

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นอยู่ดำรงคู่กับมนุษย์มาเป็นเวลาช้านานแล้ว เพราะมนุษย์ไม่สามารถที่จะผลิตทุกอย่างได้ด้วยตัวเอง รวมทั้งพื้นฐานความเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์นั้นทำให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นมีวิวัฒนาการเรื่อยๆ จากเดิมเป็นการแลกเปลี่ยนในชุมชนจนกระทั่งพัฒนาไปสู่การแลกเปลี่ยนที่มีระดับสูงชันกว่าเดิม สิ่งที่น่ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นมักจะผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นฐานของการดำรงสังคม เช่นเดียวกับตลาดก็มีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมเมืองในยุคสมัยต่างๆ (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 : 2)

หากพูดถึงชนิดของตลาดแล้วหลายคนมักจะนึกถึง ตลาดสดหรือห้างสรรพสินค้า แต่หนึ่งในตลาดที่มีรูปแบบที่น่าสนใจอีกชนิดหนึ่งนั่นก็คือ “ตลาดนัด” ซึ่งมีลักษณะเด่นคือตลาดชนิดดังกล่าวจะเปิดทำการในวันและเวลาที่กำหนดเท่านั้น โดยในงานศึกษานี้ผู้เขียนมุ่งความสนใจไปที่ตลาดนัดเป็นหลัก เป็นที่แน่นอนว่าตลาดนัดนั้นย่อมประกอบด้วยผู้ขายที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆเป็นหลัก (อาทิเช่น จีน ยูนนาน ไทใหญ่ พม่า ไทย) ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ดังกล่าวได้หล่อหลอมให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่เดียวกัน ดังนั้นการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายนั้นจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

ตลาดนัดที่ผู้เขียนสนใจศึกษาในครั้งนี้คือ “ตลาดนัดจีนฮ่อ” ซึ่งตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงตลาดในท่าบวาร์ จังหวัดเชียงใหม่ ณ ที่ตั้งของตลาดนั้นอยู่ในย่านวัฒนธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่ง ซึ่งตลาดแห่งนี้จะอยู่บริเวณตรงข้ามมัสยิดบ้านฮ่อ จึงทำให้คนเรียกติดปากกันว่า “กาดบ้านฮ่อ” ซึ่งตลาดนี้จะมีเงื่อนไขทางด้านเวลาคือจะเปิดบริการในทุกวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 5.00 น.-13.00 น. ผู้ค้าเชื้อสายจีนยูนนานนั้นส่วนใหญ่จะพ่อแม่หรือปู่ย่า ตายาย เดินทางมาจากมณฑลยูนนานทางตอนใต้ของจีน ซึ่งอพยพเข้ามาหลายระลอกตั้งแต่ยุคการค้าทางไกล โดยขบวนล่อต่างสินค้าจนถึงการอพยพเข้ามาสู่ประเทศไทยในช่วงการปฏิวัติวัฒนธรรมจีนในปี ค.ศ. 1950 (Chang Wen-Chin, 2006) ดังนั้น ตลาดแห่งนี้จึงเป็นผลผลิตทางประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนานที่ได้อพยพเข้ามายังฝั่งไทย แต่ไม่ใช่เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ดังกล่าวเท่านั้นที่มีการค้าขายในตลาด ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์อีกหลายกลุ่ม เช่น พม่า ไทย ไทใหญ่ ฯลฯ ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้กาดบ้านฮ่อมีจุดเด่นในด้านของสินค้า โดยจะเห็นได้จากสินค้าส่วนใหญ่่นั้นเป็นอาหารจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น จีนยูนนาน พม่า หรือแม้กระทั่งไทใหญ่ที่ข้ามพรมแดนเข้ามาขาย

ยังฝั่งไทยซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาได้ตามท้องตลาดในเมืองเชียงใหม่ทั่วไป ซึ่งผู้บริโภคร้อง  
แหวะเวียนเข้ามาซื้อสินค้าในตลาดแห่งนี้เท่านั้น จึงเป็นผลทำให้ภาคบ้านฮ่อเป็นทั้งพื้นที่ของการ  
ท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมจากชาวไทยและชาวตะวันตกรวมทั้งเป็นพื้นที่ของการจับจ่ายใช้สอยสินค้า  
ทางชาติพันธุ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร ยา เครื่องใช้ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ

งานศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนานในเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชาวจีนยูนนานที่เดินทางมา  
กับกองทัพจีนคณะชาติหรือกลุ่มมุสลิมจีนยูนนานที่เดินทางมากับคาราวานล่อต่างสินค้าขายที่ผ่านนั้น  
ถือว่ายังมีไม่มากนัก ซึ่งงานศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มจีนฮ่อ ที่โดดเด่นคืองานของสุเทพ สุนทรเกสัช (2548)  
ในเรื่อง “อัตลักษณ์ศาสนาอิสลามในเมืองเชียงใหม่: การศึกษาเปรียบเทียบประวัติความเป็นมาและ  
โครงสร้างสังคมของผู้อพยพชาวปากีสถานและชาวจีนยูนนานมุสลิม” และงานของ  
สุชาติ เศรษฐมาลินี (2010) ในเรื่อง “The Transformation of Chinese Muslims Identities in Northern  
Thailand” โดยในงานทั้งสองชิ้นนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนานเป็น  
ส่วนใหญ่ แต่ยังไม่มีการศึกษาในพื้นที่ของตลาดอย่างเข้มข้นมากนัก ซึ่งผู้เขียนคิดว่าควรที่จะศึกษา  
เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการค้าขายถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นจีนยูนนานก็ว่าได้

การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆในภาคบ้านฮ่อนั้น นอกจากจะแสดงออกมา  
ในรูปแบบของสินค้าที่หลากหลายแล้ว สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะได้เห็นได้ยากนั้นก็คือ  
ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งภายในและภายนอกกลุ่มจีนยูนนาน ซึ่งในขณะนี้ผู้เขียนมองว่า  
พื้นที่ในตลาดเบื้องหลังนั้นมักจะมีการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆอยู่เสมอ มีทั้งการร่วมมือและการ  
แข่งขัน การต่อต้านและต่อรอง ซึ่งไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบไหนก็ตาม ในแต่ละกลุ่มล้วน  
ต้องมีการสร้างเครือข่ายเป็นของตนเองอย่างเหนียวแน่นเพื่อทำการต่อรองกับอำนาจทั้งภายในและ  
ภายนอก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเห็นได้ชัดในงานศึกษาของสุเรศ ฤนิทรานนท์ (2552) ที่ศึกษา  
เรื่องการเมืองเรื่องพื้นที่ของตลาดชาวเขากับยุทธศาสตร์ในการปรับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์:  
กรณีศึกษาลานูเชเล (มุเซอคำ) บนดอยมูเซอตำบลแม่ท้อ อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก โดยจะเห็นได้ว่า  
ตลาดไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ของการจับจ่ายใช้สอยธรรมดา แต่ยังเป็นพื้นที่ในการต่อสู้ชิงความหมาย  
ของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มคนต่างๆซึ่งมีการแข่งขันในเชิงรูปธรรมและเชิง  
สัญลักษณ์เพื่อสถาปนาความเป็นจริงและสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในตลาดได้ แต่เราจะเห็นได้ว่ากลุ่ม  
ชาวบ้านและกลุ่มชาติพันธุ์นั้นกลับถูกละเลยไปโดยปริยายรวมทั้งถูกชาวเขาที่ประทับตรา  
ไว้ว่าเป็นพวกขายยาบ้า เป็นตัวปัญหา ผู้ก่อการร้าย หรือแม้กระทั่งการทำไร่เลื่อนลอยอีกด้วย จึงทำให้  
พวกเขากลายเป็นชายขอบ ซึ่งเมื่อเป็นแบบนี้แล้ว พวกเขาจึงมีวิธีการตอบโต้ต่อรองกับกลุ่มคนไทย  
เพื่อให้ได้มาซึ่งพื้นที่ของตน นอกจากนั้นงานศึกษาอีกหนึ่งชิ้นที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นนี้ก็คงไม่  
พ้นงานศึกษาของ อภิญา เพื่อฟูสกุลและศิริรักษ์ ศิวารมย์ (2549) ในเรื่องตลาดไนท์บาซาร์  
เชียงใหม่: ตลาดแห่งความหลากหลายทางชาติพันธุ์ได้เผยให้เห็นถึงพื้นที่การค้าในตลาดไนท์บาซาร์

ที่มีการช่วงชิงพื้นที่ในการค้าขายซึ่งเป็นผลพวงจากบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และกระบวนการทำให้เชียงใหม่กลายเป็นสินค้า ซึ่งทำให้ตลาดไนท์บาซาร์เปรียบเสมือนตลาดของการขายความเป็นเชียงใหม่ ซึ่งบริบทดังกล่าวได้ก่อให้เกิดพื้นที่พิเศษในเชียงใหม่ พื้นที่ซึ่งมีอำนาจทางเศรษฐกิจและตลาดคอยกุมบังเหียนอยู่ ซึ่งเป็นสาเหตุของการแข่งขันการค้าขายอย่างเข้มข้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมไปในตัวผ่านปฏิบัติการต่างๆ

ความน่าสนใจของตลาดนัดแห่งนี้มีอีกหนึ่งประการคือ การที่มีตัวละครอื่นๆ เข้ามาร่วมแสดงในพื้นที่แห่งนี้ ซึ่งตัวละครนั้นก็คือ “ทุนขนาดใหญ่จากบริษัทเบียร์ช้าง” ที่ได้เข้ามาปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ทางการค้าของผู้คนในตลาด ซึ่งแต่เดิมนั้นกาดบ้านฮ่อมเป็นแค่ตลาดค้าขายขนาดเล็กของชาวมุสลิม จินยูนนานในชุมชนบ้านฮ่อม การแข่งขันทางการค้าก็ยังไม่เข้มข้นมากนัก แต่ภายหลังการเข้ามาของทุนดังกล่าวที่เข้ามากว้านซื้อพื้นที่ในตลาดนั้น ได้ทำให้เกิดการส่งเสริมนโยบายที่ต้องการทำให้ตลาดแห่งนี้กลายเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จินยูนนาน (และกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ) จากการส่งเสริมนโยบายดังกล่าวก็ทำให้กลุ่มลูกค้าในตลาดแห่งนี้จากเดิมมีเพียงแรงงานกลุ่มชาติพันธุ์ในย่านไนท์บาซาร์ที่ต้องการเข้ามาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันของพวกเขาเพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันตลาดแห่งนี้ได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในเมืองไทยและจากต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาสัมผัสกับบรรยากาศและสินค้าที่แปลกใหม่ที่มาจากที่อื่น (Exotic) และมีความจริงแท้ (Authentic) ในกาดบ้านฮ่อมเพิ่มมากขึ้นและยังเป็นแหล่งที่ดึงดูดลูกค้าจากทั่วทุกสารทิศทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัดรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมทางการค้าในพื้นที่ดังกล่าว เมื่อมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งแน่นอนว่าในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์นั้นมีรหัสทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภาษาเป็นของตัวเอง แต่ในขณะเดียวกันเมื่อพวกเขาเข้ามาอยู่ในเมืองเชียงใหม่ พวกเขาก็ยังสามารถที่จะปรับตัวรับวัฒนธรรมใหม่ๆ เข้ามา โดยตัวอย่างของกาดบ้านฮ่อมที่เห็นได้ชัดคือ ไม่ว่าผู้ค้าจะเป็นคนกลุ่มชาติพันธุ์ใดๆ เช่น จินยูนนาน ไทใหญ่ พม่า ฯลฯ เมื่อพวกเขาได้ทำการค้าขายแล้วพวกเขาต้องมีการปรับตัวโดยพูดภาษาไทยกับลูกค้าชาวไทยได้และพวกเขายังสามารถเข้าใจใน วัฒนธรรมการค้าขายของไทยบางอย่าง ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวได้สอดคล้องกับตัวอย่างของแรงงานชาวเม็กซิกัน (Mexican) ที่เข้ามาทำงานในแคลิฟอร์เนีย (California) และพวกเขาได้ตั้งถิ่นฐานของตนเอง โดยมีชุมชนชุดประวัติศาสตร์ ชุดภาษา และชุดรหัสทางวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ดังนั้น พวกเขาจึงมีการเผชิญหน้าหรือการต่อสู้ระหว่างวัฒนธรรมสองวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน คือวัฒนธรรมของเม็กซิกัน และอเมริกันนั่นเอง ดังนั้น ในยุคโลกาภิวัตน์จึงทำให้คนมีการเคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่ง Rosaldo (อ้างใน Hasting and Wilson, 1999) ได้มองว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนคนอย่างรวดเร็ว นั้นถูกเปรียบเทียบเหมือนการระเบิดภายในประเทศโลกที่สามสู่ประเทศโลกที่หนึ่ง จากปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลให้สินค้าในตลาดนั้นมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น สินค้าต่างๆ จึงไม่ได้ถูกผูกขาดในการขายโดยผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์

