

บทที่ 6

สรุป วิเคราะห์

ทุกครั้งที่สัญญาณไฟจราจรเปลี่ยนเป็นสีแดง คนขายพวงมาลัยทั้งเด็กและผู้ใหญ่จะรีบก้าวเท้าจากเส้นทางเดินรถและเดินซุพวงมาลัยเพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ขับที่ยอดยานพาหนะ

ขณะเดินผ่านรถแต่ละคัน เด็ก ๆ จะหยุดยืนอยู่ข้างรถ ยกมือไหว้เพื่อขอความเห็นใจจากคนขับ ซึ่งบางครั้งก็ได้ผล กระจกหน้าต่างรถค่อย ๆ เลื่อนต่ำลง พร้อมกับที่เด็กน้อยรีบยื่นพวงมาลัยส่งให้เพื่อแลกกับเงินจำนวนหนึ่ง ทว่าหลายครั้งที่นั่งอยู่ในรถก็อาจทำเป็นนิ่งเฉยราวกับเด็กน้อยนั้นไม่มีตัวตน หน้าซ้ำบางรายยังไล่ตะเพิดให้ออกไปไกล ๆ

กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนถนนดังกล่าวเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ในแต่ละวัน และการขายพวงมาลัยได้ เติบโตเงียบ ๆ และสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้ความเจริญของเมืองอย่างเช่นกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้เขียนพบว่าการขายพวงมาลัย ตามสี่แยกไฟจราจร สามารถดำรงอยู่ได้และถ่ายทอดจากรุ่นพ่อแม่ กระทั่งปัจจุบันรุ่นลูกหลานได้

จะเห็นได้จากชุมชนสวนเงิน กลุ่มคนรุ่นแรกที่เข้ามาขายพวงมาลัยเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2512 และการขายพวงมาลัยบริเวณหน้าศาลท้าวมหาพรหมเริ่มขายมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507-2508 กระทั่งปัจจุบันสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นกลุ่มอาชีพการขายพวงมาลัยได้ ทั้งนี้ผู้เขียนพบว่าการขายพวงมาลัยที่สามารถดำรงอยู่ได้ เกิดจากความคิดความเชื่อของกลุ่มคนซื้อพวงมาลัย

ทั้งนี้ผู้เขียนพบว่าการขายพวงมาลัย อาศัยความคิดความเชื่อของคนในสังคมที่ยังต้องการสิ่งยึดเหนี่ยว ทางจิตใจ พื้นฐานความเป็นชาวพุทธซึ่งมีการกราบไหว้บูชาพระพุทธรูป การกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยว ดังนั้นเมื่อคนในสังคมยังมีความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พวงมาลัยจึงเป็นสัญลักษณ์ในการกราบไหว้ซึ่งมีความสำคัญกับการแสดงตัวตนของชาวพุทธ

พวงมาลัยสินค้าแห่งความเชื่อ

ประกอบกับความเชื่อในชีวิตประจำวันของคนเมืองซึ่งการทำมาหากินมีภาวการณ์แข่งขันสูง และมีความปลอดภัยในชีวิตต่ำ ดังนั้นโดยจะพบว่า กลุ่มลูกค้าหลักของคนขายพวงมาลัยคือคนทำมาหากิน หาเช้ากินค่ำ มีชีวิตขึ้นอยู่กับความเสี่ยงในชีวิตประจำวัน เช่นกลุ่มคนขับรถแท็กซี่ คนขับรถเมล์ คนขับรถบรรทุก ต้องซื้อพวงมาลัยทุกวัน เพื่อต้องกราบไหว้สิ่งศักดิ์ ก่อนที่จะเริ่มการทำมาหากินทุกครั้ง

โดยคนกลุ่มนี้เชื่อว่าหากกราบไหว้ทำพิธีก่อนที่จะเริ่มทำมาหากินจะช่วยให้การค้าปลอดโปร่งไม่มีอุปสรรค ลดความเสี่ยงในชีวิตประจำวันลง โดยความเสี่ยงดังกล่าว ไม่ใช่ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นความไม่แน่นอนของการค้าขายเพียงอย่างเดียว หากความเสี่ยงดังกล่าว รวมไปถึงความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยจากพบปะผู้โดยสารที่มากหน้าหลายตา จนอาจสามารถเรียกความรู้สึกไม่ปลอดภัยดังกล่าวว่า เป็นความรู้สึกไม่ปลอดภัยกับการใช้ชีวิตในเมือง กระทั่งความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจเรียกตรวจจับกับความเสี่ยงในเรื่องความปลอดภัย การปล้นจี้ และการเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงการไม่มีผู้โดยสาร

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้การขายพวงมาลัย มีกลุ่มคนซื้อพวงมาลัย ที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนขับแท็กซี่ กลุ่มคนขับรถแท็กซี่ คนขับรถเมลซึ่งมักจะนำพวงมาลัยไปไหว้แม่ย่านางรถ เพื่อเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจในการประกอบอาชีพ

