

รถพุ่มพวงในดวงใจ : ภูมิปัญญาชาวบ้านในเมือง

ฐิติมา อัมพวรรณ

คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

thidima.u@archd.kmutnb.ac.th

สุพิชชา ไตวิวิชัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

tovivich_s@silpakorn.edu

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้ารายละเอียดของรถพุ่มพวงและเพื่อศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองและปัจจัยที่ส่งผลต่อภูมิปัญญาของรถพุ่มพวง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยรถกระบะพุ่มพวงและรถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวงที่เข้ามาซื้อสินค้าในพื้นที่ตลาดสี่มุมเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและการถ่ายภาพประกอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า รถพุ่มพวงเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองในการปรับตัวเพื่อการดำรงชีพด้วยความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจต่อความรู้สึกและความต้องการของผู้บริโภค และเกิดทักษะการบริหารจัดการพื้นที่ใช้สอยขนาดเล็ก การหยิบจับวัสดุใกล้ตัวที่มีราคาประหยัดเพื่อสร้างโครงสร้างเคลื่อนที่ที่มีน้ำหนักเบา รองรับสินค้าที่หลากหลาย รวมถึงการแบ่งสินค้าขายในปริมาณที่เพียงพอต่อมื้ออาหารและตั้งราคาให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย เชื่อมโยงกับวิธีการแบ่งและจัดสินค้าเพื่อดึงดูดใจและง่ายต่อการซื้อขาย ทั้งนี้ลักษณะการขายที่เหมือนสร้างตลาดสดเคลื่อนที่สำหรับผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาและไม่มีความต้องการไปซื้อในตลาดหรือห้างสรรพสินค้า เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้รถพุ่มพวงเข้าไปอยู่ในดวงใจของกลุ่มเป้าหมาย การเรียนรู้ ลองผิดลองถูกในจัดวางสินค้าด้วยเทคนิคการแขวน ห้อย คล้อง ซ้อน เป็นลักษณะเฉพาะของรถพุ่มพวง ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตและข้อเสนอแนะเรื่องการย้ายถิ่นเพื่อเข้ามาประกอบอาชีพรถพุ่มพวงของคนชนบท สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเข้ามาศึกษาวางแผนและจัดการเพื่อลดผลลบในพื้นที่ต้นทางและพื้นที่ปลายทาง ทั้งในด้านสุขภาพ เศรษฐกิจและสังคม

คำสำคัญ: รถพุ่มพวง ภูมิปัญญา ชาวบ้านในเมือง

Rod Phum-puang : Urban Vernacular Wisdom

Thitima Umpawan

Faculty of Architecture and Design

King Mongkut's University of Technology North Bangkok

thidima.u@archd.kmutnb.ac.th

Supitcha Tovivich

Faculty of Architecture, Silpakorn University

tovivich_s@silpakorn.edu

Abstract

This article aims to research into the specific data and details of the Rod Phum-puang (Thai Mobile Grocery) and to study the urban vernacular wisdom, factors affecting wisdom of Rod Phum-puang. This research is a qualitative research. The sample group consists of Phum-puang pickup and Phum-puang motorcycles that come to buy products in the Si Mum Mueang Market. The tools used for data collection were unstructured interviews and photographic illustrations. Data was analyzed by using descriptive statistics.

The results reveal that the Rod Phum-puang is a social phenomenon that reflects the urban vernacular wisdom of adapting to life with understanding, empathizing to the feelings and needs of consumers, and skill in managing small spaces. A cost-effective materials, a handing solution for lightweight mobile structures, and supports of wide variety of products help divide the products for sale in sufficient quantities per meal and also setting prices that consumers can easily decide to buy. This involves categorizing and organizing products to make them attractive and easy to trade. This type of trade creates a mobile flea market for consumers who don't have time and don't want to go to the market or department stores. It is important to get the Rod Phum-puang into the minds of the target audience. Learning by trial and error in product display, techniques of hanging, looping, and stacking represent characteristics of the Rod Phum-puang. However, the researcher indicates via observation to suggest how migration becomes a career in mobile grocery of rural people. For responsible agencies, one should study plan, manage to minimize negative effects in the source and destination areas in terms of health, economy and society.

Keyword: Rod Phum-puang, Wisdom, Urban Vernacular

บทนำ

“รถ กับ ข้าว จากหาบแร่แฝงลอย สุวรรณี วิวัฒนาการของตลาดจำลองที่ออกเคลื่อนที่ไปตามตรอกซอกซอย เพื่อกลุ่มคนที่ไม่สะดวกเดินทาง” คำเกริ่นนำของ ชัชวาล สุวรรณสวัสดิ์ (2562) เป็นจุดเริ่มต้นในความสนใจที่ผู้วิจัยมีต่อรถฟุ่มพวง รถกับข้าวที่คุ้นชินในชีวิตประจำวันของผู้วิจัย เสียจากลำโพงที่ตั้งจากรถฟุ่มพวงบ่งบอกถึงการมาถึงของรถฟุ่มพวงที่อาศัยความตรงต่อเวลาเป็นสัญญาณเพื่อนัดแนะจำหน่ายสินค้า ผัก ผลไม้ อาหารแห้ง และอาหารสด แบ่งขายตามกำลังซื้อของผู้บริโภค ความน่าสนใจของรถฟุ่มพวงคือความสามารถเข้าไปอยู่ในดวงใจของผู้บริโภคส่งผลให้เกิดกลุ่มลูกค้าที่เหนียวแน่นจนเกิดคำถามว่า “เกิดอะไรขึ้นกับรถฟุ่มพวงที่ไม่ได้สวยงามหรือหรูหรา อะไรคือจุดสำคัญในการปรับตัวครั้งนี้” ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้น พบว่ารถฟุ่มพวงมีสถานภาพทางการศึกษาในรูปแบบไม่เป็นการคล้ายคลึงกับสถานภาพของรถฟุ่มพวงเองในปัจจุบัน การให้ความสนใจในเชิงวิชาการอยู่ในกลุ่มขนาดเล็ก มีการกล่าวถึงรถฟุ่มพวงในวงวิชาการโดยเอกวิทย์ ณ ถลาง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารถฟุ่มพวงปรากฏตัวและอยู่ในความสนใจของนักวิจัยและนักวิชาการมากกว่า 15 ปี รถฟุ่มพวงเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาชาวบ้านในเมือง การศึกษาค้นคว้ารายละเอียดภูมิปัญญาชาวบ้านและปัจจัยที่ส่งผลต่อภูมิปัญญาของรถฟุ่มพวงคือช่องว่างทางความรู้เชิงวิชาการที่ผู้วิจัยต้องการเพิ่มเติมและทำความเข้าใจเพื่อบันทึกข้อมูล ส่งต่อ นำไปสู่การเรียนรู้ การต่อยอดและแสวงหาการเพิ่มมูลค่าจากคุณค่าของภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองต่อไป

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุวดี ศิริ (2562) กล่าวถึงความหมายของรถฟุ่มพวงคือ รถเร่ขายผัก รถขายกับข้าวหรือวัตถุดิบต่าง ๆ ในการทำกับข้าว รถตลาดสดเคลื่อนที่ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของเอกวิทย์ ณ ถลาง (2550) รถฟุ่มพวงมีชื่อเรียกแตกต่างกันตามภูมิภาค เช่น ในภาคอีสานเรียกรถประเภทนี้ว่ารถโดงเตง ในจังหวัดเชียงใหม่เรียกว่า กาดอ้อ อุดอ้อ (ศิลปวัฒนธรรม, 2563) รถขายควัว รถเร่ และรถกับข้าวในทางภาคใต้ รถฟุ่มพวงมีลักษณะโดดเด่นสะดุดตาสามารถมองเห็นถุงพลาสติกที่บรรจุสินค้าห้อยเป็นพุ่มเป็นพวงรายรอบรถได้จากระยะไกล ถุงพลาสติกบรรจุผักสดหรือผลไม้แขวนห้อยรอบรถเป็นรูปแบบนำเสนอสินค้าของพ่อค้าแม่ค้าที่นิยมแบ่งสินค้าเป็นถุงเล็ก ๆ สำหรับการบริโภค 1-2 มื้อจัดจำหน่ายในราคาย่อมเยา การนำสินค้าไปแขวนห้อยที่ข้างรถในลักษณะเป็นพวง ๆ โดยแบ่งตามประเภทของสินค้าและเป็นการกำหนดราคาขายไปในตัว สร้างความสะดวกให้แก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในการคำนวณราคาและชำระสินค้าที่ซื้อไป ตลอดจนความน่าสนใจของการใช้พื้นที่ภายในรถกระบะที่ทำการต่อเติมหลังคา ปิดล้อมพื้นที่ด้วยแผงด้านข้างและใช้ฝาปิดกระบะด้านหลังในการวางสินค้าเพื่อจำหน่าย หรือการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยสำหรับการค้าปลีกของรถมอเตอร์ไซด์ฟุ่มพวง