เดี๋ยวแต่ผู้ค้าในตลาดก็สามารถขายอะไรก็ได้ตราบเท่าที่สินค้านั้นสามารถสร้างผลกำไรให้กับตน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความขัดแย้งบางประการต่อผู้ค้าในตลาด เช่น ผู้ค้าที่เป็นชาวมุสลิมไม่ต้องการให้นำสินค้าที่ศาสนาอิสลามไม่อนุญาตให้ชาวมุสลิมอุปโภคหรือบริโภค (เช่น เนื้อหมู) เข้ามาขายในตลาด แต่ปัจจุบันสินค้านั้นมีมากมายหลายหลากชนิดซึ่งมีทั้งที่ศาสนาอนุมัติและสินค้าต้องห้ามในการอุปโภคและบริโภค ดังนั้นตลาดจึงเกิดการขยายตัวขึ้นอย่างมากในเชิงของผู้ค้าและสินค้าหลากหลายชาติพันธุ์รวมทั้งการแข่งขันและความขัดแย้งทางการค้าในตลาดมีความเข้มข้นมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา ในจุดนี้ Rosaldo มองว่าพรมแดนนั้นมีอยู่ทุกอาณาบริเวณเนื่องจากวัฒนธรรมไม่ได้เป็นสิ่งที่เหมือนกัน ซึ่งคล้ายกับมุมมองของ Gupta และ Furguson (อ้างใน Donnan, Hastings and Thomas M. Wilson, 1999) ที่มองว่าพรมแดนคือพื้นที่ของความขัดแย้งที่ไม่ได้สัดส่วนเนื่องจากเป็นพื้นที่ทับซ้อนกันของวัฒนธรรมที่ผสมผสานกัน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้มากในการวิเคราะห์เรื่องคนพลัดถิ่นและคนไร้ถิ่นฐาน

นอกจากนั้นการเข้ามาของทุนยังได้เข้ามาปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ในตลาดอีกอย่างหนึ่งก็คือการควบคุมพื้นที่ในตลาดโดยการจัดพื้นที่ให้กับผู้ค้ารวมถึงการเก็บค่าเช่าจากผู้ค้าทุกคน ซึ่งแต่เดิมนั้นพื้นที่ตลาดไม่ค่อยมีความเคร่งครัดในการจัดการเกี่ยวกับพื้นที่สักเท่าใดนัก หากใครมาก่อนก็ได้ขายในตลาดแม้กระทั่งค่าเช่าพื้นที่ก็ได้มอบเงินให้เจ้าของพื้นที่เดิม (ลูกหลานตระกูลวงศ์ญาติ) แต่ในปัจจุบันบริษัททุนดังกล่าวจะเป็นผู้ปรับสภาพภูมิทัศน์และจัดการเรื่องพื้นที่ในตลาดว่าใครขายตรงจุดไหน เช่นการปรับปรุงให้ตลาดมีความเป็นระเบียบอย่างเป็นสัดส่วนมากขึ้นหรือแม้กระทั่งการกางผ้าใบสำหรับอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เข้ามาจ่ายตลาด นอกจากนั้นยังมีเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจตราสอดส่องถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดและเข้ามาเก็บค่าเช่าที่ ซึ่งผู้ค้าบางคนบอกว่าแพงขึ้นกว่าเดิมแต่ก็ไม่ถึงกับขาดทุนไปเสียทีเดียว ผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆจึงต้องดำเนินกิจกรรมทางการค้าภายใต้การกำหนดของทุนที่เข้ามาดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงเห็นได้ว่าในบริบทของสังคมเมืองที่ทุนเข้ามามีบทบาทอย่างมากก็ได้ปรับเปลี่ยนความหมายของภาคบ้านฮ่อจากเดิมเป็นพื้นที่ที่มีนัยยะของการรวมตัวกันของผู้คน อัตลักษณ์ ประเพณีต่างๆของกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนาน แต่ในปัจจุบันตลาดได้กลายเป็นพื้นที่ที่สินค้า อัตลักษณ์และศาสนาของผู้คนในตลาดได้ข้ามพรมแดนในพื้นที่ดังกล่าวและยังกลายเป็นพื้นที่ของการแข่งขันทางการค้าอย่างเต็มตัวเสียแล้ว

หากเรามองถึงภาคบ้านฮ่อแล้วคงจะเห็นได้ว่าตลาดแห่งนี้สามารถทำอะไรได้ดังดงามแก่ผู้ขายซึ่งทำให้เป็นจุดสนใจต่อการเข้ามาทำการค้าขายของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ดังนั้น ภาคบ้านฮ่อจึงไม่ได้เป็นพื้นที่ของการดำเนินกิจกรรมทางการค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นพื้นที่ของการปฏิบัติการทางอำนาจของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆซึ่งมีความร่วมมือและความขัดแย้งกันอยู่ตลอดเวลา เมื่อการแข่งขันในการขายสินค้าในภาคบ้านฮ่อมีความเข้มข้นขึ้น ผู้ค้าต่างๆจึงจำเป็นต้องมีวิธีการในการสร้างส่วนครองตลาดในรูปแบบต่างๆซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก

เมื่อภาคบ้านฮ่อมันได้อุบัติขึ้นมาท่ามกลางความเฟื่องฟูของโลกยุคกระแสโลกาภิวัตน์และยุคทุนนิยม การที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆที่ค้าขายในตลาด การเข้ามาของบริษัททุนขนาดใหญ่ การมีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าทางวัฒนธรรมมากมาย สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างทุนท้องถิ่นจากหลากหลายสถานที่ในพื้นที่ตลาดแห่งนี้ ประกอบกับงานทางมานุษยวิทยาที่ศึกษากลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนานในเชียงใหม่ยังน้อยอยู่ จึงทำให้ผู้เขียนเกิดคำถามขึ้นมาว่าความสัมพันธ์ระหว่างพหุวัฒนธรรมเหล่านี้ดำเนินไปได้ในลักษณะใด

สินค้าในภาคบ้านฮ่อก็มีความน่าสนใจไม่แพ้กัน โดยส่วนใหญ่แล้วสินค้าในภาคบ้านฮ่อจะเป็นอาหาร โดยส่วนใหญ่ ดังนั้น ความน่าสนใจของอาหารนั้นจึงอยู่ที่เส้นทางของอาหาร (Foodway) ว่ามีลักษณะหรือที่มาอย่างไร เนื่องจากสินค้าต่างชนิดกันย่อมมีที่มาต่างกัน อาหารบางชนิดถูกส่งมาจากต่างประเทศและยังถูกส่งต่อไปยังสถานที่ต่างๆรอบเมืองเชียงใหม่ หรืออาหารบางชนิดต้องใช้ความรู้เฉพาะในการผลิตซึ่งทำให้อาหารชนิดนี้สามารถเป็นผู้นำส่วนครองตลาด เป็นต้น ด้วยเหตุนี้การศึกษาเส้นทางเดินของอาหารหรือวัตถุดิบในการผลิตอาหารนั้น ช่วยทำให้เห็นถึงการปฏิสัมพันธ์และการเคลื่อนไหวหรือการต่อรองอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนาของผู้คนหลากหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องและทำให้เห็นว่าพื้นที่ในตลาดเล็กๆแห่งนี้สัมพันธ์กับพื้นที่อื่นๆที่ห่างไกลออกไปอย่างไรบ้าง

ดังนั้น เมื่อตลาดถูกสร้างภาพลักษณ์ใหม่โดยทุนบริษัทเบียร์ช้าง ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงภูมิทัศน์ในตลาด การจัดเก็บค่าเช่าที่ของผู้ขายอย่างเป็นระบบมากขึ้น หรือกระทั่งการประชาสัมพันธ์ให้ภาคบ้านฮ่อเป็นตลาดวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมตลาดแห่งนี้มากขึ้น จากเดิมภาคบ้านฮ่อพื้นที่ของการรวมตัวของผู้คนและอัตลักษณ์ความเป็นจีนฮ่อ ในปัจจุบันตลาดแห่งนี้ได้กลายเป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวซึ่งนำพามาสู่ความหลากหลายของผู้คนและสินค้าหลากหลายชาติพันธุ์จนไปถึงการแข่งขันทางการค้าที่เข้มข้นในตลาด ประกอบกับงานศึกษากลุ่มคนจีนยูนนานในเชียงใหม่ยังมีน้อยอยู่ รวมทั้งสินค้าบางชนิด (อาหาร) ที่มีวิธีการสร้างส่วนครองตลาดได้อย่างน่าสนใจ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นที่มาของความสนใจของผู้เขียนที่ต้องการมองถึงการปฏิสัมพันธ์และวิธีการสร้างความสัมพันธ์ของผู้คนและสินค้า (โดยเฉพาะอาหารอย่างผัดคองจีนฮ่อและเนื้อกั้งป่า) ในพื้นที่ทางการค้าแห่งนี้ว่ามีดำเนินไปในรูปแบบหรือลักษณะอย่างไร

## 1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 จากการศึกษอาหารในภาคบ้านฮ่อ จะเห็นการต่อรองอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนาผ่านรสชาติของอาหารอย่างไร?

1.2.2 สินค้าที่สำคัญและเส้นทางการเดินทางของสินค้าในภาคบ้านฮ่อมันได้แสดงถึงการต่อรองอัตลักษณ์และการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมอย่างไร?