ผู้เขียนพบว่า ภายในรถแท็กซี่ นอกจากแท็กซี่จะมีแม่ย่านางประจำรถยนต์ทุกคันที่จะต้องกราบไหว้บูชาแล้ว แม้ว่าบางคันจะมีรูปหลวงพ่อบุญรอดทำมาค้าขึ้น บางคณำรูปปั้นนางกวักมาติดเอาไว้หน้ารถยนต์เพื่อเรียกผู้โดยสาร

ลุงวิระ คนขับแท็กซี่บอกกับผู้เขียนว่าการกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำรถจะต้องทำทุกวัน ถ้าไม่ทำแล้ว รู้สึกว่าไม่มั่นใจ พวงมาลัยที่ซื้อส่วนใหญ่จะไหว้แม่ย่านาง และหลวงพ่อบุญรอดภายในรถ โดยการประกอบพิธีไหว้ได้ปฏิบัติมานาน ตั้งแต่เริ่มขับแท็กซี่ ซึ่งขณะนี้ ลุงวิระประกอบอาชีพนี้มานานกว่า 13 ปีแล้ว

“คนขับแท็กซี่ส่วนใหญ่นับถือ แม่ย่านางประจำรถกันทั้งนั้น ทุกคันจะต้องมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำรถต้องกราบไหว้บูชา เพราะเชื่อว่า ถ้าปฏิบัติดีสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะช่วยคุ้มครอง”

พวงมาลัยจึงเป็นตัวกลางที่เหมือนสะพานในการทำพิธีกราบไหว้ ขอให้การประกอบอาชีพประจำวัน สะดวกปลอดภัย ซึ่งการทำพิธีกรรมของคนกลุ่มนี้ใช้ประกอบพิธีไม่แตกต่างจากสาวกัถิ เสด็จพ่อ ร.5 ใช้ ดอกกุหลาบสีชมพู ซึ่งคนที่นับถือศรัทธานำไปกราบไหว้ ทำพิธี โดยเชื่อว่า เสด็จพ่อ ร.5 นิยมดอกกุหลาบสีชมพู หรือการบูชารูปพระสุพรรณกัลยา

ทั้งนี้การบูชาลัทธิพิธี ร.5 และการบูชารูปพระสุพรรณกัลยา ไม่ได้ต้องการอยู่ยงคงกระพัน ไม่ต้องการมนต์เสน่ห์หรือน้ำมันไม่ต้องการตีรันฟันแทงกับใคร แต่ปรารถนาในความมั่นคงของธุรกิจของตัวเอง ไม่ใช่ต้องการให้ลูกหลานเป็นเจ้าของคน แต่ต้องการให้ลูกหลานเป็นพ่อค้าที่ประสบความสำเร็จ

คนกลุ่มดังกล่าว ส่วนใหญ่ มักจะเป็นผู้มีชีวิตในเขตเมือง อยู่ในธุรกิจที่เสี่ยงต่อนโยบายการปฏิบัติของรัฐ แต่ก็ไม่ใหญ่พอที่จะเข้าไปกำหนดนโยบายและการปฏิบัติ ลัทธิพิธี ร.5 จะอำนวยความสะดวกให้พวกเขาเข้าถึงรัฐในจินตนาการอย่างใกล้ชิด (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2536:50-51)

การทำพิธีกรรมดังกล่าวไม่แตกต่างจากคนขับแท็กซี่ที่ประกอบพิธีกรรมของตัวเองในแต่ละวัน ที่กราบไหว้ รูปบูชาในรถ และการไหว้แม่ย่านางรถ เพื่อให้คุ้มครอง โดยการทำพิธีกรรมของคนขับแท็กซี่จะประกอบด้วยพวงมาลัย โดยการกราบไหว้บูชาดังกล่าว เพราะเชื่อว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์เรียกว่า แม่ย่านางนั้น มีประจำรถยนต์ ทุกคัน

การกราบไหว้แม่ย่านาง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นผีผู้หญิง ที่คุ้มครองความปลอดภัย ซึ่งความเชื่อดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงด้านหนึ่งของการนับถือ ศาสนาของคนไทยที่ผู้หญิงอาจจะมีบทบาทหน้าที่ทางการในศาสนาน้อยกว่าผู้ชาย แต่ในศาสนาของคนไทยผู้หญิงมีบทบาท ค่อนข้างมากในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผี หรือความเชื่อในเรื่องการจัดระเบียบสังคม

ดังเช่น ฆิปปยาตายายนั้นสืบทอดมาจากสายผู้หญิง คนที่เป็นค้ำผี หรือหัวหน้ากลุ่มที่รับการสืบทอดจะเป็นผู้หญิงเสมอ เจ้าก็มักจะมีผู้หญิงเป็นม้าทรง การรำผีฟ้าเพื่อรักษาโรคภัยความเพื่องูของการชายรูปพระสุพรรณกัลยาจึงอาจจะด้วยเหตุผลดังกล่าว (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2545:30-31)