รถฟุ่มพวงแบ่งตามประเภทของยามพาหนะได้ดังนี้ รถกระบะฟุ่มพวง รถมอเตอร์ไซด์ฟุ่มพวง และรถสามล้อฟุ่มพวง รถกระบะฟุ่มพวงจัดแบ่งตามประเภทสินค้าที่จำหน่ายได้ 3 ประเภท ได้แก่ รถฟุ่มพวงขายกับข้าว รถฟุ่มพวงขายผลไม้และรถกระบะขายของใช้ในครัวเรือน (ยุวดี ศิริ, 2562)

รถฟุ่มพวงเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองที่เกิดจากการปรับตัวตอบโต้ระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์ในเมืองใหญ่ ชาวบ้านนำเสนอการขายตรงเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับคนที่ไม่สามารถไปซื้อของจากซูเปอร์มาร์เก็ต (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2550) ซึ่งลักษณะของภูมิปัญญานี้เกิดขึ้นมาแล้วในรูปแบบของหาบเร่ เรือเร่ การขายของโดยมีปัจจัยและที่มาแตกต่างจากรถฟุ่มพวงแต่มีรูปแบบการขายตรงลักษณะเดียวกัน ต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นรูปแบบของตลาดน้ำหรือตลาดบก โดยพื้นที่รอบ ๆ ตลาดนัดเกิดเป็นร้านโชห่วยเมื่อระบบทุนนิยมเข้ามามีบทบาทในระยะต่อมาก่อให้เกิดซูเปอร์มาเก็ตและรถฟุ่มพวงคือผลพวงและผลผลิตจากวิกฤตนี้ ต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นมอเตอร์ไซด์ฟุ่มพวงและอื่น ๆ

ระเบียบวิธีวิจัย

คำถามงานวิจัย

1. รถฟุ่มพวงคืออะไร มีที่มาอย่างไร
2. ภูมิปัญญาและองค์ประกอบที่ส่งผลต่อภูมิปัญญาชาวบ้านของรถฟุ่มพวงคืออะไร มีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อค้นคว้ารายละเอียดของรถฟุ่มพวง
2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองและปัจจัยที่ส่งผลต่อภูมิปัญญา

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการวิจัย รถฟุ่มพวงในดวงใจ : ภูมิปัญญาชาวบ้านในเมือง การหล่อหลอมความสามารถ ความรู้ ประสบการณ์ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดเอง โดยได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุข แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย (ธวัช ปุณโณธก, 2531; ลักษณ์า รอดสน, 2540; ราชบัณฑิตยสถาน, 2542; สำนักงานคณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติ, 2542; เอกวิทย์ ณ ถกลาง, 2544; Pesurna, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้านของวีระ อินพัน ทั้ง (2564) ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรม ความรู้ ประสบการณ์ การสะสม การสืบสานและการปรับปรุง เป็นกรอบแนวทางในการศึกษาและลงภาคสนาม ดังนี้

รถฟุ่มพวงในดวงใจ	กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ภูมิปัญญาชาวบ้าน : องค์ประกอบ โดย ศาสตราจารย์ ดร.วีระ อินพันทั้ง
------------------	---------------------------------	--



ภาพที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ภูมิปัญญาชาวบ้าน : องค์ประกอบ

กิจกรรม (Activity) เป็นคำนาม หมายถึง การที่ผู้เรียนปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อการเรียนรู้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Activity หมายถึง สถานการณ์ที่มีหลายสิ่งหลายอย่างเกิดขึ้น หรือผู้คนเคลื่อนไหวไปมา (Cambridge, 2021) ทั้งนี้วีระ อินพันทั้ง (2564) อธิบายว่า กิจกรรมในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง การดำรงชีพ การปรับตัว การแก้ปัญหา

ความรู้ (Knowledge) ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายไว้ดังนี้

ความหมายที่ 1 เป็นคำนาม หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ เช่น ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือ การปฏิบัติ เช่น ความรู้เรื่องสุขภาพ ความรู้เรื่องนิทานพื้นบ้าน

ความหมายที่ 2 เป็นคำนาม หมายถึง ความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ทั้งนี้วีระ อินพินทั้ง (2564) อธิบายว่าความรู้ในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความคิด ความสามารถ ความฉลาด ความเชี่ยวชาญ

ประสบการณ์ (Experience) เป็นคำนาม หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ทั้งนี้วีระ อินพินทั้ง (2564) อธิบายว่าประสบการณ์ในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง การเรียนรู้ ลองผิดลองถูก

การสะสม (Collection) เป็นคำกริยา หมายถึง สั่งสม รวบรวมให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ตรงกับวีระ อินพินทั้ง (2564) อธิบายว่าสะสมในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึง สั่งสม

การสืบสาน (Inheritance) หมายถึง การสืบสานในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ถ่ายทอด สืบต่อ

การปรับปรุง (Development) ราชบัณฑิตยสถาน(2554) ให้ความความของคำนี้ไว้ว่า เป็นคำกริยาหมายถึง แก้ไขให้เรียบร้อยยิ่งขึ้น ทั้งนี้วีระ อินพินทั้ง (2564) อธิบายว่าการปรับปรุงในองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง พัฒนาการ การเปลี่ยนแปลง ประยุกต์

จากแนวคิดองค์ประกอบของภูมิปัญญาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้

วิธีการดำเนินวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในพื้นที่ตลาดสี่มุมเมือง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รถกระบะพุ่มพวง และรถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวง มีวิธีการดำเนินวิจัย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การค้นคว้า รวบรวมข้อมูล บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 สร้างกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 ลงภาคสนามสำรวจรถพุ่มพวงในพื้นที่ตลาดสี่มุมเมือง

ขั้นตอนที่ 4 ข้อมค้นพบ

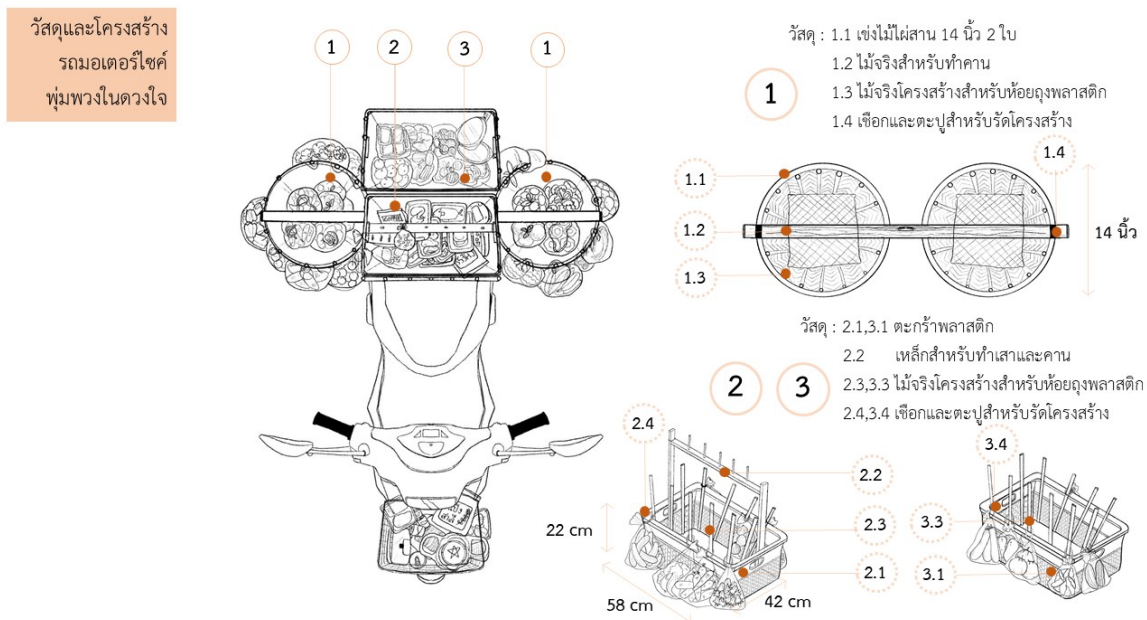
ขั้นตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์และสรุปผล

