก ยะลา และตลาดนัดคลองแวง แล้แกไปซื้อสินค้าจากประเทศมาเลเซีย แล้วมาจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้า จะมีวิธีการพิเศษคือ สินค้าจะมัดรวมกันเป็นกระสอบ แต่ละกระสอบจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ถ้าพ่อค้าต้องการซื้อ ก็ต้องซื้อทั้งกระสอบโดยไม่มีการเลือก สินค้าแต่ละกระสอบจะมีราคาแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า ประมาณ 8,000 – 16,000 สินค้าเสื้อผ้ามือสอง รับมาจากโกดังของก๊ะในตัวเมืองจังหวัดยะลา สินค้าที่รับมา จะมีคุณภาพดีหรือคุณภาพไม่ค่อยดี ก็ไม่สามารถเปลี่ยนคืนได้ ไม่มีสิทธิ์เลือกสินค้า เลือกไม่ได้ สินค้าอยู่ในกระสอบมัดไว้เรียบร้อยแล้ว ถ้าเราต้องการคัดเลือกก่อน ราคา ก็จะแพงกว่า ซื้อทั้งกระสอบจะขายได้ทุกตัว ส่วนตัวที่มีตำหนิ ก็ลดราคาไปตามความเหมาะสม สินค้ามาเป็นกระสอบก็ยับทุกตัว ใช้เทคนิควิธีในการขายโดยการสะบัดๆ แล้วก็แขวน สักพักก็คลายตัวเอง ไม่จำเป็นต้องซักก่อนมาขาย สินค้าผ่อนจ่ายเป็นงวด

“สั่งจากเจ้าแกที่มาเลย์ เขามาส่งให้ถึงที่ แรก ๆ ก็โอนเงินสด หลัง ๆ ใช้เครดิต เอามาขายก่อนพองวดต่อไปจะสั่งสินค้าล็อตใหม่ก็ต้องจ่ายของเดิม...” (สุ, สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2556)

“รับซื้อต่อมาจากเจ้าแม่หรือนายทุน ที่ด่านปาร์ดังแบซา อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพราะการที่ไปซื้อต่อจากคนเหล่านี้ จะเป็นวิธีที่สะดวกที่สุด ปลอดภัย และยังเป็นการประหยัดทั้งด้าน เวลาและการเงิน ส่วนการที่ไปรับซื้อมาเลเซียโดยตรงนั้น จะใช้เงิน เป็นจำนวนมาก และไม่ค่อยจะสะดวกในการไปซื้อ เพราะอยู่ไกล” (วิ ชาญ, สัมภาษณ์ 22 เมษายน 2556)

จากการสัมภาษณ์ ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการเดินทางของสินค้า เดินทางมาไกลถึง ด่านชายแดนกัมพูชา และชายแดนไทย-มาเลเซีย ขึ้นอยู่กับความไว้นื้อเชื่อใจในการติดต่อสัมพันธ์กับ ผู้ค้าด้วยกัน ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้า แม่ค้าที่ตลาดนัดเกาะหมี่ กับพ่อค้าคนกลาง เริ่มจาก การไปตีสนิทกับพ่อค้าคนกลาง จนเป็นที่ไว้นื้อเชื่อใจกัน

4. การขายสินค้าเสื้อผ้ามือสอง การจัดร้าน

กว่าพ่อค้าแม่ค้าจะแสวงหาเสื้อผ้าที่ตรงกับกระแสมความนิยมของผู้ซื้อและมีคุณภาพ มาให้กับร้านของตนเองได้นั้น จะต้องใช้วิธีการต่าง ๆ นานา เช่น การไปคัดเลือกซื้อมาจากร้านอื่น หรือ ส่วนใหญ่พ่อค้าแม่ค้าจะไปคัดเลือกซื้อเสื้อผ้ามาจากตลาดโรงเกลือ จากสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งเป็น แหล่งลงเสื้อผ้า โดยพ่อค้าแม่ค้าจะบอกกับผู้ที่ค้าเสื้อผ้ามือสอง ให้แกะกระสอบที่ต้องการออกมา แล้ว พ่อค้าแม่ค้าจะคัดเลือกซื้อเสื้อผ้าจากตรงนั้นเป็นตัวอย่าง สำหรับวิธีนี้ถ้าซื้อน้อยก็จะได้สินค้าที่มีราคาแพง แต่ถ้าซื้อมากอาจใช้วิธีไปซื้อมายกกระสอบ ราคาจะถูกกลง ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ในการตัดสินใจ คัดแยกและเสี่ยงโชคถึงจะได้เสื้อผ้าตรงกับความต้องการ