ดังนั้น ผู้เขียนเชื่อว่าการดำรงอยู่ของความคิดความเชื่อดังกล่าวทำให้เกิดการบูชากราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ประจำรถยนต์ของคนขับแท็กซี่ รถเมล์ รถบรรทุกของ เพราะชีวิตของพวกเขาเหล่านี้ มีความเสี่ยงบนท้องถนนมากกว่าทุกอาชีพ ทำให้การชายพวงมาลัยยังคงดำรงอยู่ได้ จนอาจจะกล่าวได้ว่า พวงมาลัย คือสินค้าแห่งความเชื่อของคนไทย ไม่แตกต่างจากการซื้อรูปบูชาพระสุพรรณกัลยา

นอกจากนี้การดำรงอยู่ของการชายพวงมาลัยที่บริเวณหน้าศาลท้าวมหาพรหมก็เช่นเดียวกัน การชายยังคงผูกยึดกับความคิดความเชื่อของคนที่นับถือศาสนาพุทธ

การเกิดขึ้นของศาลท้าวมหาพรหม โรงแรมเอราวัณสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2498 โดยบริษัท สหโรงแรมไทยและการท่องเที่ยว จำกัด ซึ่งเป็นผู้สร้างโรงแรมเอราวัณ (ปัจจุบันชื่อโรงแรมแกรนด์ไฮแอท เอราวัณ) โดยพลเรือตรี หลวงสุวิชาแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญทางโหราศาสตร์ได้ท้วงติงว่าในการวางศิลาฤกษ์ของโรงแรมที่ทำไว้ไม่ถูกต้องจะต้องแก้ไขเสียใหม่ โดยการสร้างท้าวมหาพรหม และศาลพระภูมิ ขึ้นไว้ในบริเวณของโรงแรม จนกระทั่งได้อัญเชิญมาประดิษฐานเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2499 จากนั้นในวันดังกล่าวของทุกปีจะถือเป็นวันที่มีพิธีบวงสรวง

ต่อมาศาลท้าวมหาพรหมแห่งนี้ มีคนไทยและต่างชาติศรัทธากันมาก โดยเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์และอิทธิปาฏิหาริย์ ศาลท้าวมหาพรหมจึงกลายเป็นศูนย์รวมของคนหลายชาติหลายภาษา เพื่อกราบไหว้ท้าวมหาพรหม

สำหรับคนไทยที่นิยมไปกราบไหว้ ศาลท้าว พระพรหมจะเป็นคนชั้นกลางที่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตในเรื่องการทำงาน และนักศึกษา ที่จบการศึกษาแต่ไม่ได้งานทำจะไปบนศาลท้าวมหาพรหม

ส่วนชาวต่างชาติ เช่น ชาวฮ่องกง ไต้หวัน จีน ญี่ปุ่น ศรีลังกา ท้าวมหาพรหม ในเรื่องของการทำให้ท่ามาค้าขึ้น ทำให้การกราบไหว้ท้าวมหาพรหมเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างชาติ ที่ประกอบอาชีพค้าขาย

กลุ่มคนชื่อดังกล่าวเชื่อในอิทธิฤทธิ์ของท้าวมหาพรหม และหลายคนประสบความสำเร็จจากการกราบไหว้ทำให้ชื่อเสียงของท้าวมหาพรหมรั่วลือไปจนกระทั่งเป็นที่นิยมในการกราบไหว้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้แม่ค้าขายพวงมาลัย บริเวณท้าวมหาพรหม สามารถพัฒนาตัวเองจากที่เป็นคนเดินขายพวงมาลัยตามสี่แยกไฟแดง วังขายพวงมาลัย บริเวณรอบศาลท้าวมหาพรหม สามารถพัฒนาตัวเอง จนกระทั่งเป็นกลุ่มอาชีพการขายพวงมาลัยได้

ดังนั้นผู้เขียนเชื่อว่า ปัจจัยในเรื่องของความเชื่อของคนในสังคมทำให้การขายพวงมาลัยยังคงต้องดำเนินต่อไป โดยเฉพาะ หากการขายพวงมาลัยยังคงมีกลุ่มลูกค้าหลักคือ คนขับแท็กซี่ คนขับรถเมล์ คนขับรถบรรทุก ที่ชีวิตเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนในการประกอบอาชีพประจำวัน

นอกจากนี้ความเชื่อของคนไทยยังช่วยให้การขายพวงมาลัยสามารถดำรงอยู่ได้ โดยจะเห็นได้ว่า ช่วงเวลาที่ขายพวงมาลัยได้มากนอกจากการขายประจำวันแล้วคือ วันสำคัญทางศาสนา และด้านจิตใจของคนไทย ตามเวลาเทศกาลต่าง ๆ ประจำปีที่ถือว่า

ช่วงเวลาขายดีคือ ช่วงวันพระ ในแต่ละเดือน วันสำคัญทางศาสนา วันวิสาขบูชา วันสารทจีน ช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ เนื่องจากคนจะเดินทางเข้าไปไหว้พระตามสถานที่ต่าง ๆ จะซื้อพวงมาลัยด้วย-ช่วงวันหยุดราชการต่าง ๆ เทศกาลต่าง ๆ