ข้อค้นพบ

ยุวดี ศิริ (2563) กล่าวถึงการพบช่วงที่มีรถพุ่มพวงเกิดขึ้นและเริ่มแพร่หลายนั้นเป็นยุคที่ธุรกิจจัดสรรที่ดินเพื่อปลูก พ.ศ. 2531-34 มีปัจจัย 2 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิด “รถพุ่มพวง” ปัจจัยที่ 1 เมื่อมีการตัดถนนสายใหม่ ๆ ไปสู่ชานเมือง ปัจจัยที่ 2 การรุกเข้ามาของร้านสะดวกซื้อใน พ.ศ. 2532 จนทำให้เกิดปัญหากับร้านโชห่วยดั้งเดิม ผู้ขายจำนวนหนึ่งต้องปรับตัวหันไปขายของในลักษณะรถเร่ และตั้งชื่อสังเกตที่มาของชื่อรถพุ่มพวงไว้ 2 ประการคือ ชื่อของพุ่มพวง ดวงจันทร์นักร้องที่มีชื่อเสียงในขณะนั้นและที่มาของชื่อจากลักษณะการแขวนสินค้าเป็นพุ่มเป็นพวง การค้นคว้ารายละเอียดของรถพุ่มพวงจากกลุ่มตัวอย่าง 2 ประเภท ได้แก่ รถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงและรถกระบะพุ่มพวง เรียงร้อยข้อมูลเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพโครงสร้างและวัสดุ และด้านพฤติกรรมและจิตวิทยา

ด้านกายภาพโครงสร้างและวัสดุของรถพุ่มพวง

รถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงมีลักษณะด้านกายภาพของรถในการเพิ่มภาระโหลดมากกว่าการดัดแปลงรถ โครงสร้างที่เพิ่มเข้าไปเป็นโครงสร้างเบาที่สามารถเคลื่อนย้าย เปลี่ยนแปลงได้ หยิบจับวัสดุใกล้ตัวก่อรูปเป็นโครงสร้างเพื่อรองรับการใช้งาน แบ่งโครงสร้างออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) เชนจ์และคานสำหรับวางพาดที่นั่งด้านหลังคนขับเป็นโครงสร้างคล้ายหาบเร่ แต่ถูกยกมาตั้งบนเบาะรถมอเตอร์ไซค์ ใช้วัสดุเชิงไม้ไผ่สาน(รหัส 1.1 ในภาพที่ 2)และเพิ่มไม้จริงขนาดเล็กเรียงรายรอบปากเชนจ์สำหรับการแขวนสินค้าเพื่อจำหน่าย(รหัส 1.3 ในภาพที่ 2) มีคานไม้จริงขนาดใหญ่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างรับหนัก(รหัส 1.2 ในภาพที่ 2) 2) โครงสร้างส่วนที่ 2 ตะกร้าพลาสติกพร้อมโครงสร้างเสาและคานที่ทำด้วยเหล็ก (รหัส 2.1และ2.2 ในภาพที่ 2) และมีไม้จริงวางรายรอบปากตะกร้าสำหรับห้อยถุงพลาสติก(รหัส 2.3 ในภาพที่ 2) โครงสร้างส่วนที่ 2 นี้วางบนเบาะที่นั่งด้านหลังคนขับ ยึดโครงสร้างกับเบาะที่นั่งด้วยสายรัด โครงสร้างนี้มีความน่าสนใจคือการยกระดับการแขวนหรือห้อยของสินค้าให้มีความระดับความสูงมากกว่าโครงสร้างส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นตะกร้าพลาสติก(รหัส 3.1 ในภาพที่ 2) ที่มีไม้จริงหรือไม้ไผ่เหลาให้ได้ขนาดและลดความคมของเสี้ยนหรือเนื้อไม้วางเรียงรายรอบปากตะกร้า (รหัส 3.3 ในภาพที่ 2)

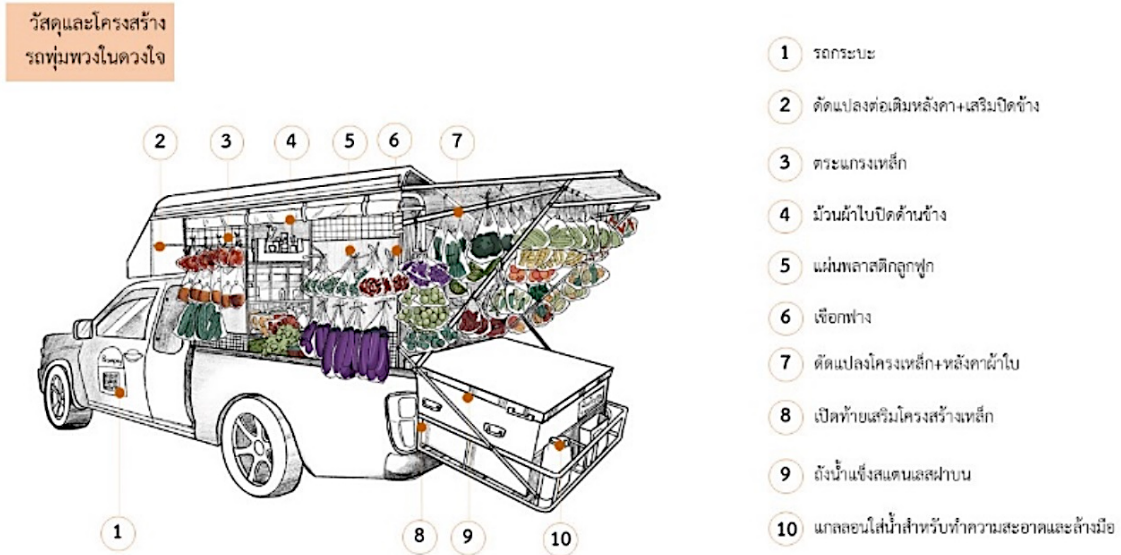


ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์วัสดุและโครงสร้างรถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงในดวงใจ

รถกระบะพุ่มพวงเป็นการดัดแปลงรถกระบะด้วยภูมิปัญญาที่สั่งสมประสบการณ์ โครงสร้างหลักจะมีผู้รับจ้างดัดแปลงรถกระบะเบื้องต้นโดยการเพิ่มโครงด้านข้างและหลังคา คำนึงถึงการดัดแปลงรถยนต์ว่าด้วยหลักเกณฑ์การขออนุญาตและการอนุญาตให้ใช้รถที่ทำการแก้ไขเพิ่มเติมหรือดัดแปลงตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ พ.ศ. 2562 รถกระบะพุ่มพวงจะถูกดัดแปลงในมีความสูงจากล้อถึงหลังคาไม่เกิน 3.00 เมตร สำหรับรถกระบะที่มีความกว้างไม่เกิน 2.30 เมตร การดัดแปลงความกว้างของรถต้องไม่เกินขนาดความกว้างของรถกระบะ โครงสร้างสนับสนุนเป็นโครงสร้างเบาที่ต่อเติมโดยเจ้าของ เช่น การเจาะตระแกรงด้านข้างเพื่อการมองเห็น ลูกค้ายสามารถจับจ่ายสินค้าที่จัดวางภายในรถและติดตั้งแผ่นพลาสติกลูกฟูกเพื่อเป็นพื้นหลังสำหรับการแขวนสินค้า ลดความบอบช้ำของผักผลไม้ที่อาจกระแทกกับตระแกรงเหล็กโดยตรง รวมถึงกรองแสงให้กับแม่ค้าที่นั่งภายในกระบะรถ รวมถึงเชือกพางโครงสร้างสนับสนุนสำคัญสำหรับการ

แขวนสินค้า ลักษณะของโครงสร้างเชือกฟางนี้จะคล้องกับโครงสร้างหลัก เช่น ตระแกรงเหล็กหรือโครงสร้างหลังคา ก่อนผูกหรือร้อยเชือกเข้ากับหูของถุงพลาสติกที่บรรจุผักหรือผลไม้