หลังจากได้สินค้ามาแล้ว พ่อค้าแม่ค้ายังต้องมีปฏิบัติการอีกอย่าง คือ การต่อรองกับ กลไกตลาดที่เกิดขึ้นในการแข่งขันระหว่างร้านที่ขายเสื้อผ้ามือสองภายในตลาดเกาะหมี่ พ่อค้าแม่ค้า ต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคที่จะสร้างความโดดเด่นให้กับร้านของตนเองในวันพุธ กับ วันเสาร์ ที่ตลาดนัด เกาะหมี่ ซึ่งในแต่ละร้านก็จะมีรูปแบบและเทคนิคการจัดตั้งร้านที่ไม่เหมือนกัน บางร้านอาจจะตั้งราว เหล็กและเอาเสื้อใส่ไม้แขวนผ้าชาย บางร้านอาจจะพบให้เห็นแต่ลายสก๊อตและวางตั้งไว้กับพื้น หรือมี การกางร่มเหล็กขนาดใหญ่เพื่อแขวนเสื้อผ้าให้อยู่ในระดับสายตาพอดี ผ้าที่แขวนไว้กับร่มเหล็กนั้น ส่วนการจัดแต่งเพื่อการจำหน่ายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่ พ่อค้า แม่ค้า จะต้องเริ่มต้น โดยการปักร่มคันจัดวางให้ครอบคลุมอาณาบริเวณแผงของตนเอง แล้วโยงระหว่างเสาของร่มทุกต้น ด้วย ราวเหล็ก จากนั้นจึงนำสินค้าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แพลกและสวยงามมาแขวนบนก้านร่มและราวเหล็ก เพื่อเป็นตัวอย่งที่จะดึงดูดความสนใจลูกค้า ส่วนราคาขายเสื้อผ้ามือสองเริ่มต้นกันตั้งแต่หลักสิบไป จนถึงหลักร้อย

5. ชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง การเวียนตามตลาดนัดอื่น

จากการสังเกตตลาดและการขายสินค้ามือสองพบว่า พ่อค้าแม่ค้ามีปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ในการยึดพื้นที่ในตลาดนัดเกาะหมี่ ส่วนมากพ่อค้าแม่ค้าจะมาจับจองพื้นที่โดยผ่านการติดต่อจากเจ้าของตลาด และต้องมาขายเป็นประจำเพื่อที่ทุกคนจะได้รู้ว่าที่ตรงนี้เป็นของใคร ซึ่งแรกๆ นั้นเจ้าของตลาดจะเปิดตลาดโดยให้พ่อค้าแม่ค้า อีกทั้ง พ่อค้า แม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง จะต้องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันในการต่อรองกับค่านิยม กลไกตลาด พ่อค้าแม่ค้ามีวิธีการในการต่อรองกับกระแสค่านิยมของวัยรุ่นโดยวิธีการจัดร้านและการสรรหาสินค้าที่เข้ากับฤดูกาล และหน้าหนาวพ่อค้าแม่ค้าบางคนก็จะเพิ่มสินค้าในร้านเป็นเสื้อโค้ดที่นิยมในต่างประเทศ เช่น ค่านิยมเสื้อผ้าเกาหลี พ่อค้าที่จะคัดเสื้อโค้ดก็จะพยายามหากระสอบเลดีเกาหลีมาเพื่อเปิดคัดเอาเสื้อที่สามารถทันกับกระแสเกาหลีได้ จากการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสไปมีส่วนร่วมกิจกรรมในการปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในพื้นที่ตลาดนัดเกาะหมี่ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงกระบวนการต่างๆ ที่จำเป็นต่ออาชีพพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดเกาะหมี่เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการการดำรงวิถีชีวิตแบบอิสลามบนวิถีชีวิตพ่อค้าแม่ค้าที่ต้องเร่ขายตามตลาดนัดต่างๆ การต่อรองกับเจ้าของตลาดนัดและเพื่อนพ่อค้าแม่ค้าร่วมตลาดเพื่อให้ได้พื้นที่ที่ตนจะได้เป็นเจ้าของล็อก การต่อรองกับลูกค้าไม่ว่าจะโดยการใช้อำนาจต่อรองในการขาย หรือจะใช้วิธีการนำเสนอสินค้าตามแบบฉบับที่ตนเป็นคนสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดลูกค้า หรือแม้กระทั่งการเดินทางไปซื้อของเพื่อมาขายก็ต้องใช้เทคนิคการต่อรอง ทั้งต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง ทุกกระบวนการล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าขายเสื้อผ้ามือสองทั้งสิ้น