- เดือนมกราคม -ช่วงเทศกาลปีใหม่ วันเด็ก วันครู
- เดือนกุมภาพันธ์-ช่วงตรุษจีน วันวาเลนไทน์
- เดือนเมษายน -ช่วงเทศกาลสงกรานต์
- เดือนพฤษภาคม วันวิสาขบูชา
- เดือนสิงหาคม วันแม่
- เดือนตุลาคม วันปิยมหาราช
- เดือนพฤศจิกายน วันลอยกระทง
- เดือนธันวาคม วันพ่อ

การขายพวงมาลัยได้ดีในช่วงเวลาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนไทยที่มีศาสนาเป็นหลักยึดเหนี่ยวจิตใจและการกราบไหว้ รูปบูชา เพื่อขอให้การดำเนินชีวิตไม่มีอุปสรรค

นอกจากนี้ผู้เขียนพบว่าการขายพวงมาลัย หรือการขายดอกไม้ ยังเป็นสินค้าของความสงสารเห็นใจของคนในสังคม โดยจะพบว่า กลุ่มคนขายพวงมาลัยได้นำเอาเงื่อนไขดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งของเทคนิคการขาย โดยจะพบว่าวิธีการขายของ เด็ก คนชรา แตกต่างจากคนขายที่เป็นผู้

ขายวัยทำงาน โดยพบว่า เด็กผู้หญิง และคนชราขายพวงมาลัยได้มากกว่า คนวัยหนุ่มสาวและยังสามารถหาเงินพิเศษ หรือทิป จากการขายได้มากกว่าด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้จากเทคนิคการขายดังกล่าว เด็ก และคนชราจะมีวิธีการขายที่แตกต่างจากคนในวัยหนุ่ม ซึ่งเด็ก คนชราจะมีวิธีการที่เรียกความสงสารมากกว่า เช่น เลือขายเฉพาะ รถยนต์ หรือช่วงเวลาที่ย่าง่ายที่สุดเช่นช่วงเช้า หรือช่วงเย็น โดยจะเน้นการขายด้วยการใส่ชุดนักเรียน ดังเช่นที่ ด.ญ. แก๊ฟ อายุ 11 ปี บอกกับผู้เขียนว่า

“บางที่ช่วงแดดร้อนจัด ๆ จะลงขาย เพราะว่าคนเขาสงสารก็ช่วยซื้อ ยิ่งวันไหนฟ้าครึ้มฝนตกนะ ยิ่งต้องเดินขายเลย เพราะพอเขาเห็นเราเดินขาย เขาสงสารก็จะรีบเรียก”

กลุ่มลูกค้าของเด็กจะเป็นลูกค้าส่วนใหญ่เป็นรถแท็กซี่ ฮอนด้า ผู้หญิงมักจะซื้อมากกว่าผู้ชาย พวกรถเบนซ์ หยิ่ง นาน ๆ ซื้อที มีบางคนเท่านั้นที่ซื้อประจำ”

ผู้เขียนพบว่า ความสงสาร เห็นใจคนอื่น ๆ ถือเป็นลักษณะของชาวพุทธที่ดี โดยการขายที่ต้องการขายความสงสารจะให้เด็กเป็นคนขายมากกว่าการซื้อดอกจําปีไปเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน อย่างไรก็ตาม อาจจะมีบางกลุ่มคนซื้อดอกจําปี เพราะเห็นว่าเช่นที่ ชุมชนยมราชทางรถไฟ ขายดอกจําปี ซึ่งใช้ประโยชน์ได้น้อย นอกจากความหอม พบว่า กลุ่มลูกค้าของเด็กขายจําปีเป็นรถยนต์ส่วนตัวมากกว่า คนขับแท็กซี่ คนรถบรรทุก เช่นที่ชุมชนสวนเงิน โดยลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อเพราะความสงสารมากกว่านำไปใช้ประโยชน์

นอกจากความเชื่อของกลุ่มคนซื้อแล้ว ผู้เขียนยังพบว่า กลุ่มคนขายพวงมาลัยยังมีความเชื่อในการประกอบอาชีพที่ถ่ายทอดกันต่อ ๆ มา เช่นการห้ามทักกันก่อนออกไปขายว่าจะขายไม่หมด หรือการห้ามวางพวงมาลัยเอาไว้กับพื้นซึ่งเป็นที่ต่ำ โดยความเชื่อดังกล่าวอาจเกิดจากพวงมาลัยส่วนใหญ่เป็นดอกไม้สดการวางกับพื้นสกปรก อาจจะทำให้พวงมาลัย สกปรกจนไม่สามารถขายได้

การปรับตัวของคนขายพวงมาลัย

นอกจากนี้เทคนิคการขายพวงมาลัย ล้วนถูกถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ในการเอาตัวรอดบนถนน และวิธีการขาย รวมถึงการสร้างลูกค้าประจำ ดังเช่นผู้เขียนพบว่า วิธีการขายจะแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าและ อายุ เพศของคนขายเป็นหลัก โดยคนขายพวงมาลัยจะเลือกวิธีการขายที่เหมาะสมกับตัวเอง ดังเช่นที่พี่ปุ๋ย กับอ้อฟบอกว่า กับผู้เขียนว่า