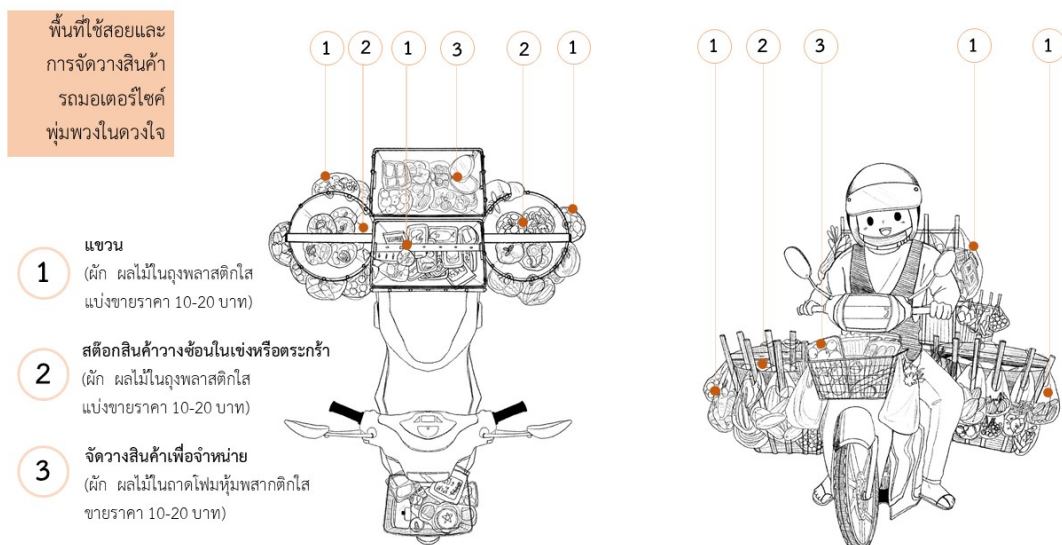
การก่อรูปเกิดจากความต้อการพื้นที่ใช้สอยจึงเกิดการปิดล้อมด้วยวัสดุที่มีรูปแบบโปร่งสามารถมองเห็นทั้งภายใน และเพิ่มหลังคาเพื่อปกป้องแม่ค้าและสินค้าจากแสงแดดและสายฝน ทั้งนี้ปรากฏผ้าใบ(รหัส 4 ในภาพที่ 3)เพื่อทำหน้าที่ช่วยป้องกันแสงแดด ลม และสายฝนจากด้านข้าง



ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์วัสดุและโครงสร้างของรถพุ่มพวงในดวงใจ

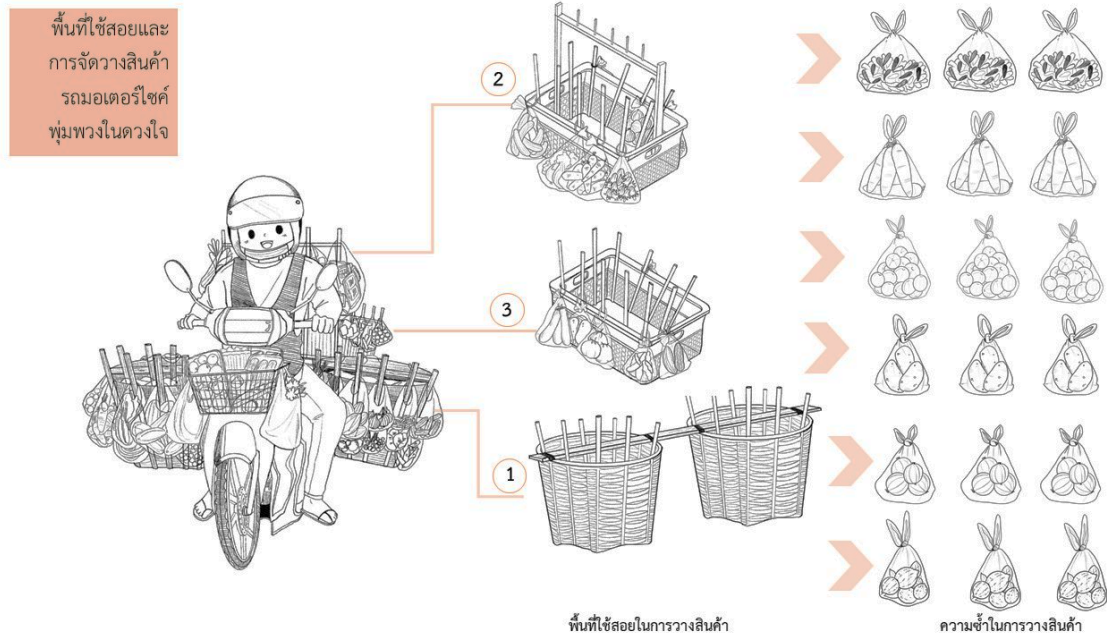
พื้นที่ใช้สอยและการจัดวางสินค้าของรถพุ่มพวง

รถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวงแบ่งพื้นที่ใช้สอยเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่ 1) พื้นที่สำหรับการแขวน 2) พื้นที่การสต็อกสินค้า และ 3) พื้นที่สำหรับจัดวางสินค้าเพื่อจำหน่าย (วางซ้อนในตะกร้า) เพื่อปัญหาพื้นที่ใช้สอยน้อยแต่ความต้องการรองรับการใช้งานในปริมาณมาก โดยเป็นพื้นที่ใช้สอยที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกแข่งหรือตะกร้า การใช้พื้นที่ในอากาศโดยการแขวน คล้องเกาะเกี่ยวสินค้ากับโครงสร้างหรือการห้อยถวนนำมาใช้แก้ไขปัญหาและแสดงศักยภาพในการจัดแสดงสินค้าให้ลูกค้ามองเห็นได้ง่ายในระยะไกลและใกล้



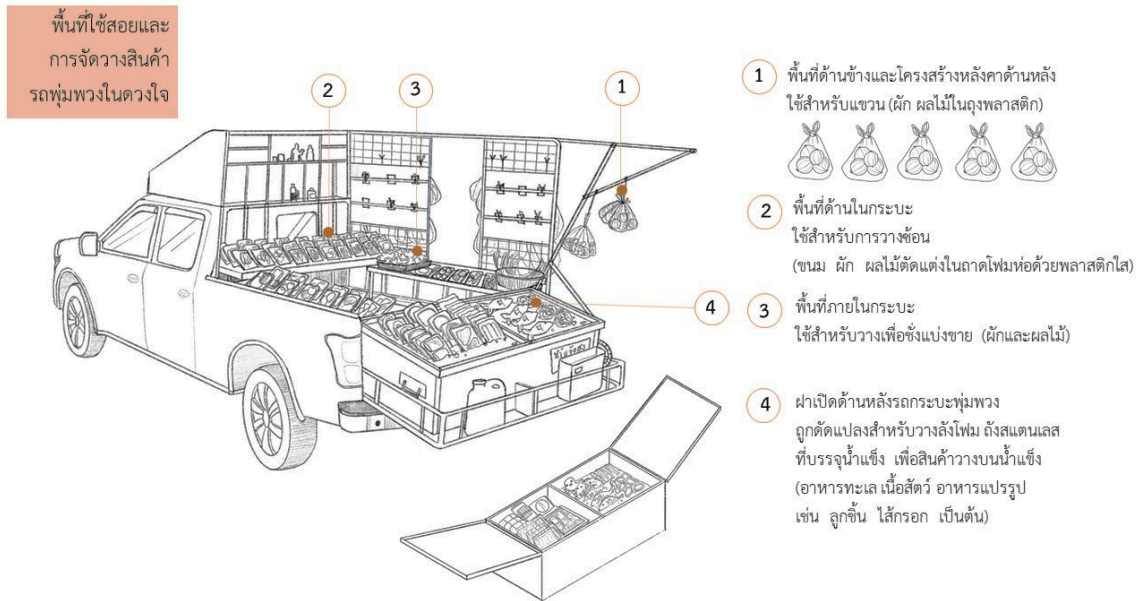
ภาพที่ 4 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยและการจัดวางสินค้าของรถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวงในดวงใจ