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.3.1 เพื่อทำความเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงทางสินค้าในภาคบ้านฮ่อ ในบริบทที่ทุนได้เข้ามาทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมให้ตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.3.3 เพื่อศึกษาถึงการต่อรองอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนาผ่านการต่อรองรสชาติอาหารในภาคบ้านฮ่อ

1.3.4 เพื่อทำความเข้าใจถึงการต่อรองและการข้ามพรมแดนทางอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และศาสนาผ่านประเด็นการวิเคราะห์เรื่องเส้นทางเดินของสินค้า

### 1.4 การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎี

ในงานศึกษานี้ผู้เขียนได้แบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 2 ส่วน ในแนวคิดแรกนั้นเป็นการทบทวนแนวคิดเรื่อง **อาหารและอัตลักษณ์** ซึ่งจะให้เห็นถึงวิธีการใช้อาหารในการสร้างตัวตนเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคมหรือแม้กระทั่งการใช้อาหารในการต่อต้านวัฒนธรรมซึ่งมีความน่าสนใจ หรือแม้กระทั่งในการใช้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของอุดมการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการกำกับผู้คนในสังคมให้ปฏิบัติตามความคาดหวังของรัฐ เป็นต้น

ส่วนแนวคิดที่สองนั้นเป็นการทบทวนแนวคิดเรื่อง **ตลาด: การเมืองเมืองเชิงพื้นที่ของกลุ่มชาติพันธุ์อันหลากหลาย** ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดนั้นไม่ได้เป็นตลาดเพื่อการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคหรือบริโภคแต่เพียงอย่างเดียว แต่ตลาดยังหมายถึงพื้นที่ที่เต็มไปด้วยอุดมการณ์และการปฏิบัติการเกี่ยวกับการเมืองเชิงพื้นที่ ในรูปแบบต่างๆ อยู่เบื้องหลัง รวมทั้งตลาดยังเป็นพื้นที่ของการต่อสู้ต่อรองของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ โดยที่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของพวกเขานั้นสามารถเลื่อนไหลไปมาผ่านสิ่งต่างๆ เช่น สินค้า วัฒนธรรม ฯลฯ รวมทั้งการมองพื้นที่ของตลาดในมุมมองของการผ่อนคลายนิดหนึ่งด้วย

#### 1.4.1 อาหารและอัตลักษณ์

ความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและอัตลักษณ์นั้นเกิดขึ้นมาหลากหลายรูปแบบ อาหารในทางสังคมนั้นมีการใช้บ่งบอกถึงอัตลักษณ์บางอย่าง เช่นในงานของบุครินทร์ เลิศชวลิตสกุล (2009) มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดในเรื่องอัตลักษณ์ทางสังคมของชาวไทใหญ่ (โดยเฉพาะอาหาร) ที่คลุมเครือ รวมทั้งอาหารที่เธอได้ศึกษายังมีความเป็นชายขอบและอาหารไทใหญ่ยังได้สร้างอำนาจบางอย่างขึ้นมาท้าทายกับอำนาจรัฐไทย เมื่อบริบทของอาหารเหล่านี้ได้เข้ามาอยู่ในสังคมเมืองเชียงใหม่ โดยบุครินทร์ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเมืองเรื่องอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ฉาน (Shan) หรือไทใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ที่มีความน่าสนใจ อาหารสำหรับกลุ่มไทใหญ่นั้นถือว่ามีสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและพิธีกรรมต่างๆ เช่น การใช้อาหารในงานศพ การใช้อาหารเพื่อขอขมาหรือเป็นการแสดงความเคารพ

ต่อผู้ใหญ่ แต่ในงานศึกษาครั้งนี้บุครินทร์เลือกที่จะศึกษาอาหารของกลุ่มไทใหญ่ในบริบทสังคมเมือง เชียงใหม่ โดยบุครินทร์ได้แยกออกเป็น 3 ประเด็นที่น่าสนใจ

ประเด็นแรกคือการปรับตัวกิจกรรมการบริโภคอาหารของชาวจานเมื่อพวกเขาได้ย้ายเข้ามาอยู่ในพื้นที่แห่งใหม่ โดยเฉพาะในสังคมเมือง บุครินทร์ได้ชี้ให้เห็นว่าแต่เดิมนั้นชาวไทใหญ่มักจะมีความประณีตและมีวิธีการทำอาหารหลากหลายขั้นตอน จนกระทั่งเมื่อพวกเขาได้เข้ามาอยู่ในสังคมเมืองที่มีข้อจำกัดในด้านเวลาและเศรษฐกิจ กล่าวคือพวกเขาไม่มีเวลาที่จะทำอาหารมากนักประกอบกับการซื้ออาหารสำเร็จรูปนั้นมีราคาแพง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พวกเขาต้องหาซื้อวัตถุดิบมาประกอบอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งอาหารที่พวกเขาทำนั้นมีความเรียบง่ายและเพียงพอเพื่อประทังชีวิตในแต่ละวันเท่านั้น นอกจากนี้ บุครินทร์ยังชี้ให้เห็นว่าบทบาทหรืออัตลักษณ์ทางเพศบางอย่างของพวกเขาก็ถูกเปลี่ยนแปลงไป โดยในวัฒนธรรมของชาวนั้นผู้หญิงจะมีหน้าที่ในการปรุงอาหารให้กับครอบครัวเพียงเท่านั้น แต่เมื่อพวกเขาได้เข้ามาทำงานในเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชายที่ยังไม่ได้แต่งงานจำเป็นต้องประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง เนื่องจากราคาอาหารสำเร็จรูปที่ค่อนข้างสูง (เมื่อเทียบกับรายได้ของพวกเขา) ด้วยเหตุนี้ผู้ชายบางคนที่ไม่เคยทำอาหารจึงจำเป็นต้องรับผิดชอบในส่วนนี้เพื่อที่จะสามารถดำเนินชีวิตในสภาวะที่ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมีข้อจำกัด

ในส่วนของประเด็นที่สองนั้นบุครินทร์ได้ชี้ให้เห็นถึงเส้นทางเดินของอาหารของกลุ่มไทใหญ่ว่ามีลักษณะอย่างไร โดยสืบเนื่องจากประเด็นแรกที่กลุ่มไทใหญ่ได้ลงมาทำงานในเมือง พวกเขาจึงจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบมาประกอบอาหารเอง ถึงแม้พวกเขาจะมีความเรียบง่ายในการประกอบอาหารมากเพียงใดก็ตาม แต่พวกเขาก็เลือกวัตถุดิบเฉพาะบางอย่างในการปรุงอาหารด้วย เช่น ถั่วเน่า แม้ว่าจะมีถั่วเน่าจำหน่ายในตลาดทั่วไปแต่ก็เชื่อว่าพวกเขาจะหาซื้อมาบริโภคกัน เนื่องจากถั่วเน่าของกลุ่มชาติพันธุ์ชานกับถั่วเน่าในท้องตลาดทั่วไปนั้นจะมีรสชาติที่แตกต่างกัน โดยพวกเขาจะนิยมรสชาติถั่วเน่าของชานมากกว่า ในจุดนี้เองบุครินทร์มองว่าการบริโภคอาหารของพวกเขาก็ทำให้เกิดความคิดถึงถิ่นเกิด (Nostalgia) ดังนั้นการบริโภคถั่วเน่าของไทใหญ่จึงจำเป็นต้องหาซื้อในร้านค้าหรือตลาดเฉพาะ ซึ่งสามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าปลีกที่นำอาหารมาจำหน่ายหรือตลาดนัดบางแห่งเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งในหัวข้อนี้คือการสืบถึงเส้นทางเดินของอาหารกลุ่มไทใหญ่ซึ่งมีที่มาที่น่าสนใจ โดยอาหารเหล่านั้นหากสืบไปถึงแหล่งผลิตแล้วจะเห็นว่าอาหารเหล่านี้ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศและได้กระจายไปสู่ภาคต่างๆของประเทศไทย บุครินทร์มองว่าการกระทำดังกล่าวถือเป็นการทำทนายอำนาจของรัฐไทยชนิดหนึ่ง เนื่องจากคนกลุ่มไทใหญ่บางคนที่ยังมาทำงานอย่างผิดกฎหมายมักจะถูกรัฐตรวจจับได้ แต่วัฒนธรรมของไทใหญ่โดยเฉพาะอาหารนั้นเป็นสิ่งที่รัฐไม่สามารถควบคุมได้รวมทั้งยังเล็ดลอดเข้ามาสู่รัฐไทยและกระจายวัฒนธรรมชานไปสู่ผู้คนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆในประเทศไทย กล่าวอีกนัยคืออาหารของกลุ่มไทใหญ่กำลังสถาปนาอำนาจขึ้นมาเพื่อทำทนายอำนาจรัฐไทยนั่นเอง

ในส่วนประเด็นสุดท้ายนั้นเกี่ยวข้องกับการที่อาหารของกลุ่มไทใหญ่ได้เข้าไปอยู่ในเมนูของร้านอาหารพม่าได้อย่างไรและภาพลักษณ์ของอาหารเหล่านั้นถูกแสดงออกมาอย่างไร โดยจุดเริ่มต้นของประเด็นนี้คือการเกิดขึ้นของร้านอาหารพม่าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอาหารของกลุ่มไทใหญ่นั้นได้ถูกบรรจุเข้าไปในเมนูของทางร้านอาหารด้วย แต่ชื่ออาหารเหล่านั้นกลับไม่ถูกระบุว่าเป็นของกลุ่มไทใหญ่แต่อย่างใด (จะมีระบุเพียงบางเมนู) โดยสาเหตุดังกล่าวเป็นเพราะผู้คนส่วนใหญ่ (นักท่องเที่ยว กลุ่มทำงาน NGO) มักจะไม่รู้จักกลุ่มไทใหญ่ดีนัก แต่จะรู้จักกลุ่มชาติพันธุ์หรือประเทศพม่าดีกว่า ด้วยเหตุนี้ทั้งร้านอาหารและชื่อเมนูจึงถูกตั้งชื่อโดยใช้คำว่าพม่า หรืออาจจะกล่าวได้ว่าอาหารไทใหญ่นั้นถูกกลืนกินหรือได้ถูกทำให้เป็นอาหารทวิชาติพันธุ์ (Double Ethnic) กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการที่อาหารไทใหญ่ถูกบรรจุอยู่ในเมนูอาหารพม่าและร้านอาหารพม่าที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้ประเด็นความน่าสนใจอีกประการหนึ่งคือข้อจำกัดของอาหารไทใหญ่ต่อการสร้างสำนึกความเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) โดยถึงแม้ว่าอาหารเหล่านี้จะสามารถสำนึกดังกล่าวได้ก็จริง (เช่น ตลาดนัดหรือวัดป่าเป้าในช่วงที่มีเทศกาลและมีอาหารจานจำหน่าย) แต่ในบางพื้นที่อย่างเช่นร้านอาหารพม่านั้นกลับไม่ได้เป็นสถานที่ของสำนึกดังกล่าว เนื่องจากข้อจำกัดเกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจของกลุ่มคนไทใหญ่กลุ่มใหม่ที่เข้ามาทำงานในเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากราคาอาหารในร้านมักจะมีราคาสูงเมื่อเทียบกับการซื้อมาปรุงเอง ดังนั้นร้านอาหารจึงเป็นพื้นที่ของนักท่องเที่ยว กลุ่มคนทำงาน NGO หรือคนกลุ่มไทใหญ่บางกลุ่มที่อยู่ในเมืองมานานและมีอำนาจทางการเงินมากพอจึงสามารถเข้ามารับประทานอาหารในร้านดังกล่าวได้