“ผมขายที่ไฟแดงตาบอดมาตั้งนานไม่เคยได้ทีปเลย แต่พอมีคนท้องไปขายได้ทีปครั้งละ 100 บาท มันน่าน้อยใจคนซื้อใหม่ กลุ่มรถแก๊งฮอนด้าที่ผู้หญิงขับ อย่างพวกผมที่ปู้ย ผู้ชายไม่ต้องหวังหรือกไปขายให้พวกแท็กซี่ คนขับรถส่งของดีกว่า”

การปรับตัวของคนขายพวงมาลัยจึงขึ้นอยู่กับค้นพบตัวเองว่าเหมาะสมที่จะหากลุ่มลูกค้าแบบไหน และจะเลือกช่วงเวลาไหนในการขายพวงมาลัย เช่น อี้อพบอกว่า เลือกเวลา หลังเที่ยงเป็นต้นไปเนื่องจากคนขับรถส่งของเริ่มออกเวลาดังกล่าวรวมทั้งกลุ่มแท็กซี่ ที่ออกกะบายจะเริ่มออกมาในช่วงนั้น ซึ่งอี้อพบอกว่าขายง่ายกว่า ตอนเช้าที่มีเด็กขายจำนวนมาก

การขายเพื่อสร้างลูกค้าประจำนั้นแต่ละคนจะต้องเรียนรู้ที่จะเอาตัวรอดบนถนน ว่าจะทำอย่างไรให้สามารถสร้างลูกค้าประจำได้ เช่นการยื่นประจำไฟแดงเดิม ในช่วงเวลาเดิม สามารถช่วยให้มีลูกค้าประจำได้ รวมทั้งการจำหน่ายกับขับรถยนต์ บ้ายทะเบียน ล้วนเป็นเทคนิคที่คนขายพวงมาลัยจะต้องเรียนรู้บนถนน

การปรับตัวของคนขายพวงมาลัย กับขบวนการผลิตมาลัยเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากหมายถึงการควบคุมรายได้และต้นทุนการผลิต โดยคนขายพวงมาลัยจะปรับวิธีการผลิตกับราคารดอกไม้เป็นหลัก โดยหากช่วงไหนดอกมะลิแพง ก็ลดจำนวนลงใช้ดอกกรักสลับแทน แต่ละพวงจะให้ดอกกุหลาบประมาณ 2 ดอก เป็นเครื่องห้อยท้ายพวง แต่ลูกค้าต้องการกุหลาบแซมเพื่อความสวยงาม สามารถนำกลีบดอกกุหลาบมาสลับร้อยกับมะลิเพื่อความสวยงามได้เช่นกัน

ส่วนพวงมาลัยแบบโบว์หรือที่เรียกว่าแบบคล้องริบบิ้นจะให้ดอกมะลิน้อยกว่า พวงละประมาณ 20 ดอก รวมกุหลาบ ดาวเรืองเสริมข้างละประมาณ 2 ดอกรวมแล้ว 4 ดอก การร้อยมาลัยจะเปลี่ยนไปตามราคาดอกไม้เนื่องจากราคาพวงมาลัยยังคงเดิมไม่สามารถเพิ่มราคาได้ เพราะคนซื้อจะไม่ซื้อ โดยขายพวงละ 10 บาท มานานกว่า 10 ปีแล้วทำให้การร้อยมาลัยในช่วงฤดูหนาวจะเป็นมาลัยดอกกรักแทนดอกมะลิ แต่จะยังเหลือมะลิเอาไว้บ้างพวงละประมาณ 2-10 ดอก เพื่อให้มีกลิ่นมะลิเนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ซื้อยังติดกลิ่นมะลิด้วยเช่นกัน

การปรับตัวกับสถานการณ์วัดฤดูบิที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ละเทศกาล โดยมาลัยจะเปลี่ยนแปลงไปตามราคาของดอกไม้ โดยในช่วงฤดูฝนเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน มะลิแม่ค้าจะเน้นการร้อยมาลัยมะลิเพราะขายง่าย ลูกค้ามีความต้องการสูง

“ช่วงที่มะลิราคาถูกจะร้อยดอกมะลิทั้งหมด ไม่ใช่ดอกกรักลงไปเลย เพราะจะขายง่ายกว่า ลูกค้าชอบ ดอกมะลิเพราะกลิ่นหอม แต่ถ้าดอกมะลิแพงก็ลดจำนวนลง ใส่พวงละ 2-3 ดอกก็พอไปเอาดอกกรักมาแทนที่ที่เหลือก็เป็นดาวเรือง กุหลาบ จำปี แทน”

แต่ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม ราคาดอกมะลิจะเพิ่มขึ้นมาอีกประมาณ ลิตรละ 350 บาท ซึ่งแม่ค้าพวงมาลัยยังพอลงทุนซื้อมะลิมาร้อยได้บ้าง แต่ช่วงเวลาที่ดอกมะลิ

แพงที่สุด คือ เดือนธันวาคม ถึงเดือน เมษายน เพราะเป็นช่วงฤดูแล้งดอกมะลิจะแพงมากถึง ลิตรละ 800-900 บาท ทำให้พวงมาลัยในช่วงเวลาดังกล่าวจะไม่มีดอกมะลิละเลย