การจัดวางสินค้าและจัดสต็อกสินค้า มีลักษณะสำคัญคือการจัดแยกหมวดหมู่และการวางซ้ำสินค้าประเภทเดียวกันเพื่อความสะดวกในการจำหน่ายและเช็คสินค้า ทั้งนี้การซ้ำของสินค้าประเภทเดียวกันก่อให้เกิดปริมาณซึ่งส่งผลต่อการมองเห็นได้อย่างชัดเจนขึ้นของลูกค้าเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ง่ายและมีประสิทธิภาพในการจัดแสดงสินค้า



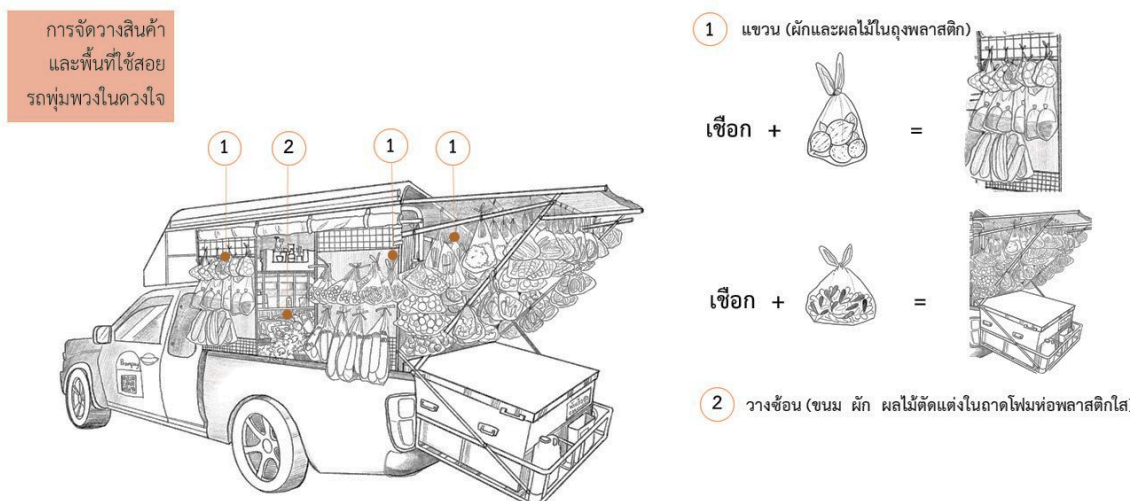
ภาพที่ 5 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยและการจัดวางสินค้าของรถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวงในดวงใจ

พื้นที่ใช้สอยของรถกระบะพุ่มพวงแบ่งเป็น 3+1 ส่วน พื้นที่ใช้สอยส่วนที่ 1 ได้แก่พื้นที่ด้านข้างรถกระบะและพื้นที่ใต้หลังคา เป็นพื้นที่สำหรับแขวนหรือห้อยสินค้าประเภทผักและผลไม้ที่แบ่งเป็นใส่ถุงพลาสติกใส เป็นพื้นที่ใช้สอยที่เป็นหนึ่งในที่มาของชื่อเรียก “รถกับข้าว” ว่า “รถพุ่มพวง” เนื่องจากมีลักษณะการแขวนเป็นพุ่มเป็นพวงรายรอบรถ พื้นที่ใช้สอยส่วนที่ 2 และ 3 อยู่ภายในกระบะรถที่ต่อเติมแผงข้างและหลังคา พื้นที่ส่วนที่ +1 เป็นพื้นที่ส่วนที่ 4 เพิ่มเติมที่รถพุ่มพวงแต่ละคัน มีความแตกต่างกันด้วยปัจจัยด้านเงินทุนรวมถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ส่วนนี้อาจไม่ได้รับการใช้สอยหรือเป็นพื้นที่สำหรับอาหารสดที่ต้องการความเย็นเพื่อรักษาความสดป้องกันการเน่าเสียหรือเป็นพื้นที่สำหรับการวางผักผลไม้



ภาพที่ 6 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยและการจัดวางสินค้าของรถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวงในดวงใจ

การจัดวางสินค้าของรถกระบะพุ่มพวง มีรูปแบบการจัดวางสินค้าที่มากกว่ารถมอเตอร์ไซด์พุ่มพวง เนื่องจากมีขนาดพื้นที่มากกว่ารูปแบบการจัดวางแบ่งเป็น 4 รูปแบบสอดคล้องกับพื้นที่ใช้สอย ได้แก่ การแขวนหรือห้อยสินค้าด้านข้าง และบริเวณใต้หลังคาที่ต่อเติมการจัดวางรูปแบบนี้มีเทคนิคที่น่าสนใจคือการร้อยเชือกพาดกับโครงสร้างหลักเป็นตัวกลางก่อนนำผัก ผลไม้ในถุงพลาสติกใส่ไปแขวนหรือห้อยโดยใช้เงื่อนไขที่สามารถระตุ่งง่ายสะดวกเมื่อผู้บริโภคต้องการสินค้า

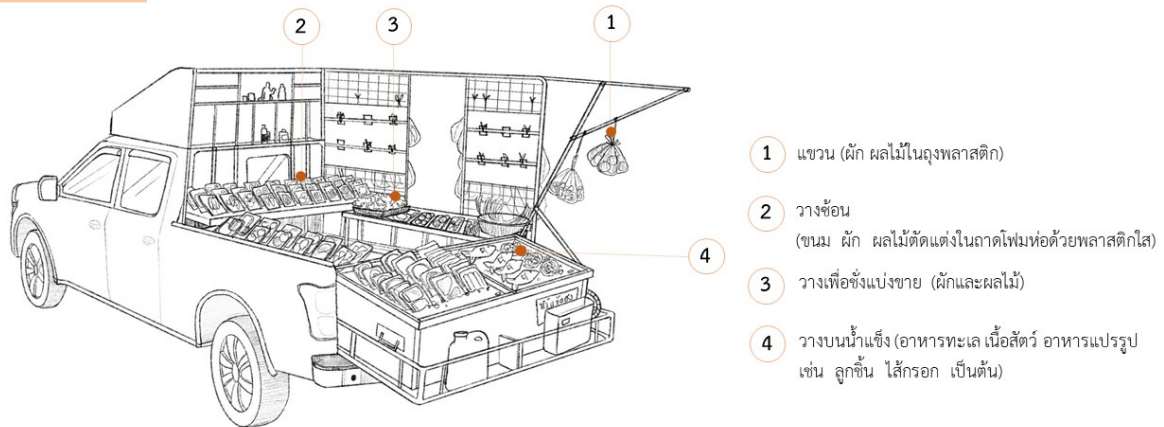


ภาพที่ 7 แสดงการวิเคราะห์การจัดวางสินค้าและพื้นที่ใช้สอยรถพุ่มพวงในดวงใจ

การจัดวางรูปแบบที่ 2 เป็นการวางซ้อน นิยมจัดวางสินค้าประเภทผลไม้ตัดแต่ง ขนม ที่บรรจุในถาดโฟมและหุ้มด้วยพลาสติกใสสำหรับห่ออาหาร วางซ้อนเหลื่อมเพื่อลดน้ำหนักที่กดทับเป็นการแสดงสินค้าให้เห็นได้ชัดเจน การจัดวางรูปแบบที่ 3 เป็นการนำสินค้าประเภทผักและผลไม้ที่ยังไม่ได้แบ่งใส่ถุงพลาสติกมาจัดวางเพื่อแบ่งขายตามความ

ต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้อาจเป็นสินค้าที่มีราคาสูงและต้องการวางให้เห็นสะดุดตาจากสินค้าประเภทอื่น ๆ การจัดวางรูปแบบสุดท้ายเป็นการจัดวางอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ อาหารทะเลและอาหารแปรรูปที่ต้องการความเย็นเพื่อรักษาความสดและป้องกันการเน่าเสียจะจัดวางในลังโฟมหรือถังสแตนเลสที่บรรจุน้ำแข็งซึ่งอยู่บนฝาปิดของกระบะรถที่ได้รับ การตัดแปลงอย่างง่าย

การจัดวางสินค้า และพื้นที่ใช้สอย รถพุ่มพวงในดวงใจ



ภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์การจัดวางสินค้าและพื้นที่ใช้สอยภายในรถพุ่มพวงในดวงใจ