ในงานศึกษาเรื่องอาหารไทใหญ่ทำให้สะท้อนมุมมองของพลวัตอาหารที่ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทสังคมที่แตกต่างกัน อาหารไทใหญ่ถึงแม้จะสร้างพื้นที่ความเป็นเจ้าของได้ก็จริง แต่การสร้างพื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถทำได้อย่างเบ็ดเสร็จ เนื่องจากอำนาจทางเศรษฐกิจของพวกเขาคืออุปสรรคในการเข้าไปสถาปนาพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างยากลำบาก แต่กระนั้นก็ตามปัจจัยทางเศรษฐกิจก็ไม่ใช่อุปสรรคในการสร้างพื้นที่ความเป็นเจ้าของเสมอไป แต่อาจจะใช้อัตลักษณ์ชนิดอื่นเข้ามาสร้างพื้นที่ดังกล่าวในบริบทสังคมที่แตกต่างออกไปจากเดิม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคืองานศึกษาชาวคาราเท (Karaites) ของ Inbal Ester Circurel (2012) ที่ต้องการมองถึงเรื่องการใช้อาหารของชาวคาราเทที่อพยพจากประเทศอิสราเอลสู่ประเทศอิสราเอล ชาวคาราเทในฐานะผู้อพยพเข้ามายังประเทศอิสราเอลในช่วงนั้นไม่ถูกยอมรับเนื่องจากการตีความทางศาสนาบางอย่างค่อนข้างที่จะแตกต่างกัน ดังนั้น ชาวยิวแรบไบ (Rabbinical) มักจะมองชาวคาราเทว่าไม่ได้เป็นชาวยิว (แต่ชาวคาราเทมองว่าพวกเขาเป็นชาวยิวขานานแท้) และถูกกีดกันออกจากวัฒนธรรม โดยเฉพาะในเรื่องการกินอาหาร ชาวยิวแรบไบจะไม่ทานอาหารร่วมกับชาวคาราเท ด้วยเหตุนี้เองพวกเขาจึงต้องปรับตัวและทำให้ชาวยิวแรบไบยอมรับโดยการพิสูจน์ตัวเองว่าพวกเขาคือชาวยิวเหมือนกันผ่านการประกอบอาหารเพื่อใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา



โดย Cicurel ได้วิเคราะห์ผ่านบริบทของผู้อพยพชาวทั้งสองรุ่นซึ่งมีความแตกต่างกันค่อนข้างมากต่อการปรับตัวให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมอิสราเอล

ชาวคาเรทรุ่นแรกที่ได้อพยพเข้ามายังประเทศอิสราเอลนั้นค่อนข้างจะเป็นกลุ่มอนุรักษนิยม โดยจะต้องประกอบอาหารตามกฎของศาสนายูดาย (Kosher) อย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะในช่วงที่มีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นชาวคาเรทรุ่นแรกมักมองว่าวัฒนธรรมการกินอาหารดั้งเดิมของพวกเขากำลังจะเลือนหายไป เนื่องจากชาวคาเรทรุ่นที่สองมักจะไม่ค่อยชอบทานอาหารแบบดั้งเดิมและมักจะชอบอาหารอิสราเอลในรูปแบบใหม่มากกว่า (เช่น อาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็วและอุ่น แต่อาหารของคาเรทมักจะเป็นอาหารที่ปรุงช้าและเย็น) ดังนั้นการทำอาหารแบบดั้งเดิมควรจะถูกอนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นเครื่องเตือนความทรงจำเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคาเรทนั่นเอง นอกจากนี้พวกเขายังมองว่าอาหารคาเรทยังใช้ในการอ้างความชอบธรรมทางศาสนาอีกทางหนึ่ง กล่าวคือถึงแม้ว่าชาวคาเรทจะไม่ได้มีความเชื่อทางศาสนาในแบบชาวยิวแบบไบแต่พวกเขาเห็นว่าอาหารของพวกเขา ยังมีความเป็นอิสราเอลมากกว่าอาหารของชาวยิวแบบไบ เนื่องด้วยรสชาติและสีส้มของอาหารคาเรทมีความน่าสนใจกว่า

ในส่วนของชาวคาเรทรุ่นที่สองนั้นค่อนข้างจะมีความแตกต่างรุ่นแรก โดยรุ่นที่สองมักจะเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างจะประนีประนอมทางวัฒนธรรมในบางเรื่อง ตัวอย่างเช่น การประกอบอาหารสำหรับชาวคาเรทที่มักจะมีข้อขัดแย้งกับการความเชื่อในเรื่องการกินอาหารของชาวยิวแบบไบ โดย Cicurel ได้ยกตัวอย่างของ Meirav ที่นำอาหารไปทานยังที่ทำงาน เมื่อมีผู้หญิงอีกคนถามเธอว่าอาหารที่ Meirev นำมาเป็นอาหารของ Karaites หรือไม่ Meirev จึงตอบว่าใช่ แต่หลังจากนั้นผู้หญิงที่ถามไม่ต้องการทานอาหารของ Meirev แต่เธอกลับทานอาหารกับชาวอาหรับ (ซึ่งอาจจะนับถือคนละศาสนา) จากตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าชาวยิวแบบไบไม่ได้กีดกันชาวคาเรทด้วยเรื่องของศาสนา หากแต่เป็นเรื่องการติดกันทางสังคมเสียมากกว่า (แต่ชาวยิวแบบไบไม่ได้กีดกันพวกเขาแบบนี้ทุกคน) แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นชาวคาเรทก็เริ่มที่จะปรับตัวเข้ามาชาวยิวแบบไบมากขึ้น โดยชาวคาเรทพยายามทำอาหารที่ชาวยิวแบบไบสามารถทานได้และถูกต้องตามหลักของศาสนา (เช่น ในคัมภีร์บอกว่า ห้ามการปรุงอาหารโดยใช้เนื้อแพะ หนูนุ่มและนมจากแม่ของมัน ชาวยิวแบบไบเชื่อว่าการประกอบอาหารโดยเนื้อและผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากนมทั้งหมดนั้นจะต้องแยกทั้งสองอย่างออกจากกันออกจากกัน ส่วนชาวคาเรทตีความว่าต้องไม่ปรุงอาหารโดยใช้เนื้อแพะหนูนุ่มและนมของแม่ของมัน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือชาวคาเรทตีความหมายตรงตามคัมภีร์ แต่ชาวยิวแบบไบตีความแบบครอบคลุมกว้างขวางกว่า) แต่ชาวคาเรทจะไม่มองว่าพวกเขาละเมิดข้อกำหนดทางศาสนา แต่พวกเขาจะอ้างอิงถึงการปรุงอาหารกับเรื่องทางรสชาติมากกว่า เช่น การปรุงอาหารโดยใช้นมผสมเนื้อจะทำให้รสชาติไม่ดี เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็น ได้ว่าการปรับตัวเข้ากับสังคมของชาวคาเรททั้งสองรุ่นนั้นมักจะมี ความแตกต่างกัน โดย ในรุ่นแรกนั้นมักจะอนุรักษ์อาหารตามแบบฉบับของชาวคาเรทไว้และยังอ้างถึงความชอบธรรมใน การเป็นชาวยิวผ่านทางรศชาติที่ถูกกำหนดโดยศาสนา แต่หากมองในกลุ่มชาวคาเรทรุ่นที่สองจะเห็น ได้ถึงความยืดหยุ่นในการปรับตัวมากกว่ารุ่นแรก ซึ่งพวกเขาเหล่านั้นมักที่จะปรับตัวเข้าหาสังคมอิสราเอล โดยการใช้อาหารในการดึงกลุ่มชาวยิวแรมไบเข้ามาสัมผัสกับอัตลักษณ์ของชาวคาเรท โดยพวกเขาจะ อ้างอิงเรื่องรศชาติของอาหารมากกว่าการอ้างอิงรศชาติทางศาสนาเหมือนรุ่นแรก ซึ่งการกระทำของ ชาวคาเรทรุ่นที่สองนี้ทำให้พวกเขาและชาวยิวแรมไบสามารถอยู่ร่วมกันได้โดยมีความเคารพซึ่งกัน และกัน ซึ่งสิ่งที่พวกเขาทำเป็นตัวอย่างที่ดีในการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อเข้ากับสังคมของผู้อื่น แต่ใน ขณะเดียวกันชาวคาเรทก็ไม่ได้ทอดทิ้งวัฒนธรรมของตนเองด้วยเช่นกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเมื่อชาว คาเรทมีการปรับตัวเข้าหาชาวยิวแรมไบในขณะเดียวกันพวกเขาก็ต้องรักษาอัตลักษณ์ของความเป็น คาเรทไว้ด้วยเช่นกัน

จากงานศึกษาเรื่องไทใหญ่และงานศึกษาชาวคาเรทจะเห็น ได้ถึงความคล้ายคลึงกันในมิติของการ พยายามปรับตัวเข้ากับบริบทสังคมใหม่ โดยในงานของบุศรินทร์จะเห็น ได้ว่าการปรับตัวของชาว ไทใหญ่ในสังคมเมืองนั้นจำเป็นที่จะต้องมองถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นส่วนสำคัญ ในขณะที่งาน ของ Cicurel กลับมองว่าการปรับตัวของชาวคาเรทเป็นการใช้ศาสนาและรศชาติของอาหารเข้ามาเป็น ปัจจัยหลักในการปรับตัวเข้าสู่สังคมที่แตกต่างของพวกเขา แต่สิ่งที่เหมือนกันที่สุดของงานทั้งสองนี้ คือพวกเขาเลือกที่จะไม่ทิ้งรศชาติหรือวัฒนธรรมเดิมของพวกเขาเสียทีเดียว ถึงแม้จะต้องมีการ ปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำอาหารบางอย่างแต่รศชาติอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของพวกเขาไม่ว่าจะเป็น ถั่วเน่าไทใหญ่ หรือรศชาติอาหารในแบบคาเรทก็ยังคงเป็นหัวใจหลักของการปรุงอาหารของพวกเขา และยังเป็นเครื่องที่คอยย้ำเตือนถึงอัตลักษณ์และตัวตนของพวกเขาอย่างเห็น ได้ชัดไม่ว่าจะเป็นตัวตน ของไทใหญ่หรือตัวตนของคาเรทก็ตาม แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นอัตลักษณ์ของรศชาติบางอย่างก็มีพลวัตในตัว ของมันเอง อัตลักษณ์รศชาติของอาหารแบบดั้งเดิมอาจจะไม่ใช่คำตอบที่ถูกต้องเสมอไป ยิ่งบริบท สังคมเปลี่ยนผ่านไปสู่อุคสมัยใหม่มาเพียงใด อัตลักษณ์ทางอาหารอาจจะยังเปลี่ยน ไปตามสังคมใน ขณะนั้น โดยที่ไม่มีรากของความดั้งเดิมหลงเหลืออยู่ ดังเช่นในงานของ Richard Wilk (2008) ที่ได้ ศึกษาอาหารของชาวเบลีเซียน (Belizean) ที่มีพลวัตตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยช่วง เริ่มต้นนั้น Wilk ได้เกริ่นถึงความเป็นมาของเบลีเซ (Belize) ว่าเป็นประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมมา ก่อน ในช่วงที่เบลีเซถูกต่างชาติปกครองนั้น พวกเขามักจะมีการนำเข้าอาหารและสิ่งของต่างๆจาก ต่างประเทศเข้ามารวมทั้งส่งออกสินค้าท้องถิ่นต่างๆ เช่นกัน อาหารที่นำเข้านั้นมีราคาตั้งแต่ระดับ ต่ำสุดจนถึงระดับสูงสุด แต่หากเปรียบเทียบอาหารท้องถิ่นแล้วถือว่าราคาต่ำกว่าราคาของอาหาร นำเข้าที่ราคาต่ำที่สุด