นอกจากการปรับตัวโดยการลดจำนวนดอกไม้ลงแล้ว คนขายพวงมาลัย บางคน ในช่วง ที่ราคา ดอกไม้ราคาแพง แม้ค้ามาลัย ที่มีเงินทุนไม่มากนักจะหยุดร่อยมาลัยขาย เปลี่ยนอาชีพไปทำอย่างอื่น เช่นรับจ้างทั่วไป ซักรีดเสื้อผ้า หรือหลายคนเปลี่ยนแปลงตัวเอง มาเป็นคนขายมาลัย

อย่างไรก็ตามสำหรับผู้เขียนคนขายพวงมาลัย เป็นคนจนเมืองที่มีวิถีชีวิตที่ สะท้อนกระบวนการปรับตัวเพื่อดำเนินชีวิตในเมือง การดิ้นรนเพื่อมีชีวิตรอดที่จะต้องในสังคมเมือง การปรับตัวการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งในการขายพวงมาลัย ต่างคือวิถีชีวิตที่ซ่อนเอาไว้ภายใต้ ภาคลังคมเมืองที่การพัฒนาที่เน้นความเจริญเติบโตของเมือง ทำให้กลุ่มคนจนเมืองกลุ่มหนึ่ง ต้องอาศัยช่องว่างของเมืองในการประกอบอาชีพโดยการใช้พื้นที่สาธารณะเช่นถนน เป็นพื้นที่ ในการค้าขาย

การดิ้นรนต่อสู้ของคนขายพวงมาลัยจึงเป็นเพียงภาพสะท้อนการแก้ไขปัญหาความยากจนของที่รัฐควรจะต้องเข้ามามีบทบาท การศึกษา วิถีคนจนบนถนน กรณีคนขายพวงมาลัยจึงมุ่งหวังเพียง การสร้างความเข้าใจถึงวิถีชีวิตการดิ้นรนและการปรับตัว เพื่อเอาตัวรอดท่ามกลาง เศรษฐกิจเมือง ในฐานะภาพชีวิตอีกมุมหนึ่งของบคนจนเมือง ซึ่งผู้เขียนหวังว่างานศึกษาชิ้นนี้จะ สร้างความเข้าใจการดำรงอยู่ของคนขายพวงมาลัย บนถนนได้มากขึ้น

ทั้งนี้ วิถีของคนขายพวงมาลัยล้วนเข้านิยามของการเป็นเศรษฐกิจนอกระบบ โดยหาก วิเคราะห์จากโครงสร้างการผลิตของกลุ่มคนขายพวงมาลัย ผู้เขียนพบว่า ในช่วงเริ่มต้นการขายนั้น ส่วนใหญ่เป็นคนต่างจังหวัดที่เดินทางเข้ามาประกอบอาชีพในเมือง เช่นป่าแสร้ เดิม เป็นคน สมุทรปราการ เมื่อเข้ามาอยู่ในเมือง ก็จำเป็นจะต้องดิ้นรนทำงาน ใช้แรงงานในภาคบริการต่าง ๆ ส่งผลให้รายได้ไม่แน่นอนไม่มั่นคง

ดังนั้นเมื่อมีครอบครัวมีลูก ๆ การดำรงชีวิตในเมืองยิ่งยากลำบากมากขึ้น จากสภาพดังกล่าวทำให้พวกเขาจะต้องปรับตัวเอาตัวรอดมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการประกอบอาชีพที่เรียกว่า เศรษฐกิจนอกระบบ โดยอาศัยแรงงานจากครอบครัวลูกหลานในกลุ่ม

กลุ่มคนขายพวงมาลัยจะเริ่มต้นการขายพวงมาลัย จากครอบครัวเช่นกรณีชุมชนสวนเงิน การขายพวงมาลัยของป่าแสร้จะเริ่มต้นการขายพวงมาลัย จากตัวป่าแสร้ ที่เดิมเก็บผักบุ้งขาย เห็นว่าคนสี่แยกพระพรหม ขายพวงมาลัยได้จึงเริ่มมาขายบ้าง โดยครั้งแรกของป่าแสร้เป็นผู้ร่อยเอง แล้วให้ลูก ๆ ที่มีทั้งหมด 5 คนออกขายพวงมาลัย โดยเบื้องต้นป่าแสร้ ร่อยพวงมาลัย

เพียง 100 พวง โดยลูกของป้าแสร้ไม่ได้เรียนหนังสือ ช่วยแม่ขายพวงมาลัย โดยการที่ลูกไม่เรียนหนังสือเพราะว่าไม่อยากเรียนไม่ได้บังคับให้ลูกขายพวงมาลัย แต่อย่างไร

แต่หลังจากที่ลูก ๆ ของป้าแสร้ เริ่มโตบางคน ไม่ขายพวงมาลัยหันไปรับจ้างทั่วไป แต่ป้าแสร้ยังคงร้อยมาลัย โดยพัฒนาจากคนที่ร้อยเองขายเอง มาร้อยมาลัยส่งให้คนขายพวงมาลัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในซอยเดียวกันและญาติกัน เช่น น้อง เอ็ม เด็กในซอยเดียวกัน ยายเทียนวัย 80 ปี และพี่เจี๊ยบลูกสาวป้าแสร้ที่ยังคงขายมาลัยให้กับป้าแสร้