ด้านพฤติกรรมและจิตวิทยา

ผู้บริโภคค่อนข้างผูกขาดกับรถพุ่มพวงแต่ละคัน สิ่งที่สำคัญคือการสร้างความประทับใจในคุณภาพ ความสด ความสะอาดของสินค้าและการตรงต่อเวลาของรถพุ่มพวงเมื่อผู้บริโภคผูกติดกับคุณภาพสินค้าและบริการ รถพุ่มพวงจะเป็นเสมือนเพื่อนบ้าน สภาภาคแพหรือพื้นที่แลกเปลี่ยนข่าวสารขณะจับจ่ายใช้สอย การสั่งซื้อ การแนะนำสินค้าและบริการที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคขึ้นจากการไม่มีเวลาที่จะไปจับจ่ายใช้สอยสินค้าในตลาดสด ความต้องการความสะดวกสบายและลดภาระเรื่องการเดินทางก่อให้เกิดช่องว่างความต้องการที่รถพุ่มพวงเข้าไปเติมเต็ม ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคจะมีหลายหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มคนงานก่อสร้าง กลุ่มแรงงานในโรงงาน กลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้าน กลุ่มคนทำงานทั่วไปตามท้องถนน กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มคนงานก่อสร้างจะมีความต้องการสินค้าจากถิ่นกำเนิดค่อนข้างสูง เช่น เครื่องปรุงเฉพาะถิ่น (น้ำปลาร้า กะปิ ไตปลา) และผักเคียงเฉพาะถิ่น เป็นต้น ความต้องการซื้อเหล่านี้ส่งผลให้รถพุ่มพวงที่มีเส้นทางมรดกในพื้นที่แคมป์คนงานก่อสร้างต่าง ๆ เป็นคนถิ่นนั้นที่เล็งเห็นช่องทางประกอบอาชีพที่มีความเข้าใจและรู้แหล่งในการสั่งซื้อสินค้าเฉพาะเมื่อเป็นคนพื้นเพเดียวกัน รวมถึงมีสินค้าตอบสนองความต้องการจะก่อให้เกิดความสนิทชิดเชื้อจนถึงการผู้ขาดเส้นทางหรือกลุ่มแรงงานในโรงงานที่มีเวลาพักช่วงสั้น ๆ ความต้องการในการซื้ออาหารพร้อมทานหรือเครื่องเคียงง่าย ๆ มาทานแก้มกับอาหารที่นำมาจากที่พัก รถพุ่มพวงที่เลือกเส้นทางสายโรงงานต้องเข้าใจพฤติกรรมการเลือกซื้อเหล่านี้ เป็นต้น

ข้อสังเกตจากการศึกษาค้นคว้ารายละเอียดของรถพุ่มพวงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองประเภท ได้แก่ รถมอเตอร์ไซด์ พุ่มพวงและรถกระบะพุ่มพวง มีความเหมือนกันด้วยกรอบแนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้าน ในเรื่องรูปแบบกิจกรรมการค้าปลีกที่มีบริการให้เลือกซื้อถึงบ้านหรือพื้นที่ทำงาน เนื่องจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อการดำรงชีพและการปรับตัวเมื่อตลาดหรือร้านค้าที่มีที่ตั้งแน่นอนไม่ใช้คำตอบของวิถีชีวิตคนเมือง แก้ไขปัญหาด้วยความเข้าใจในความต้องการของผู้คนที่ไม่สามารถออกไปนอกบ้านหรือไม่ต้องการออกไปตลาด ความเหมือนที่เกิดจาก

การนำชุดความรู้ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่นำเสนอรูปแบบการเสนอสินค้าการจัดวางและการเก็บสินค้า เป็นความรู้ความสามารถที่แสดงถึงการปรับสิ่งของง่าย ๆ รอบตัวเพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์หรือความต้องการ แสดงถึงความเชี่ยวชาญที่เหมือนกันระหว่างผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงและรถกระบะพุ่มพวงในด้านเส้นทางและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ รวมถึงการคัดสรรของต่าง ๆ เพื่อนำมาวางขาย ความเหมือนประเด็นสุดท้ายคือความเหมือนในประสบการณ์การเรียนรู้และลองผิดลองถูก โดยทั้งสองประเภทใช้ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นสั่งสมจนเข้าใจและมีความรู้สึกซึ่งเรื่องการนำเสนอสินค้า อายุของสินค้าและตลาดขายส่งที่เป็นแหล่งซื้อสินค้าที่สำคัญ ความเหมือนกันเหล่านี้เกิดขึ้นจนเป็นองค์ประกอบสำคัญของภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองมีการสืบสานและส่งต่อโดยอาจจะมีการปรับและความยืดหยุ่นให้เข้ากับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้น ทั้งนี้รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นและแปรเปลี่ยนภูมิปัญญานั้นให้พอเหมาะกับสถานการณ์หรือยุคสมัยนั้น ๆ



ภาพที่ 9 แสดงข้อสังเกตความเหมือนระหว่างรถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงและรถกระบะพุ่มพวง

ความแตกต่างของรถพุ่มพวงทั้งสองประเภท ดังนี้

1) ความแตกต่างด้านกายภาพของรถพุ่มพวงทั้งสองประเภท ได้แก่ รถมอเตอร์ไซค์และรถกระบะ ความแตกต่างทางกายภาพนี้แสดงถึงนัยยะสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ พื้นที่กลุ่มเป้าหมาย การครอบครองใบอนุญาตขับขี่ และกรอบแนวคิดหรือเป้าหมายของแต่ละบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้ประเด็นสภาพเศรษฐกิจด้านเงินทุนอาจแสดงถึงสินทรัพย์ที่เจ้าของรถพุ่มพวงครอบครองและความพร้อม ความเชื่อมั่นในการลงทุน ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้การเริ่มต้นประกอบอาชีพรถพุ่มพวงอาจไม่ได้เริ่มต้นจากการเลือกใช้งานพาหนะขนาดเล็กเสมอไป จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างพบว่าผู้ประกอบการรถพุ่มพวงบางคนเริ่มต้นประกอบอาชีพนี้ แต่ด้วยเชื่อมั่นเพราะเห็นว่าญาติหรือคนรู้จักได้รับกำไรจำนวนมาก จากการประกอบอาชีพนี้จึงตัดสินใจลงทุนด้วยการซื้อรถกระบะมาใช้ประกอบอาชีพ

2) การก่อรูปที่แตกต่างระหว่างการก่อรูปพื้นที่ใหม่กับการก่อรูปด้วยการปิดล้อมพื้นที่เดิม พื้นที่ขนาดเล็กของรถมอเตอร์ไซค์ไม่สามารถบรรจุสินค้าภายในรถได้ ก่อให้เกิดการก่อรูปพื้นที่ใหม่ด้านข้างและด้านหลังขึ้นเพื่อรองรับจัดวางและเก็บสินค้า โดยพื้นที่นั้นต้องมีคุณสมบัติที่ไม่เกินความสามารถของเครื่องยนต์และทักษะของผู้ขับขี่ ทั้งนี้คุณสมบัติเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของพื้นที่ใหม่ที่ก่อรูปขึ้นด้วยตะกร้าขนาดใหญ่ 2 ใบที่ยึดโยงกันและกันด้วยคานไม้ที่วางบนเบาะที่นั่งด้านหลังตำแหน่งคนขับ สินค้าถูกจัดเก็บในตะกร้าและแขวนห้อยรอบขอบตะกร้า แตกต่างจากรถกระบะพุ่มพวงที่มีพื้นที่ภายในของส่วนกระบะรถเกิดการก่อรูปพื้นที่จากการปิดล้อมพื้นที่เดิมโดยใช้วัสดุและการจัดวางองค์ประกอบการปิดล้อมในลักษณะโปร่ง ใช้สอยพื้นที่จัดวางสินค้าภายในพื้นที่ปิดล้อมและเกาะเกี่ยวรอบโครงสร้าง

ทั้งภายในและภายนอกนอกจากการก่อรูปที่แตกต่างกันแล้ว มวลที่บรรจุในรถพุ่มพวงทั้งสองประเภทมีความแตกต่างกัน ด้วยปริมาณและความหลากหลายของสินค้า รถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงมีขนาดเล็กสามารถบรรจุสินค้าได้น้อยกว่าและมีความหลากหลายของสินค้าให้เลือกซื้อน้อยกว่าสินค้าที่วางขายในรถกระบะพุ่มพวง