ช่วงสมัยที่เบลีเซยังถูกต่างประเทศปกครองอยู่นั้น ในหมู่กลุ่มชนชั้นกลางมักจะนิยมหยิบยืมวัตถุดิบอาหารสเปนระหว่างกลุ่มฮิสแปนิก (Hispanic) กลุ่มคนค้าขาย กลุ่มชนชั้นสูงหรือกลุ่มระดับผู้บริหาร จึงทำให้อาหารสเปนถูกมองว่าเป็นทางเลือกที่แปลกใหม่และปลอดภัย และท้ายที่สุดอาหารสเปนก็ได้ขึ้นแท่นเป็นอาหารท้องถิ่นประจำชาติของเบลีเซในที่สุด โดยอาหารสเปนเหล่านี้มักจะเดินทางอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางจนถึงชนชั้นสูงเพียงแค่นั้น กลุ่มชนชั้นล่างมักจะไม่มิลิทธิที่จะได้บริโภคอาหารสเปนดังกล่าวแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้มีการสร้างอาหารชนิดใหม่ขึ้นมาทำทนายอาหารประจำชาติเหล่านั้นผ่านการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบบางอย่างของอาหารสเปนให้มีความเป็นท้องถิ่น (ชนชั้นล่าง) มีการปรับเปลี่ยนชื่ออาหารหรือมีการผสมผสานอาหารในรูปแบบใหม่ โดยในจุดนี้อาหารชนิดใหม่ถือเป็นการสลายพรมแดนทางชนชั้นระหว่างชนชั้นและความเป็นชาติพันธุ์ไปในที่สุด

หลังจากที่เบลีเซได้รับเอกราชในปี ค.ศ. 1981 ก็ได้มีการเปลี่ยนชื่อประเทศ เปลี่ยนรูปแบบธงประจำชาติ รวมทั้งมีการยกเลิกในการเลียนแบบอาหารของประเทศเจ้าอาณานิคม มีการรณรงค์ให้หันมาบริโภคอาหารท้องถิ่นแทน ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้เห็นถึงนัยของความต้องการอิสรภาพและปราศจากการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง เนื่องจากในช่วงที่ชาวเบลีเซียนยังถูกปกครองอยู่นั้น พวกเขาถูกควบคุมในเรื่องต่างๆทั้งอาหาร แฟชั่น ฯลฯ

จุดเปลี่ยนของชาวเบลีเซียน ได้เกิดขึ้นอีกครั้งในยุคปัจจุบัน โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ชนชั้น และการศึกษา เนื่องจากชาวเบลีเซียนนิยมการท่องเที่ยวในต่างประเทศ บางคนใช้ระยะเวลาสั้นๆในการไปเข้าไปอยู่และทำงานในต่างประเทศ ซึ่งการกระทำดังกล่าวได้ทำให้พวกเขาตั้งวัฒนธรรมและความทันสมัยจากต่างประเทศเข้ามาใช้ในประเทศของตน อย่างมากมาย นอกจากการเดินทางออกนอกประเทศของชาวเบลีเซียนแล้ว การเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมบรรยากาศหรือวัฒนธรรมที่ “จริงแท้” และ “แปลกใหม่” ที่ถูกสื่อประชาสัมพันธ์ ก็ยังถือเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมต่างชาติในเบลีเซ อีกทางหนึ่งเช่นกัน โดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านอยู่เสมอ ซึ่งทำให้ชาวเบลีเซียนได้เรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่นอยู่เสมอ นอกจากเบลีเซจะถูกประชาสัมพันธ์โดยสื่อแล้ว ปัจจุบันชาวบ้านยังสามารถรับชมรายการจากต่างประเทศผ่านทีวีได้เช่นกัน การรับชมรายการต่างๆของชาวเบลีเซียนนั้นถือเป็นการหาความรู้ในอีกรูปแบบหนึ่ง การเรียนรู้เหล่านี้ทำให้เกิดความหลากหลายขึ้นในหมู่ของชาวเบลีเซียน โดยเฉพาะในเรื่องอาหาร โดยแต่ละคนมักจะมีเมนูอาหารใหม่ๆ ที่จดจำมาจากรายการทีวี รวมทั้งชาวเบลีเซียนยังมีแนวโน้มที่จะชอบอาหารต่างประเทศมากขึ้นอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของชาวเบลีเซียน (โดยเฉพาะอาหาร) นั้นมีพลวัตอยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่การผูกขาดทางวัฒนธรรมโดยกลุ่มชนชั้นกลาง จนกระทั่งได้รับอิสรภาพจนถึงปัจจุบันที่ชาวเบลีเซียนสามารถเดินทางไปต่างประเทศก็ดีหรือการที่ชาวเบลีเซียนถูกสื่อประชาสัมพันธ์ก็ดี

หรือการที่ชาวบ้านมีการหาความรู้ผ่านการดูทีวีก็ดี สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าความรู้ เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรมในด้านต่างๆ ไม่ได้ถูกกลุ่มชนชั้นกลางหรือชนชั้นนำผูกขาดอีกต่อไป นอกจากนี้บทความ ดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงการสถาปนาวัฒนธรรมของชาวเบลีเซียนซึ่งเป็นสิ่งที่โลกภายนอกล้วน นิยามให้กับประเทศเหล่านี้ทั้งสิ้น

ประเด็นการต่อต้านการผูกขาดทางวัฒนธรรมของชนชั้นกลางหรือชนชั้นนำโดยใช้วัฒนธรรมย่อย (Subculture) และอาหารที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งก็คืองานศึกษาของ Dylan Clark (2004) โดยเขาได้ ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ของกลุ่มพังค์ (Punk) ในประเทศสหรัฐอเมริกา พวกเขาได้มีการ ต่อต้านวัฒนธรรมหลักของประเทศอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการต่อต้านในเรื่องของ อุตสาหกรรมอาหารกระแสหลักผ่านการใช้อาหารในรูปแบบของกลุ่มพังค์ที่มีความดิบเถื่อนเข้าไป ต่อต้านวัฒนธรรมอาหารกระแสหลักเหล่านั้น โดยในจุดเริ่มต้นนั้นกลุ่มพังค์ร่วมสมัยเหล่านี้ได้รับ อิทธิพลแนวความคิดอนาธิปไตย (Anarchism) ซึ่งพวกเขาได้มีการวิพากษ์ถึงกลุ่มชนชั้นกลางหรือ กลุ่มชนชั้นนำ หรือมีการต่อต้านในเรื่องการรักร่วมเพศ การเหยียดสีผิว วัฒนธรรมที่คนผิวขาวเป็น ใหญ่ เป็นต้น

ในวัฒนธรรมอาหารกระแสหลักของอเมริกันนั้น โดยส่วนใหญ่ได้มีการผลิตอาหารจากโรงงาน อุตสาหกรรม กลุ่มพังค์เชื่อว่าโรงงานอุตสาหกรรมเหล่านี้ได้ร่วมมือกับระบบทุนนิยมและลัทธิ จักรวรรดินิยมเพื่อทำลายบรรทัดฐานทางสังคมในด้านต่างๆ และอาหารกระแสหลักเหล่านี้ยังถูกมอง ว่าเป็นอาหารขยะ หรือแม้กระทั่งการมองอาหารในมุมมองของสตรีนิยม (Feminist) กล่าวคือ อุตสาหกรรมหรือวัฒนธรรมการกินในแบบกระแสหลักของอเมริกันนั้นมักจะมองว่าผู้หญิงผอมคือ ผู้หญิงสวย ดังนั้นการควบคุมอาหารจึงกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักไปโดยปริยายตามระบบ ปิตาธิปไตยต้องการกำหนดให้เป็น ด้วยเหตุนี้เอง กลุ่มพังค์จึงได้มีการต่อสู้กับระบบวัฒนธรรมกระแส หลักเหล่านี้ด้วยวิธีการต่างๆ อาทิเช่น ผู้หญิงกลุ่มพังค์มักจะสร้างวัฒนธรรมเป็นของตนเอง มีการผลิต เพลง มีการพิมพ์วารสารของกลุ่ม วิถีปฏิบัติในรูปแบบต่างๆ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นการได้กลับใน เรื่องการกีดกันทางเพศหรือแม้กระทั่งวาทกรรมอาหารกระแสหลักจากระบบปิตาธิปไตย เป็นต้น

การต่อต้านวัฒนธรรมกระแสหลักโดยใช้อาหารของกลุ่มพังค์มีความน่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ อาหารที่กลุ่มพังค์ได้บริโภคนั้นจะมีความแตกต่างอย่างสุดขั้วระหว่างอาหารกระแสหลัก โดยกลุ่ม พังค์มักจะนิยมบริโภคอาหารที่มีความดิบเถื่อนหรือใกล้เคียงกับอาหารในป่า (Wild) อาหารเหล่านี้ จะต้องไม่เป็นอาหารที่มียี่ห้อ ประกอบกับต้องเป็นอาหารที่ปลูกเองหรือทำเอง อาหารต้องไม่ผ่าน กระบวนการหรือกรรมวิธีขั้นตอนต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนอาหารกัน และที่สำคัญอาหารเหล่านั้น จะต้องไม่ถูกผลิตใน โรงงานอุตสาหกรรม (Homemade) หรือได้มาจากไร่สวนที่ผลิตโดยตรง (แต่ใน บางกรณีที่อาหารออแกนิกเหล่านี้มีราคาสูง พวกเขาก็จะขโมยอาหารเหล่านั้นจากซูเปอร์มาร์เก็ตหรือ