แม้ว่าป้าแสร้ และลูกสาวได้พัฒนาการขายพวงมาลัยเป็นเพียงผู้ร้อยมาลัยขายเพียงอย่างเดียว แต่การขายพวงมาลัยของครอบครัวอื่น ๆ เช่นครอบครัว พี่มะลิวัลย์ ก็ยังคงระบบการผลิต แบบครอบครัว อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากโครงสร้างความสัมพันธ์ของการขายพวงมาลัย ทั้งจากกลุ่มคนร้อยมาลัยขาย กลุ่มคนขายพวงมาลัย และกลุ่มคนซื้อพวงมาลัยแล้วพบว่า

การขายพวงมาลัยมีการจัดระเบียบภายในกลุ่มเพื่อความอยู่รอด การจัดระเบียบในกลุ่มมีการแบ่งงาน การแบ่งหน้าที่ในกลุ่มของตนเอง มีการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มสู่สมาชิก เพื่อให้กลุ่มสามารถดำรงอยู่ได้

สถาบันครอบครัว เป็นพื้นฐานของโครงสร้างการขายพวงมาลัย โดยสมาชิกของกลุ่มล้วนเป็นญาติพี่น้องคนใกล้ชิด เช่นกลุ่มพี่ล้นจี่ ร้อยพวงมาลัยต่อจากแม่ ซึ่งเดิมเคยร้อยมาลัยเองโดยพี่ล้นจี่ เป็นคนเดินขาย กระทั่งตัวพี่ล้นจี่เอง เป็นผู้ร้อยเองขายเอง และมีอิฟหลานชายวัย 19 ปี เดินขาย พร้อมทั้งน้องชายคือพี่จุก เดินขายพวงมาลัยด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามการขายพวงมาลัย แม้ว่าจะมีโครงสร้างของกลุ่มเหนียวแน่นกับการเป็นครอบครัวเดียวกัน แต่คนนอกครอบครัวอย่างลุงบุญหลง และพี่ป๊วย บ้านเดิม อยู่จังหวัดขอนแก่น แต่เข้ามาอาศัยในชุมชนสวนเงิน โดยเข้าบ้าน พี่ล้นจี่ สามารถรับพวงมาลัยไปขายได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตามครอบครัว ยังคงทำหน้าที่ในการขัดเหลาสมาชิก โดยการถ่ายทอดความรู้ในการยังชีพให้แก่สมาชิกในกลุ่ม โดยจะพบว่า เด็ก อายุประมาณ 6-7 ปีจะได้รับการถ่ายทอดจากวิถีชีวิตในการะบวนการเอาตัวรอดในการดำรงชีพจากการขายพวงมาลัย ดังเช่นที่ลุงบุญมีเลี้ยงเวช อดีตประธานชุมชนบอกว่า

“ถ้าไม่เคยเห็นที่ไหนให้มาอยู่ที่ชุมชนสวนเงิน ที่เด็กนักเรียนหลังจากเลิกโรงเรียน เดินหัวพวงมาลัยออกไปขาย เพื่อนเงินไปเลี้ยงครอบครัวพ่อแม่”

การขายพวงมาลัยจึงสามารถแบ่ง ออกเป็นระบบง่าย ๆ คือ กลุ่มคนร้อยพวงมาลัยซึ่งล้วนพัฒนามาจากที่เคยเดินขายพวงมาลัยมาก่อนโดยมีครอบครัว ช่วยเกื้อหนุน ถ่ายทอดประสบการณ์ ส่วนคนขายพวงมาลัยส่วนใหญ่จะมีทุกวัยตั้งแต่คนชรา เด็ก ชายและหญิง รวมทั้งวัยรุ่นหนุ่มสาว โดย

กลุ่มคนขายพวงมาลัยส่วนใหญ่จะเป็นคนใกล้ชิดญาติพี่น้อง หรือคนเช่าบ้าน คนในซอยเดียวกันที่พบเห็นกันมานาน

จึงถือได้ว่าโครงสร้างของกลุ่มคนขายพวงมาลัยประกอบขึ้นจากการเริ่มต้นจากครอบครัวเครือญาติคนใกล้ชิดเป็นหลัก แต่ก็ทำหน้าที่สอดประสานกับระบบเศรษฐกิจภายนอกโดยจะพบว่ากลุ่มคนขายพวงมาลัยจำนวนมากไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจหลัก โดยสามารถเลี้ยงตัวเองได้จากอาชีพ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญว่า คนขายพวงมาลัยส่วนใหญ่จะมีกำไรจากการขายตั้งแต่ 100-1,000 บาท ต่อการขายแต่ละวันขึ้นอยู่กับจำนวน พวงมาลัยที่ขายได้ โดยการขายพวงมาลัย ต่ำที่สุดคนขายพวงมาลัยจะรับพวงมาลัยวันละ 30 พวงซึ่งจะสามารถสร้างรายได้ประมาณ 150 บาท