3) ความแตกต่างด้านการเข้าถึงพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยขนาดของรถทั้งสองประเภทส่งผลต่อการเข้าถึงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน รถมอเตอร์ไซค์พุ่มพวงมีขนาดเล็กสามารถเข้าถึงพื้นที่ตรอกซอกซอยได้ดีกว่ารถกระบะพุ่มพวง ทั้งนี้ความแตกต่างกันระหว่างรถพุ่มพวงทั้งสองประเภท แสดงถึงลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ถึงข้อจำกัด การแก้ไขปัญหามิปัญญาที่เกิดขึ้นจากลักษณะการขายเร่เหมือนกันแตกต่างกันด้วยลักษณะทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์และสรุปผล

รถพุ่มพวงเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองสามารถอธิบายได้จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบของภูมิปัญญาชาวบ้านของวีระ อินพันทัง โดยทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ กิจกรรม ความรู้ ประสบการณ์ การสืบสานและการปรับปรุงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ทำความเข้าใจกระบวนการก่อรูปสถาปัตยกรรมที่เคลื่อนที่ได้อย่าง รถพุ่มพวง ดังนี้

องค์ประกอบกิจกรรม เอกวิทย์ ณ ถลาง (2550) กล่าวว่ารถพุ่มพวงเกิดขึ้นจากภูมิปัญญาในการปรับตัวต่อได้ระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์ในเมืองใหญ่ ทั้งนี้รถพุ่มพวงมีคุณลักษณะของภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความอยู่รอดเพื่อการดำรงชีพตามกรอบแนวคิดภูมิปัญญาชาวบ้านของวีระ อินพันทัง ทั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์รถพุ่มพวงจากกิจกรรมการดำรงชีพการปรับตัวและการแก้ไขปัญหาด้านแนวคิดนิเวศวิทยาการเมือง (Political Ecology) รถพุ่มพวงสะท้อนให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันของความสัมพันธ์เชิงอำนาจของกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเข้าถึงทรัพยากรที่ต่างกัน กิจกรรมซึ่งแสดงภูมิปัญญาชาวบ้านที่ปรับตัว แก้ปัญหาผลกระทบจากการเข้าถึงทรัพยากรที่มีราคาสูงขึ้นเมื่อขายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ตามแนวคิดการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน (Sustainable Livelihoods Concept) เป็นรูปแบบการแสดงออกของชาวบ้านแสดงศักยภาพในการต่อสู้และรับมือกับระบบทุนนิยม

องค์ประกอบความรู้ ความคิดการสร้างอาชีพจากความเข้าใจความเอาใจใส่ (Empathy) และความต้องการของผู้บริโภค รถพุ่มพวงเป็นตัวแทนของชุดความรู้ ความคิด และความสามารถในการคาดเดาจากประสบการณ์หรือความเข้าใจผู้บริโภคซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการคิดออกแบบบริการ (Service design) ซึ่งเป็นหลักความรู้ที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความรู้ของชาวบ้านเป็นภูมิปัญญาที่เทียบได้กับความรู้สากล ความรู้และความเชี่ยวชาญในการแบ่งสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ผักผลไม้ ให้เหมาะสมกับ 1-2 มีอาหาร ส่งผลให้เกิดการซื้อขายคล่องเนื่องจากมีปริมาณที่ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป อยู่ในราคาที่มีความสามารถในการจ่าย เกิดการซื้อซ้ำเนื่องจากปริมาณไม่ไต่มาสร้างวงจรรายได้ต่อเนื่อง ประเด็นสุดท้ายได้แก่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับรถพุ่มพวงคือความรู้ถึงการดัดแปลงรถยนต์ที่มีระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยหลักเกณฑ์การขออนุญาตและการอนุญาตให้ใช้รถที่ทำการแก้ไขเพิ่มเติมหรือดัดแปลง ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นความรู้ที่สำคัญที่เชื่อมโยงเรื่องความปลอดภัย อาชีพ และภาษี

องค์ประกอบประสบการณ์ รถพุ่มพวงเป็นภาพแสดงการจัดเจนในอาชีพ ทักษะที่หลากหลายได้รับการผสมผสานเข้าด้วยกันสู่การจัดร้านเคลื่อนที่ที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ของรถกระบะหรือรถจักรยานยนต์กับความต้องการบรรจุสินค้าให้ได้ปริมาณมากเพื่อที่จะสร้างรายได้ ทั้งนี้นอกจากภูมิปัญญาในการจัดวางพื้นที่ใช้สอยของรถพุ่มพวงแล้ว สิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญคือประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ ลองผิดลองถูกถึงความคาดเดาในความต้องการสินค้าของผู้บริโภค ความหลากหลายของสินค้า การสลับหมุนเวียนสินค้า และการสั่งจองสินค้า เป็นผลจากเรียนรู้ในประสบการณ์ของผู้ขายการแขวนหรือห้อยสินค้าในลักษณะเป็นพุ่มเป็นพวง มีการจัดวางนำเสนอสินค้าอย่างมีชั้นเชิงรูปแบบการ

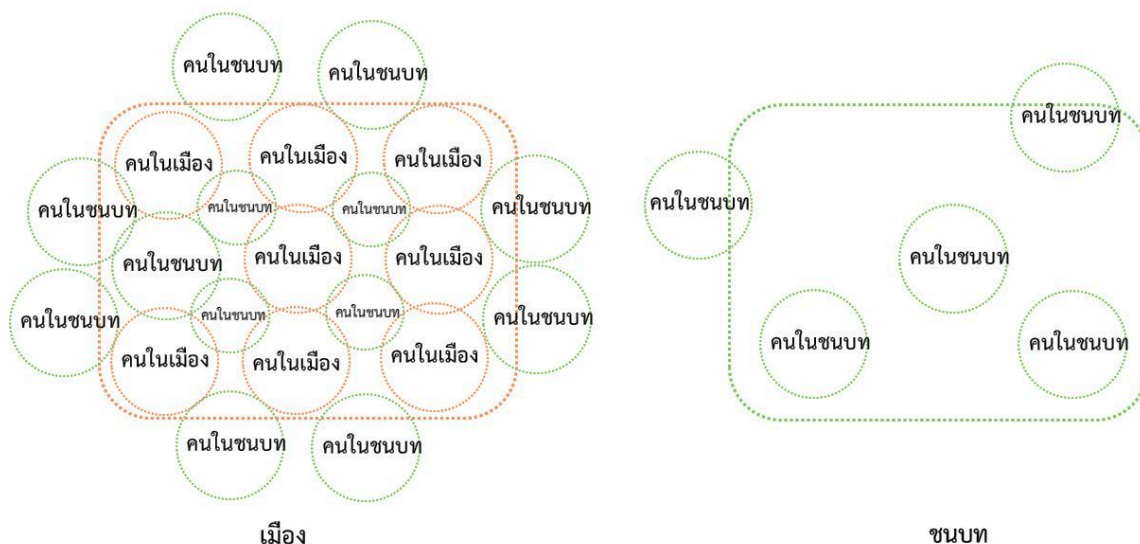
นำเสนอที่มีการแขวนสินค้าเดียวกันในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ก่อให้เกิดการซ้ำ การทดแทน และการเช็คสินค้าในคราวเดียวกัน การซ้ำของสินค้าก่อให้เกิดความรู้สึกเฉื่อยชวนให้เลือกซื้อเนื่องจากมีความรู้สึกมีตัวเลือก การทดแทนเมื่อสินค้าถูกขายไปสินค้าที่แขวนซ้ำจะทดแทน ผู้ขายสามารถตอบผู้บริโภคได้ถึงตำแหน่งของสินค้า เมื่อสินค้าถูกซื้อหมดหรือต้องการการทดแทนผู้ขายจะรู้ได้ง่ายจากการสังเกต ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ประกอบอาชีพรถฟุ่มพวง

องค์ประกอบกรสืบสาน รถฟุ่มพวงมีถ่ายทอด การสืบทอดและสืบต่อใน 2 ลักษณะได้แก่

1. มรดกเส้นทางและอาชีพ การสืบสานรุ่นต่อรุ่น หรือถ่ายทอดในเครือญาติ มีการถ่ายทอดแหล่งซื้อสินค้า การเลือกซื้อ การตัดแต่งและบรรจุสินค้า การตั้งราคาสินค้า รวมถึงมรดกเส้นทางเดินรถฟุ่มพวง