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าพลวัตการเปลี่ยนแปลงตลาดนัดเกาะหมี่จากตลาดที่ขายสินค้าทางการเกษตรเปลี่ยนมาเป็นตลาดผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองเนื่องจาก ผู้คนนิยมเสฟสินค้าแบรนด์เนมกันมากขึ้น แต่ไม่สามารถเข้าถึง จึงหันมานิยมซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านเสื้อผ้ามือสอง สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรินทร์ ใจเที่ยง (2549) การปรับตัวหาทางออกทางเศรษฐกิจจากการตกงาน หรือมีรายได้ลดลงวิธีหนึ่ง ด้วยการจัดให้มีตลาดนัดรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เปิดท้ายรถขายของ” หรือ “ตลาดนัดคนเคยรวย” โดยได้แนวคิดมาจากต่างประเทศ สัญลักษณ์สำคัญของตลาดนัดรูปแบบนี้คือ ขายสินค้ามือสองซึ่งเป็นของผ่านการใช้งานหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้วของผู้ค้ามาจำหน่ายต่อ ผู้ที่นำของมาจำหน่ายนั้นมักจะมีฐานะดี หรือเคยมีฐานะดีมาก่อน สินค้าที่นำมาจำหน่ายจึงเป็นของคุณภาพดี ติดยี่ห้อ ติดแบรนด์เนม แต่ราคาจะต่ำกว่าชท้องตลาดมาก เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า นาฬิกา หมวก เครื่องประดับ ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ ที่มีผู้มียาได้น้อยเพียงกลุ่มเดียว มีความกล้าและ

คุ่นเคยที่จะซื้อของที่ผ่านการใช้มาแล้ว นอกจากเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้ามือสองให้ซับซ้อนมาอยู่ครอบคลุมชนชั้นกลางแล้ว ตลาดนัดประเภทนี้ได้รับความนิยมและขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นตลาดนัดถาวร ที่รวมเอาร้านสินค้าใหม่เข้าไปด้วยเป็นหลัก ส่วนสินค้ามือสองเองก็พัฒนาจากของที่นำมาจากบ้านผู้ค้า ไปเป็นสินค้าที่หาซื้อได้จากแหล่งอื่นผสมผสานกัน เพราะของตัวเองมีอยู่ไม่พอขาย