การขายพวงมาลัย ยังเชื่อมโยงสัมพันธ์ ไปยังภาคเกษตรกรรม โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด เคยทำการสำรวจพฤติกรรมการซื้อขายพวงมาลัยของคนกรุงเทพฯ พบว่าพฤติกรรมการซื้อขายพวงมาลัยดอกมะลิของคนกรุงเทพฯ ทำให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจร้านค้าดอกไม้สดประมาณ 500 ล้านบาท ต่อปี

โดยมูลค่าการค้าขายดังกล่าว ทำให้เกิดการปลูกมะลิในเชิงการค้าที่มีพื้นที่ปลูกเกิน 100 ไร่ ได้แก่จังหวัดนครสวรรค์ กรุงเทพฯ (โดยเฉพาะพื้นที่แถบชานเมือง) และสมุทรสาคร อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีการปลูกมะลิกระจายอยู่ทุกจังหวัดโดยตลาดใหญ่ของดอกมะลิอยู่ที่ปากคลองตลาด และร้านดอกไม้โดยทั่วไปตามท้องตลาด ซึ่งมะลิจะให้ดอกมากในฤดูร้อนและฤดูฝนแล้วจะน้อยที่สุดในฤดูหนาว ดังนั้นราคาของดอกมะลิในช่วงฤดูหนาวจะแพงมากบางปีประมาณลิตรละ 600-700 บาท (ราคาที่ปากคลองตลาด) หรืออาจสูงถึง 1,000 บาท ส่วนฤดูร้อนและฤดูฝนเฉลี่ยราคาลิตรละ 30 บาท

การขายพวงมาลัยจึงไม่ได้จำกัดเพียง การขายในกลุ่มของตัวเองเท่านั้นหากยังช่วยพยุงระบบเศรษฐกิจโดยรวมเอาไว้ด้วยเช่นกัน โดยการขายดังกล่าวไปสัมพันธ์กับภาคการเกษตรโดยศูนย์กสิกรรมไทย รายงานว่าในปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีพื้นที่การปลูกมะลิในเชิงการค้าของประเทศไทยมีประมาณ 4,000 ไร่ แหล่งปลูกอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพฯ นครสวรรค์ พิษณุโลก ลำพูน และหนองคาย ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของดอกมะลิ โดยเฉพาะนครปฐมซึ่งคาดว่าพื้นที่ปลูกมะลิประมาณร้อยละ 50 ของพื้นที่ปลูกมะลิในเชิงการค้าทั้งประเทศ

นอกจากนั้นมีการปลูกมะลิในเชิงการค้าที่มีพื้นที่ปลูกเกิน 100 ไร่ ได้แก่จังหวัดนครสวรรค์ กรุงเทพฯ (โดยเฉพาะพื้นที่แถบชานเมือง) และสมุทรสาคร อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีการปลูกมะลิกระจายอยู่ทุกจังหวัดแต่ไม่ได้เป็นการปลูกในลักษณะเป็นแปลง

ดังนั้นจึงถือได้ว่าด้วยการขายพวงมาลัย เป็นอาชีพที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมแล้ว ยังรวมถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อภาคเกษตรกรรมที่ชาวสวนมะลิสามารถขยายพื้นที่

ที่ปลูกมะลิได้จำนวนมาก รวมถึงการขายดอกมะลิของแม่ค้าปากคลองตลาด ซึ่งทั้งหมดล้วนสัมพันธ์เป็นหน่วยการผลิตเดียวกัน

ทั้งนี้ การขายตัวของการขายพวงมาลัย ปัจจัยในการปรับตัวของคนขายพวงมาลัยและการถ่ายทอดทักษะการร้อยพวงมาลัยให้กับคนรุ่นต่อมาเท่านั้น หากยังอาศัยความคิดความเชื่อของคนในสังคมไทยโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อพวงมาลัยล้วนผูกติดกับความคิดความเชื่อในเรื่องของการบูชากราวไหว้สิ่งศักดิ์ดั่งนั้น พวงมาลัยจึงไม่แตกต่างจากการเป็นสินค้าแห่งความเชื่อเพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรม เช่นกลุ่มคนขับแท็กซี่ ขับขั้รถเมล์ ที่ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวในการประกอบอาชีพประจำวัน

อย่างไรก็ตามผู้เขียนเห็นว่าการขายพวงมาลัยบนถนน ยังคงดำรงต่อไป トラบที่ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาความยากจนได้ พร้อมกับการดำรงอยู่ของความคิดความเชื่อของกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้พวงมาลัยในการประกอบพิธีกรรมประจำวันก่อนที่จะมีการประกอบอาชีพ

ดังนั้น คนขายพวงมาลัย ตามสี่แยกไฟแดง ที่มีหลากหลายวิธีเทคนิคการขายจึงเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงความคิดความเชื่อวัฒนธรรมของคนไทยเป็นอย่างดี คนขายพวงมาลัยตามสี่แยกไฟแดงจึงเป็นคนขายความคิดความเชื่อของคนบนถนน