ห้างร้านต่างๆทำให้พวกเขาถูกมองว่าเป็นพวกหัวขโมย เป็นพวกที่ทำผิดกฎหมาย และอาหารที่ได้ก็มาด้วยวิธีนี้ก็คืออาหารที่เน่าเสีย) ซึ่งเหตุผลหลักของการที่กลุ่มฟังก์์ได้เลือกทานอาหารในรูปแบบเหล่านี้ เพราะเป็นมุมมองของความอิสระเสรี ไม่ติดอยู่ในกรอบทางสังคมกระแสหลัก อาหารที่มีความเป็นป่าเปรียบเทียบกับได้กับความอิสระเสรีในการเลือกที่จะบริโภคในสิ่งที่ตนต้องการโดยไม่ถูกขัดเยียดหรือถูกปกครองโดยระบอบชนชั้น เนื่องจากกลุ่มฟังก์์มองว่าอาหารกระแสหลักมักจะผูกขาดวัฒนธรรมการใช้ชีวิตในสังคม โดยเฉพาะวัฒนธรรมในการบริโภคให้มีเพียงหนึ่งเดียวผ่านลัทธิบริโภคนิยม จนกระทั่งการถูกจำกัดการใช้ชีวิตให้เหลือเพียงช่องทางแคบๆ เช่น มนุษย์จำเป็นที่จะต้องบริโภคอาหารมากขึ้น ทุกคนต้องมีความฝัน และจะต้องทำงาน ฯลฯ และพวกเขายังถือว่าวัฒนธรรมกระแสหลักเหล่านี้ได้ทำให้มนุษย์สูญเสียวัฒนธรรม ทำให้ระบบนิเวศน์สูญเสีย ทำให้ความเฉพาะของท้องถิ่น (หรือความหลากหลาย) ต้องพังทลายลงไป

สำหรับกลุ่มฟังก์์ที่เป็นมังสวิรัตหรือไม่บริโภคเนื้อสัตว์ใดๆก็ถือเป็นมุมมองในการวิพากษ์วัฒนธรรมของอาหารกระแสหลักหรืออุตสาหกรรมฆ่าสัตว์เพื่อบริโภคในอีกรูปแบบ กล่าวคือพวกเขามองว่าโรงงานฆ่าสัตว์มักจะชอบทารุณสัตว์ มีการจำกัดเสรีภาพของสัตว์ให้อยู่ในพื้นที่คับแคบ มีการเร่งให้สัตว์เจริญเติบโตผ่านการใช้สารฮอร์โมนหรือยาปฏิชีวนะ ดังนั้นหากใครบริโภคเนื้อก็ถือว่าเป็นการร่วมมือกันในการฆ่าหรือทรมานสัตว์เหล่านั้นนั่นเอง ด้วยเหตุนี้การใช้อาหารของกลุ่มฟังก์์ถือเป็นการตอบโต้กับวัฒนธรรมอาหารและกระแสหลักของอเมริกาที่มักส่งเสริมให้ผู้คนเกิดความลุ่มหลงในตัวสินค้าหรืออาหาร ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการทานอาหารอแกนิก หรือการเป็นมังสวิรัต จนกระทั่งการขโมยอาหารที่มีราคาแพง (เพื่อตอบโต้กับการส่งเสริมให้เกิดความลุ่มหลงในตัวสินค้า) สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการวิพากษ์วัฒนธรรมกระแสหลักที่ได้ผูกขาดวัฒนธรรมทางสังคมในด้านต่างๆได้อย่างน่าสนใจอีกวิธีหนึ่ง

จากงานศึกษาของชาวเบลีเซียนและกลุ่มฟังก์์จะเห็นได้ว่าการต่อต้านการผูกขาดวัฒนธรรมหลักโดยกลุ่มชนชั้นกลางหรือชนชั้นนำ จนไปถึงการต่อต้านระบบทุนนิยม ถึงแม้ว่าต่อต้านการผูกขาดทางวัฒนธรรมดังกล่าวจะมีอาหารเป็นจุดร่วมในการดำเนินเรื่องก็ตาม แต่ความแตกต่างระหว่างบริบททั้งสองนี้คือในงานศึกษาชาวเบลีเซียนจะเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจสู่ความรู้เข้ามาสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอาหารชนิดใหม่ ทำให้การผูกขาดทางวัฒนธรรมอาหารของชนชั้นกลางได้หายไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือชนชั้นกลางใหม่ได้ทำให้การผูกขาดวัฒนธรรมของชนชั้นกลางเก่าล่มสลายไป แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการต่อต้านของพวกเขาที่ไม่ได้ตรงไปตรงมาเหมือนกับการใช้วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มฟังก์์ ความเบี่ยงเบนของวัฒนธรรมกระแสหลักที่ถูกกุมอำนาจโดยกลุ่มชนชั้นกลางและระบบทุนนิยมทำให้พวกเขาต้องใช้สัญลักษณ์บางอย่างซึ่งก็คืออาหารในรูปแบบเฉพาะของกลุ่มฟังก์์การต่อสู้กับสิ่งเหล่านั้น เพราะฉะนั้นหากเปรียบเทียบในงานศึกษาทั้งหมดจะทำให้เห็นว่าอาหารนั้นเป็นตัวแทนของการปรับตัวให้เข้ากับโครงสร้างทางสังคมในรูปแบบต่างๆ อัตลักษณ์ทาง

ศาสนาของชาวคาเรท แม้กระทั่งการตัดชิ้นตอนบางอย่างในการทำอาหารไทใหญ่ในสังคมใหม่ที่มีปัจจัยทางเศรษฐกิจคอยกำกับพวกเขาอยู่เองก็ตาม แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นอาหารยังถือเป็นสัญลักษณ์ของการต่อต้านโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่ถูกผูกขาดโดยกลุ่มชนชั้นกลาง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ความรู้ และสื่อในยุคโลกาภิวัตน์ในการต่อต้านวัฒนธรรมอาหารของชนชั้นกลางเก่าในสังคมเบลีเซหรือการใช้อาหารผนวกกับวัฒนธรรมความดิบเถื่อนของกลุ่มฟังก์เองก็ตาม

เห็นได้ว่าการศึกษาเรื่องอาหารและอัตลักษณ์นั้นสามารถวิเคราะห์ได้หลากหลายรูปแบบ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นในงานศึกษานี้ ผู้เขียนต้องการหยิบยืมแนวคิดบางอย่างจากข้างต้นมาประยุกต์ใช้ในงานศึกษานี้ โดยงานแนวคิดแรกที่น่าสนใจคือแนวคิดของบุนทรินทร์และ Circurel นั้นก็มีความน่าสนใจไม่แพ้กัน โดยในการประยุกต์แนวคิดดังกล่าวเข้ากับงานศึกษานี้ผ่านการมองอาหารที่ถูกปรุงในบริบทเชิงพื้นที่ที่แตกต่างกันและอาหารนำเข้าจากต่างประเทศว่ามีความแตกต่างในด้านอัตลักษณ์หรือไม่? อย่างไร? หรือแม้กระทั่งมุมมองของคนในพื้นที่ (รวมถึงลูกค้าชาวจีนยูนนาน) นั้นสามารถการยอมรับอาหารดังกล่าวที่มีองค์ประกอบทางด้านวัตถุดิบ สูตรการปรุงอาหาร หรือรสชาติโดยชาวจีนยูนนานรุ่นหลังที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มากน้อยเพียงใด เป็นต้น นอกจากการมองความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและอัตลักษณ์แล้ว ผู้เขียนยังต้องการมองถึงเส้นทางเดินของอาหารที่ถูกนำเข้าจากต่างประเทศว่ามีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆรวมถึงการมองความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ต่างๆว่ามีลักษณะอย่างไร

#### 1.4.2 ตลาด: การเมืองเชิงพื้นที่ของกลุ่มชาติพันธุ์อันหลากหลาย

การศึกษาเกี่ยวกับประเด็นเรื่องตลาดนั้นสามารถวิเคราะห์ได้หลากหลายรูปแบบ โดยในแต่ละรูปแบบนั้นมีการมองตลาดในมิติที่ต่างกันที่น่าสนใจ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นในงานศึกษานี้จะมีการนำรูปแบบของการวิเคราะห์เรื่องตลาดซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่ประเด็นคือ

##### 1.4.2.1 การใช้อัตลักษณ์และการช่วงชิงพื้นที่ในตลาด

ในทางสังคมศาสตร์นั้นถือได้ว่าการมองพื้นที่ต่างๆนั้น เราไม่ได้มองมันเป็นเพียงสิ่งที่ว่าเปล่า โดยในแต่ละพื้นที่นั้นก็มักจะแฝงความหมายหรือนัยยะสำคัญของพื้นที่ในแต่ละบริบทอยู่ เช่นในงานของ อภิญา เพื่อฟูสกุลและศิริรักษ์ ศิวรัมย์ (2549) ในเรื่องตลาดไนท์บาซาร์ เชียงใหม่: ตลาดแห่งความหลากหลายทางชาติพันธุ์นั้นได้เผยให้เห็นถึงพื้นที่การค้าในตลาดไนท์บาซาร์ ที่มีการช่วงชิงพื้นที่ในการค้าขายซึ่งเป็นผลพวงจากบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบันและกระบวนการ ทำให้เชียงใหม่กลายเป็นสินค้า ซึ่งทำให้ตลาดไนท์บาซาร์เปรียบเสมือนตลาดของการขายความเป็นเชียงใหม่ ซึ่งบริบทดังกล่าวได้ก่อให้เกิดพื้นที่พิเศษในเชียงใหม่ พื้นที่ซึ่งมีอำนาจทางเศรษฐกิจและตลาดคอยกุมบังเหียนอยู่ ซึ่งเป็นสาเหตุของการแข่งขันการค้าขายอย่างเข้มข้น แต่ในขณะเดียวกันก็มี

การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมไปในตัวผ่านปฏิบัติการต่างๆ ในเรื่องตลาดไนท์บาซาร์นั้น โดยใช้ชนโนทัศน์เรื่องยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ที่จะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ค้าขายที่เป็นปัจเจกบุคคลและโครงสร้างตลาดระบบทุนนิยม ซึ่งเราจะพบว่าในตลาดนั้นมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในการขายสินค้า ดังนั้น การขายสินค้าของพวกเขาจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเปิดพื้นที่ให้ตัวเองสามารถขายสินค้าได้ซึ่งพวกเขาไม่ได้แสดงออกอย่างตรงไปตรงมา แต่แสดงผ่านวิธีการกีดกันคู่แข่งจากส่วนแบ่งตลาดหรือการใช้ความรู้และประสบการณ์ในการผลิตสินค้าชนิดต่างๆ

อภิญาและสิวรัชย์จึงชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบที่หลากหลายในตัวตลาด ซึ่งพื้นที่ในตลาดนั้นมันไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ว่างเปล่า แต่เป็นพื้นที่ของความหมายที่หลากหลายและเป็นพื้นที่ของการต่อสู้ของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่าง กลุ่มชาติพันธุ์และกลุ่มคนไทยและรัฐ นอกจากนี้กลยุทธ์ต่างๆที่เราจะเห็นได้จากงานนี้มีความน่าสนใจหลายอย่างเช่น การใช้เครือข่ายในการต่อรองหรือสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ความสัมพันธ์ที่ต้องมีทั้งพึ่งพิงอาศัยกันและแข่งขันกันอย่างเข้มข้นนั้นเป็นเหมือนสิ่งที่ขัดแย้งกันแต่ก็เกิดขึ้นแล้วในบริบทของตลาดไนท์บาซาร์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่จำเป็นที่จะต้องพึ่งพิงกับระบบสถาบันหรือรัฐแม้แต่น้อย หากแต่เป็นความสัมพันธ์ที่พวกเขาได้สถาปนาขึ้นมาเอง และงานนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์และการนิยามของสินค้าที่หลากหลายตามบริบทของสังคมและมีความแตกต่างกันตามเส้นทางที่สินค้าเดินทางผ่าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้ช่วยสะท้อนถึงคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ และนอกจากนั้นสินค้าเองยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ตอบโต้กับการเอารัดเอาเปรียบของวัฒนธรรมตะวันตกที่ต้องการจะครอบครองและผูกขาดอาณาบริเวณของเศรษฐกิจของตนเอง