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังพบว่าตลาดนัดเกาะหมี่มีเคยนัดเฉพาะวันพุธกับวันเสาร์ปัจจุบันการค้าในตลาดเกาะหมี่จะมีทุกวัน จึงทำให้เห็นว่าความหมายของคำว่าตลาดนัดได้เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นตลาดถาวรที่ไม่ได้มีการนัด แต่มีผู้ค้าเข้ามาค้าขายทุกวัน ผู้ซื้อเข้ามาจับจ่ายใช้สอยทุกวันที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ค้าจำเป็นจะต้องประกอบอาชีพค้าขายทุกวัน เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ การค้าขายจึงต้องเวียนไปยังตลาดนัดอื่น ๆ ที่เปิด ทำให้ต้องไปช่วงชิงพื้นที่ทางการค้าแทบทุกวัน แต่เมื่อตลาดนัดเกาะหมี่เปิดกว้างให้ค้าขายได้ทุกวันจึงทำให้ผู้ค้าบางคนหันมาค้าขายที่ตลาดนัดเกาะหมี่ที่เดียว เพื่อจะได้ไม่ต้องต่อสู้ต่อรองในการช่วงชิงพื้นที่มากนัก สอดคล้องกับงานศึกษาของกิตติพร ใจบุญ (2549) ได้วิจัยงานศึกษาเกี่ยวกับตลาดในประเทศไทยนับแต่อดีตถึงปัจจุบัน และนำเสนอประเด็นที่งานเหล่านั้นพูดถึงการดำรงอยู่และการปรับตัวของตลาดในลักษณะต่างๆ นับตั้งแต่การเสื่อมโทรมของตลาดน้ำและการฟื้นฟูขึ้นมาแทนที่ตลาดบก อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเส้นทางคมนาคมและระบบขนส่ง การขยายตัวของย่านการค้าและพัฒนาารูปแบบของตลาดนัด ลักษณะทางกายภาพของเมืองที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับเวลา สินค้าและผู้คนที่เกี่ยวข้อง

ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง มีภาคปฏิบัติการในการค้าขาย การเดินทางไปซื้อสินค้า สั่งซื้อสินค้าล็อตใหม่เข้าร้าน การสั่งซื้อสินค้าจะสั่งจากเจ้าแก๊โดยใช้วิธีการโทรศัพท์สั่ง การต่อรองกับอำนาจต่าง ๆ การขายเสื้อผ้าที่ตลาดอื่น ความสัมพันธ์เชิงอำนาจเพื่อการค้า กับผู้ค้าเสื้อผ้ามือสอง และได้เห็นวงจรการค้าในการทำกิจกรรมบนพื้นที่ตลาดเกาะหมี่ และพื้นที่อื่น ในการต่อรองกับกฎระเบียบของตลาดนัด ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ เก็ดถวาบุญ ปรากฏ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดน ปาดังเบซาร์ไทย-มาเลเซีย เป็นการศึกษาผู้ค้ามุสลิมรายย่อยที่ข้ามเขตแดนจากไทยไปค้าขายยังประเทศมาเลเซีย โดยผู้วิจัยเน้นศึกษาในพื้นที่ตลาดอาเก็ดและตลาดปาดังเบซาร์มาเลเซียรัฐเปอร์ลิสพบว่าผู้ค้ามุสลิมมีกลวิธีการขนส่งสินค้าข้ามแดนที่ต้องลักลอบนำสินค้าข้ามแดนจากไทยมาขายยัง ตลาดอาเก็ดเพื่อหลบหลีกเลี่ยง

การตรวจจับของเจ้าหน้าที่ เช่น “กองทัพนมด” “การยัดไส้”และ “การเตะเข้าเตะออก” ถือเป็นเครื่องมือของทั้งผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่ากับผู้ที่มีอำนาจมากกว่าหรือกับผู้ที่น่าเกรงขามมาควบคุมสินค้าข้ามแดนกับคนที่พยายามจะต่อรองเพื่อให้สามารถนำสินค้าข้ามแดน ทำให้เห็นว่าพ่อค้าแม่ค้าต่างต้องมีกลยุทธ์และวิธีการเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อต่อรองกับอำนาจรัฐหรือกฎระเบียบข้อบังคับเพื่อให้ธุรกิจการค้าของตนเองดำรงอยู่ได้ นอกจากนี้ยังพบว่าในงานศึกษาของโรหนับ ศรีอาหมัด (2555) ได้ศึกษาถึงการทำให้ตลาดน้ำกลายเป็นพื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภคของคนในเมืองที่โหยหาอดีต ซึ่งทำให้เห็นปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าที่ต้องแต่งตัวให้ย้อนยุค และขายสินค้าบนเรือเพื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมของตลาดน้ำ