2. ครูพักลักจำ เป็นการทำตามอย่างกันโดยเห็นคนอื่นทำและทำตามจากการสังเกต สอบถาม และสืบค้น ข้อมูลไม่ได้รับการถ่ายทอดโดยตรงจากผู้ประกอบอาชีพรถฟุ่มพวงมาก่อน เช่น คนในชนบทเดินทางประกอบอาชีพรถฟุ่มพวงเนื่องจากเห็นแบบอย่างเพื่อนบ้านทำแล้วเกิดรายได้หรือคนรุ่นใหม่が見ลู่ทางความต้องการสินค้าของกลุ่มเป้าหมายบางพื้นที่ จึงเริ่มสนใจประกอบอาชีพนี้

การสืบสานทั้งสองลักษณะนี้อาจก่อให้เกิดปรากฏการณ์การย้ายถิ่นเพื่อเข้ามาประกอบอาชีพรถฟุ่มพวงของคนชนบท ในทางประชากรศาสตร์เป็นกระบวนการสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพและวิถีชีวิต ซึ่งผลกระทบจากการย้ายถิ่นมีทั้งผลบวกและผลลบ ทั้งนี้ผลจากการย้ายถิ่นจากชนบทเข้าสู่เมือง ส่งผลต่อพื้นที่ต้นทางด้านเศรษฐกิจ การกระจายรายได้กลับไปพัฒนาบ้าน สร้างไร่นา หรือการส่งบุตรหลานให้เล่าเรียนสูงขึ้น และส่งผลให้พื้นที่ปลายทางมีความหนาแน่นของประชากรเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อต่อเนื่องของการเพิ่มขึ้นของความต้องการในทรัพยากร สาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของขยะ นอกจากนี้การย้ายถิ่นอาจส่งผลต่อการสืบสานวัฒนธรรมในพื้นที่ต้นทางที่อาจลดน้อยถอยลง และเกิดวัฒนธรรมใหม่หรือวัฒนธรรมกลุ่มย่อยในพื้นที่ปลายทาง การย้ายถิ่นอาจส่งผลบวกในแง่เศรษฐกิจอาจส่งผลในด้านสุขภาพที่เกิดจากความหนาแน่นของประชากร การเข้าถึงที่ไม่เท่าเทียมกันของพื้นที่ปลายทาง สุขภาพจิตของผู้สูงอายุที่ถูกทิ้งไว้ลำพังหลังจากลูกหลานย้ายถิ่นไปยังพื้นที่ปลายทาง ทั้งนี้ผลกระทบข้างต้นภาครัฐควรเข้ามาบทบาทสำคัญในการวางแผนและการจัดการตั้งแต่ต้น กลาง และปลายเหตุ



ภาพที่ 10 ภาพแสดงแนวคิดการย้ายถิ่นของผู้ประกอบอาชีพรถฟุ่มพวงในเมือง

องค์ประกอบกรปรับปรุง รถฟุ่มพวงมีพัฒนาการจากหาบเร่แผงลอย เรือเร่ ที่มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวรองรับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของเมืองที่เมื่อมีการพัฒนาสูงขึ้น ช่องว่างของความต้องการของผู้คนจะสูงขึ้นตามไปด้วย

ทั้งนี้การปรับปรุงในด้านกายภาพ คุณภาพ สินค้าและบริการย่อมเกิดจากความเข้าใจในความต้องการอย่างแท้จริง ไม่ใช่ความต้องการที่เกิดจากการความคาดเดาหรือตั้งสมมติฐานโดยขาดความเข้าใจในผู้บริโภค

ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกการเขียนวาดและบันทึกเพื่อถ่ายทอดปรากฏการณ์ทางสังคมรุ่มพวงภูมิปัญญาชาวบ้านในเมืองครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เรียนรู้กระบวนการเก็บข้อมูลที่ต้องมีการจดบันทึกรายละเอียดอย่างถี่ถ้วน บันทึกภาพเพื่อเป็นข้อมูลดิบให้ได้เยอะที่สุด การเขียนวาดประกอบเพื่อช่วยบันทึกรายละเอียดปลีกย่อยเป็นเทคนิคการช่วยจำที่สามารถบันทึกหรือสับอย่างที่เกิดจากการแปลความหมายได้เพิ่มขึ้นนอกจากการบันทึกภาพ และเนื่องจากรายละเอียดของข้อมูลสนามจะส่งผลต่อการวิเคราะห์ข้อมูลสู่การถ่ายทอดด้วยการเขียนวาดเพื่อสามารถแสดงข้อมูลสนามได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ประโยชน์ในสาระด้วยการเขียนวาดเป็นการเขียนสรุปกลุ่มตัวอย่างในการข้อมูลสนาม รายละเอียดและข้อมูลที่ปรากฏในลักษณะการเขียนวาดช่วยในการอธิบายความเพิ่มเติมจากตัวอักษรที่เขียนบรรยาย ลดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดหรือรุกรานสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างหรือกระทั่งผู้ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้อง เนื่องจากในบางครั้งการถ่ายรูปอาจติดภาพบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลผู้ถูกถ่าย และเมื่อภาพนั้นได้รับการเผยแพร่ให้บุคคลอื่นรับรู้และหากมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพดังกล่าวในลักษณะแสดงความรุนแรง ดูหมิ่น ดูถูก ลดทอนคุณค่าศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ทำให้บุคคลในภาพนั้นรู้สึกอับอายหรือเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยระวางจนส่งผลให้ไม่กล้าหรือไม่สามารถที่จะออกมาใช้พื้นที่สาธารณะ เป็นผลกระทบที่ไม่ผู้วิจัยต้องพึงระวัง ไม่ควรละเลย ดังนั้นการแสดงรายละเอียดข้อมูลสนามด้วยการเขียนวาดเป็นหนึ่งในวิธีการที่ลดหรือตัดประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดหรือรุกรานสิทธิความเป็นส่วนตัวดังกล่าว ทั้งนี้การเขียนวาดเป็นเทคนิควิธีที่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อสรุปหรืออธิบายความในการวิจัยค้นคว้าที่มีสาระคล้ายกันหรือประเด็นงานวิจัยที่มีเนื้อหาประเภทบางส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อบุคคลหรือสถานที่

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการสำนักงานการศึกษาแห่งชาติ. (2542). **แนวทางการส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัด การศึกษา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานการศึกษาแห่งชาติ.
- ชัชวาล สุวรรณสวัสดิ์. (2562). **รถกับข้าว**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2564. สืบค้นจาก <https://readthecloud.co/mobile-grocery-truck>.
- ธวัช ปุณโณธก. (2531). **ภูมิปัญญาชาวบ้าน : ทัศนของอาจารย์ปรีชา พิณทอง ในทิศทางหมู บ้านไทย**. กรุงเทพฯ: เจริญการพิมพ์.
- ยุวดี ศิริ. (2562). **รถพุ่มพวง ยังอยู่ได้...สบายมาก**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/in-depth/article_93204.
- ยุวดี ศิริ. (2563). **ข้อสันนิษฐาน คำ รถพุ่มพวงมาจากไหน? ขายถึงที่ฉบบคลาสสิกซึ่งคนไทยคุ้นเคย**. เข้าถึงเมื่อ 5 ตุลาคม 2564. สืบค้นจาก https://www.silpa-mag.com/culture/article_40556.
- ลักขณา รอดสน.(2540) .**การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้าน เรื่องเรือ..สายน้ำ..และชีวิตชาว ปทุมธานี ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดปทุมธานี** . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์/กรุงเทพฯ. DOI : https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=
- วีระ อินพันทัง. (2564). **ภูมิปัญญาชาวบ้าน:องค์ประกอบภูมิปัญญา**. เอกสารประกอบการสอนวิชา 261 510 ภูมิปัญญาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น 1/64. ฟิล์มดิจิทัล.
- ศิลปวัฒนธรรม. (2563). **รถพุ่มพวง มาจากไหน? วิถีชีวิต-ตลาดสด-โซ่ห่วยเคลื่อนที่ยุคนี้ก็เอาอยู่-สู้ได้ (ตอนที่ 1)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/v2/article/PXlax0>.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2550). การถ่ายทอดภูมิปัญญาไทย. งานแสดงปาฐกถา “สิรินธร” ครั้งที่ 22 พ.ศ. 2550.

Althien John Pesurna. (2018). **Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia.** IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 175 012037.