จากงานข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานของสุรเดช ลุณิทรานนท์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการเมืองเรื่องพื้นที่ของตลาดชาวเขากับยุทธศาสตร์ในการปรับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์: กรณีศึกษาลานูเชล (มูเซอคำ) บนคอยมูเซอ ตำบลแม่ท้อ อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก ซึ่งเขามองว่าชาวมูเซอสามารถต่อต้านขัดขืนผ่านกลยุทธ์ต่างๆที่พวกเขาใช้ โดยจุดเริ่มต้นของเรื่องนี้เกิดขึ้นจากการแข่งขันในตลาดที่สูงและทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้าชาวไทยพื้นราบและชาวเขา โดยถึงแม้ว่ารัฐจะถูกร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวมากมายเพียงใด แต่รัฐก็ยังเลือกปฏิบัติโดยไม่ให้ความสนใจแก่ชาวเขาที่ไปร้องเรียนแต่จะเลือกปฏิบัติกับชาวไทยพื้นราบมากกว่า ถึงแม้ว่าชาวมูเซอจะเป็นคนกลุ่มแรกๆที่ไปขายของก็ตาม

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าพื้นที่ของตลาดไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ของการจับจ่ายใช้สอยธรรมดา แต่มันยังเป็นพื้นที่ในการต่อสู้ช่วงชิงความหมายของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มคนต่างๆซึ่งมีการแข่งขันในเชิงรูปธรรมและเชิงสัญลักษณ์เพื่อสถาปนาความเป็นจริงและสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในตลาดได้ แต่เราจะเห็นได้ว่ากลุ่มชาวบ้านและกลุ่มชาติพันธุ์นั้นกลับถูกละเลยไปโดยปริยายรวมทั้งถูกวางทรมานชาวเขาที่ประทับตราไว้ว่าเป็นพวกขายยาบ้า เป็นตัวปัญหา ผู้ก่อการร้าย หรือแม้กระทั่ง

การทำไร่เลื่อนลอยอีกด้วย จึงทำให้พวกเขากลายเป็นชายขอบซึ่งเมื่อเป็นแบบนี้แล้ว พวกเขาจึงมีวิธีการตอบโต้ต่อรองกับกลุ่มคนไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งพื้นที่ของตน

ความขัดแย้งในเรื่องการแย่งพื้นที่ของตลาดของพ่อค้าแม่ค้าและการรุกกล้าพื้นที่ออกไป โดยกลุ่มผู้ค้ามุเซอ์นั้นเสียเปรียบตลอด พวกเขาจึงใช้กลยุทธ์ในการขยายพื้นที่การค้าไปยังลานจอดรถ ซึ่งทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าที่อยู่ลานจอดรถมากกว่าสินค้าในตลาด ซึ่งแหกกฎของตลาด ดังนั้น จึงทำให้ผู้ค้าในตลาดไม่พอใจ และนอกจากนั้นยังมีการชักชวนญาติพี่น้องมาขายในพื้นที่เดียวกันอีกด้วย โดยแฝงลอยในตลาดนั้นผู้ค้าจะเอาไว้เป็นที่เก็บสินค้าและคัดของมาขายที่ด้านหน้าตลาด ซึ่งผู้ค้าชาวไทยไม่สามารถทำเช่นนั้นได้เนื่องจากชนิดสินค้าที่แตกต่างกับผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์

นอกจากกลยุทธ์ในข้างต้นของการขยายพื้นที่ทำการค้าแล้ว พวกเขายังใช้อัตลักษณ์การแต่งกายของตนในการต่อรองการขายสินค้าอีกด้วย โดยชาวไทยพื้นที่ราบได้หยิบยืมอัตลักษณ์เหล่านั้นไปใช้เช่นกัน เพื่อให้สินค้าของเขาไปโยงเข้ากับอัตลักษณ์ของชาวเขาหรือแม่กระทั่งชาวไทยพื้นที่ราบอ้างว่าเขามาขายของให้ เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวติดกับภาพของความจริงแท้ดังกล่าว ซึ่งแท้ที่จริงแล้วสินค้านั้นอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับชาวเขาหรือแหล่งที่มาของสินค้านั้นหรืออาจจะไม่ได้มาจากบนดอยก็ตามที่

ในด้านของกลุ่มเครือข่ายนั้น ชาวมุเซอ์ก็มีเครือข่ายเพื่อสามารถช่วยในเรื่องเกี่ยวกับการค้าและเรื่องอื่นๆ เช่น กลุ่มคนที่ขายของชนิดเดียวกัน กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าขายของกิน เครื่องดื่มของที่ระลึก กลุ่มอาศัยความเป็นญาติ ฯลฯ

จากงานข้างต้นนั้นเราจะเห็นกลยุทธ์การต่อรองของกลุ่มที่ค้ำจุนกว่ารวมถึงการมีเครือข่าย ที่คอยสนับสนุนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าขาย หรือการขนส่ง ฯลฯ ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆที่ใช้ในการต่อต้านวาทกรรมของรัฐที่ทำให้เห็นว่าจริงๆแล้วพวกเขาไม่ได้เป็นผู้ทำลายแต่กลับเป็นผู้ที่ช่วยเหลือรัฐไทยผ่านพื้นที่ในทางเศรษฐกิจ โดยจะเห็นได้ว่าทุกคนในตลาดล้วนเป็นผู้มีบทบาทไม่ว่าจะเป็นตัวละครหลักอย่างกลุ่มผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ หรือแม่กระทั่งตัวละครที่อยู่เบื้องหลัง เช่น พ่อค้าของป่า พ่อค้าคนกลาง ฯลฯ ซึ่งทุกคนล้วนมีความสัมพันธ์กันและส่งผลให้ระบบตลาดสามารถเคลื่อนที่ไปได้อย่างไม่สะดุด จะเห็นได้ว่างานทั้งสองที่ได้พูดถึงตลาดนั้น มีความคล้ายกันในเรื่องของการใช้พื้นที่ในการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆขึ้นมา ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนั้นก็มีส่วนคล้ายและส่วนต่างกันไปซึ่งแล้วแต่บริบทของพื้นที่ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นงานทั้งสองก็ได้สะท้อนให้เห็นว่าตลาดที่คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเพียงพื้นที่ของการจับจ่ายใช้สอยสินค้านั้นอาจจะไม่ถูกต้องเสียทั้งหมด หากแต่มันเป็นพื้นที่ซึ่งมีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางสังคมและการสร้างกลยุทธ์เชิงพื้นที่ในรูปแบบต่างๆเพื่อที่จะทำให้ตนเองได้รับผลประโยชน์และสามารถดำรงตนอยู่ได้ในตลาดแห่งนี้โดยไม่มีปัญหา



ความน่าสนใจในประเด็นการเมืองเชิงพื้นที่ในตลาดไนท์บาซาร์อีกประเด็นก็คือ การแข่งขันนายหน้า (Agent) ซึ่งเป็นผู้ที่คอยหาสินค้าที่มีคุณภาพจากตลาดไนท์บาซาร์ออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ (อ้างในอภิญา เพื่อฟูสกุลและสิวรักษ์ สิวารมย์, 2549) เนื่องจากหากใครสามารถเชื่อมความสัมพันธ์กับนายหน้าได้ ผู้ค้ารายนั้นก็ประสบความสำเร็จในการค้าขายสินค้า ซึ่งถ้าหากมีการพินิจพิจารณาถึงรายละเอียดทางการค้าในตลาดไนท์บาซาร์ก็จะพบว่าสินค้าทุกอย่างสามารถลอกเลียนแบบกันได้ ดังนั้น ปัจจัยที่ตัดสินว่าผู้ใดจะสามารถหานายหน้าส่งออกสินค้าได้คือ “ความรู้” ซึ่งความรู้ในที่นี้หมายถึงการที่ผู้ผลิตสินค้ามีความรู้หรือประสบการณ์ที่นำมาปรับใช้หรือต่อยอดสินค้าของตนให้มีความสร้างสรรค์และมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น ดังเช่นตัวอย่างกรณีของบุงที่ผลิตตะกร้าไม้ไผ่สาน ที่ดูแล้วเป็นงานที่เรียบง่าย แต่หาว่าไม่ยากกว่าจะได้ตะกร้าในแต่ละใบนั้น เขาจะต้องมีความรู้ในการลงสี เพราะการลงสีคือการตัดสินใจว่าจะสามารถชนะคู่แข่งหรือแพ้คู่แข่งทางการค้าได้ บุงได้เรียนรู้เทคนิคการลงสีมาจากช่างเฟอร์นิเจอร์หลายแห่งในกรุงเทพฯ ก่อนที่จะมาเปิดกิจการเอง เขาได้เสริมอีกว่าการลงสีของเขานั้นคงทนมาก ปลอดภัยและไม่เปลี่ยน โทน ซึ่งทำให้เขนต์ซื้อสินค้าจากเขาอยู่เป็นประจำ ถึงแม้ว่าสินค้านี้ผู้ค้ารายอื่นจะขายถูกกว่าแต่คุณภาพนั้นสู้ของบุงไม่ได้ นอกเหนือจากการลงสีแล้วสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการใช้ความรู้ในการเลือกวัตถุดิบต่างๆ ที่ประกอบเป็นตัวตะกร้าได้อย่างน่าสนใจ โดยส่วนประกอบของตะกร้านั้น บุงได้คัดสรรมาจากหลายแหล่ง ซึ่งมีวงจรของการเดินทางที่น่าสนใจและยังทำให้เห็นบทบาทของวิถีชีวิตของผู้ผลิตวัตถุดิบเหล่านี้ด้วย ด้วยเหตุนี้การเมืองเชิงพื้นที่ในตลาดไนท์บาซาร์คือการตัดสินใจด้วยการแข่งขันนายหน้าและการใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนในการทำให้สินค้าของตนมีความน่าสนใจกว่าสินค้าลอกเลียนแบบของผู้ค้ารายอื่นนั่นเอง