นอกจากการหาสินค้าที่จะนำมาขายแล้ว ภายในตลาดที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน และมีความคล้ายคลึงกันมาก พ่อค้าแม่ค้าจำเป็นต้องมีกลยุทธ์บางอย่างเพื่อสร้างความโดดเด่น และดึงดูดผู้ซื้อให้มาที่ร้านของตนเอง ซึ่งสามารถเห็นได้จากการเลือกที่ตั้งทำเลที่จดจำได้ง่าย หรือการจัดวางร้านตั้งโชว์สินค้าที่ทำให้ร้านของตนเองมีความแตกต่างจากร้านอื่น บางร้านอาจแขวนผ้าไว้กับที่สูง หรือแขวนไว้กับราว และมีป้ายราคากำหนดไว้ชัดเจน หรืออาศัยการพูดจูงใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าพลวัตการเปลี่ยนแปลงตลาดจากตลาดพืชผลทางการเกษตรเป็นตลาดเสื้อผ้ามือสอง และตลาดนัดได้กลายเป็นตลาดถาวร ทางผู้จัดตลาดควรที่จะจัดระบบให้ผู้ค้ากลุ่มอื่นมีโอกาสได้หมุนเวียนเข้ามาใช้พื้นที่ของตลาดนัดเกาะหมี่ได้ด้วย เพื่อที่จะได้มีสินค้าใหม่ให้เลือกได้หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองที่มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ตลาดเกาะหมี่ และพื้นที่ตลาดนัดอื่นเพื่อให้เห็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาติพันธุ์ และสินค้าทางชาติพันธุ์ที่ถูกทำให้กลายเป็นสินค้า

บรรณานุกรม

- เกีตลวา บุญปรากฏ. (2551). *ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้ามุสลิมข้ามแดนปาตังเบซาร์ ไทย-มาเลเซีย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาโทศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- นุรฮัยมี หวันชิตนาย และคณะ. (2555). ตลาดนัดคลองแวง : พื้นที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของพ่อค้าแม่ค้าเสื้อผ้ามือสอง. โครงการงานศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาชุมชนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- โรหนับ ศรีอาหมัด. (2555). ตลาดน้ำคลองแห: พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรภาพร ตันตศิริกุล. (2549). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน เขตบางแค. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ศิริรินทร์ ใจเที่ยง. (2549). “ชีวิตของสินค้ามือสองประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายใน ตลาดนัดชั่วคราว: แ่งมุมบางประการ,” ใน *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สกุลณี ญัฐพลวัฒน์ (2544). กลยุทธ์ในการเข้าถึงทรัพยากรของชุมชนตั้งถิ่นฐานใหม่ ท่ามกลางบริบทของการปิดล้อมพื้นที่ป่า ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). “บทนำ,”ใน *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- Appadurai, Arjun. (1986). *The Social Life of Thing: Commodities in Culture Perspective*. New York: University of Cambridge
- de Certeau, Michel. (1988) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley : University of California Press
- Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*. Malden, Massachusetts : Blackwell Publishers.

บุคลากรกรม

จินดา (2556, 1 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 นงค์ (2556, 15 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 นุช (2556, 20 มกราคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 บังโสด (2556, 11 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 โบตัน (2556, 15 มีนาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 ละไม (2556, 4 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 ลุงเคน (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 วิชาญ (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 สาลามะ (2556, 6 สิงหาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่
 จังหวัดสงขลา

สุ (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 สุวลักษณ์ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 เสวตส (2556, 30 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 แสนคม (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 แสง (2556, 20 พฤษภาคม) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 ไหม (2556, 22 มิถุนายน) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 อมรเทพ (2556, 6 เมษายน) ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่ตลาดนัดเกะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นายสุรศักดิ์ บุญรอด

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5511121042

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ศิลปศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา	พ.ศ. 2555
(การพัฒนาชุมชน)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	วิทยาเขตหาดใหญ่	พ.ศ. 2557
(พัฒนามนุษย์และสังคม)		

การตีพิมพ์และการเผยแพร่ผลงาน

สุรศักดิ์ บุญรอด และเก็ตถวา บุญปรากฏ. (2556). ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าเสื้อผ้ามือสองในตลาดเกาะหมี่ ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตวิทยาลัย ครั้งที่ 5 วันที่ 29 สิงหาคม 2556 ณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สุรศักดิ์ บุญรอด และเก็ตถวา บุญปรากฏ. (2556). พลวัตทางการค้าของตลาดนัดเกาะหมี่: จากตลาด ผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง ใน วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่