ในกรณีศึกษาชาวไทยใหญ่ของบุศรินทร์ เลิศชวลิตสกุล (2009) ที่ทำการศึกษาอาหารไทใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ เธอได้มองประเด็นที่น่าสนใจในการใช้ความรู้ทางวัฒนธรรมสร้างกลยุทธ์เชิงพื้นที่ในการแบ่งพื้นที่ส่วนครองตลาด ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือผู้ค้าชาวไทยที่ต้องการเปิดตลาดขายสินค้าให้กับชาวไทยใหญ่ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ค้าชาวไทยไม่มีต้นทุนทางความรู้ด้านวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่แม้แต่เพียงน้อย ด้วยเหตุนี้ การเรียนรู้เรื่องอัตลักษณ์ไทใหญ่จากภรรยา (ไทใหญ่) ทำให้ผู้ค้าชาวไทยสามารถขยายตลาดขายสินค้าไทใหญ่ได้เพิ่มขึ้น นอกจากนั้น ผู้ค้าชาวไทยยังมีการรักษาลูกค้าไว้ผ่านการใช้ความไว้วางใจ (Trust) ในการขายสินค้า กล่าวคือผู้ซื้อชาวไทยใหญ่สามารถซื้อสินค้าที่ผู้ค้าชาวไทยได้โดยจ่ายเงินที่หลัง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ซื้อต้องมีความน่าเชื่อถือพอสมควร ยังเป็นคนที่คุ้นเคยกันมากเท่าไร ราคาที่สามารถจ่ายค่าสินค้าในภายหลังยิ่งสูงขึ้นตามด้วย เป็นต้น ดังนั้น ในงานศึกษาของอภิญา และสิวรักษ์ และงานศึกษาของบุศรินทร์มีความน่าสนใจในการสร้างกลยุทธ์เชิงพื้นที่ที่มีการใช้วิธีที่คล้ายคลึงกันนั่นก็คือการใช้ความรู้ แต่ความรู้ที่ใช้ในการแข่งขันพื้นที่ตลาดนั้นอาจจะแตกต่างกันไปในแต่ละบริบท ความรู้ของผู้ค้าตลาดไนท์บาซาร์อาจจะมีรูปแบบที่ประยุกต์ใช้กับตัวสินค้า แต่ความรู้

ของชาวไทใหญ่มักจะใช้ประยุกต์เข้ากับทั้งสินค้าและผู้ซื้อและยังมีการรักษาส่วนครองตลาดในการให้ความไว้วางใจกับผู้ซื้อนั่นเอง

ในงานตลาดมุเซอนั้นกลยุทธ์เชิงพื้นที่ค่อนข้างจะมีความคล้ายและแตกต่างกับตลาดไนท์บาซาร์และตลาดของชาวไทใหญ่ในบางประเด็น ในประเด็นของการใช้กลยุทธ์เชิงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ค่อนข้างตรงไปตรงมาในการขายสินค้าและกีดกันคู่แข่งทางการค้า รวมถึงการต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่เขตป่าสงวนระหว่างชาวบ้านกับรัฐ ยกตัวอย่างเช่นหากผู้ค้าที่ใช้อัตลักษณ์ของชนเผ่า (การแต่งกายเลียนแบบชนเผ่า) ในการขายสินค้าจำพวกพืชผักก็จะสามารถทำให้สินค้าชนิดนั้นขายออกได้ง่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะคิดว่ากลุ่มชนเผ่าเหล่านั้นเป็นกลุ่มที่ไร้เดียงสาในเรื่องการต่อรองราคา รวมทั้งพืชผักที่ปลูกต้องไร้สารพิษ แต่ความจริงกลับไม่เป็นเช่นนั้นเพราะสินค้าพืชผักดังกล่าวได้นำเข้ามาจากต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ หรือกระทั่งการขายอาหารในตลาดนั้นหากผู้ขายแต่งกายเลียนแบบอัตลักษณ์ของกลุ่มชนเผ่าก็จะไม่สามารถขายอาหารได้ เนื่องจากอคติทางชาติพันธุ์ที่มองว่ากลุ่มชนเผ่าเป็นพวกสกปรก แต่ถ้าหากแต่งกายแบบคนไทยพื้นที่ราบก็จะขายได้ตามปกติ ถึงแม้จะเป็นกลุ่มชนเผ่าที่แต่งกายเลียนแบบคนไทยพื้นที่ราบก็ยังขายได้อยู่ดี และในส่วนประเด็นกลยุทธ์อีกอย่างที่ต้องใช้ความรู้คือการหาของป่า โดยคนหาของป่าในตลาดมุเซอนั้นหาได้ค่อนข้างยากเพราะต้องใช้ความรู้ที่สั่งสมมาจากรุ่นต่อรุ่น ดังนั้น คนหาของป่าจึงเป็นที่ต้องการในตลาดอย่างมาก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็มีคนเลียนแบบของป่าโดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ทั่วไป เช่น การทำไก่ป่าหรือหมูป่าเลียนแบบของแท้ โดยผู้ขายมักจะเอาไปเผาไฟให้ดูเป็นสัตว์และเอาเลือดไก่มาทาตัวสัตว์ให้มีลักษณะแบบของป่าจริงๆ ซึ่งถ้าคนไม่มีความรู้เกี่ยวกับของป่าก็จะซื้อ แต่ถ้าหากคนที่มีความรู้ก็มักจะไมซื้อ เป็นต้น อีกประการหนึ่งคือการหาของป่าของชาวบ้านนั้นเป็นการทำทนายอำนาจรัฐ เนื่องจากเขตที่ชาวบ้านไปหาของป่าเป็นป่าเขตสงวนซึ่งพวกเขาจำเป็นต้องมีการช่วงชิงพื้นที่ดังกล่าวระหว่างรัฐที่มีการกวาดขันอย่างเข้มงวด ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ของป่าเป็นของที่ยิ่งหายากกว่าเดิม ชาวบ้านจึงต้องคอยช่วงชิงพื้นที่หาของป่าโดยต้องหาวิธีเข้าป่าให้ได้ในขณะที่รัฐพยายามสกัดกั้นการเข้าไปในพื้นที่ป่าของพวกเขาเช่นกัน

การใช้อัตลักษณ์ในการช่วงชิงพื้นที่ของตลาดที่นำเสนออีกรูปแบบหนึ่งสามารถเห็นได้จากงานศึกษาของไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2554) ที่วิเคราะห์ประเด็นเรื่องอาชญาไนท์บาซาร์กับความเป็นชาติพันธุ์ผ่านการใช้ร่างกายและอัตลักษณ์ของพวกเขาเอง โดยจุดเริ่มต้นที่ชาวอาชญาลงมาขายของในเชียงใหม่หรือตลาดไนท์บาซาร์นั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมบนคอกซึ่งมีผลมาจากรัฐและนายทุน และประเด็นที่สำคัญในบทความนี้คือชาวอาชญาใช้ความเป็นชายขอบของตนเองให้เป็นประโยชน์ทางการค้าซึ่งแสดงให้เห็นว่าพวกเขาก็สามารถปรับตัวได้ในท่ามกลางสังคมโลกยุคโลกาภิวัตน์ โดยการเลือกใช้ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมมาประยุกต์ให้เข้ากับความต้องการของระบบทุนนิยมในพื้นที่และห้วงเวลานั้นๆ โดยที่อัตลักษณ์ของพวกเขาเหล่านั้นยังมีความยืดหยุ่นเลื่อนไหลไปมาได้อีกด้วย

อัตลักษณ์ความเป็นอาข่านั้นสามารถหิบบิ๊มฉวยใช้ให้เป็นประโยชน์ทางการค้าได้ ซึ่งนอกจากการใช้อัตลักษณ์บางประการ เช่น ภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคนในกลุ่มตลาดไนท์บาซาร์แล้ว พวกเขายังใช้ภาษาติดต่อกับกลุ่มอาข่าที่อยู่นอกตลาด เช่น อาข่าที่อาศัยอยู่ในฝั่งพม่า โดยจุดประสงค์ของการติดต่อเครือข่ายอาข่าในพม่านั้นคือการนำสินค้าจากพม่าเข้ามาขายยังไนท์บาซาร์ ซึ่งจุดนี้แสดงให้เห็นว่าภาษาหรืออัตลักษณ์ของความเป็นอาข่านั้นสามารถสร้างเครือข่ายทางการค้าที่อยู่ในกลุ่มจนไปถึงเครือข่ายที่ข้ามพรมแดนได้เช่นกัน

กลยุทธ์ของการค้าของอาข่าอีกประเภทหนึ่งที่มีคนนิยมใช้กันคือ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บนร่างกายของตนเอง ซึ่งสามารถใช้ต่อรองทางการค้าหรือแม้กระทั่งสร้างจุดเด่นให้กับตนเองในการขายสินค้า เช่น การแต่งตัวแบบอาข่าจะทำให้คนซื้อมองว่าพวกเขาเป็นอาข่าแบบจริงแท้ หรือแม้กระทั่งว่ามีชาวต่างชาติเข้ามาเกี่ยวพาราฮีเธอ ซึ่งเธอก็ใช้ระดับความสัมพันธ์ที่เหนือกว่าในการขายสินค้าโดยที่ลูกค้าของเธอไม่มีการต่อรองราคาสินค้าแม้แต่น้อย นอกจากนี้ไฟโรจน์ยังมองการตีความของชาวอาข่าต่อพื้นที่ตลาดไนท์บาซาร์ ซึ่งนอกจากจะเป็นสถานที่ทำกินของพวกเขาแล้ว ตลาดแห่งนี้ยังปลอดภัยจากพื้นที่ทางศาสนาของตน ซึ่งดูเหมือนว่าพื้นที่นี้จะทำให้พวกเขาสามารถหลีกเลี่ยงความเป็นอาข่าได้ค่อนข้างมาก แต่ความจริงนั้นพวกเขาไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ทั้งหมดเนื่องจากอัตลักษณ์บางอย่างของพวกเขายังคงใช้เป็นเครื่องมือต่อรองทางการค้า ดังนั้นพื้นที่ตลาดไนท์บาซาร์จึงมีลักษณะที่กำกวมอยู่มากทั้งตัวสินค้าและตัวผู้ขาย

ในการทำกิจกรรมทางการค้าของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆในตลาดไนท์บาซาร์นั้น ผู้ค้าทุกคนไม่มีสิทธิที่จะผูกขาดการขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เนื่องจากไนท์บาซาร์เป็นพื้นที่ของการลอกเลียนแบบสินค้าต่างๆ จากประเด็นนี้จึงทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ตลาดไนท์บาซาร์นั้นมักจะสามารถถูกหิบบิ๊มระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ได้ตลอดเวลา จะมีก็แค่ความแปลกตาเพียงเท่านั้น โดยการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมนั้น เมื่อมองผ่านตัวสินค้าก็จะพบว่าบางครั้งชาวอาข่าก็ผลิตสินค้าที่กลุ่มชาติพันธุ์อื่นผลิต (เช่น ม้ง) เนื่องจากสินค้าดังกล่าวทำรายได้ดี โดยบางครั้งก็มีการผสมผสานกันของวัฒนธรรมทั้งอาข่าและม้งผ่านวัตถุคิบบิ๊มของทั้งสองกลุ่มชาติพันธุ์บนสินค้าตัวเดียวกัน เป็นต้น

#### 1.4.2.2 การวิเคราะห์ในประเด็นรัฐชาติและความสัมพันธ์รูปแบบต่างๆในตลาด

ในหัวข้อนี้จะมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นรัฐชาติและประเด็นต่างๆที่สอดคล้องกับความสัมพันธ์ของผู้คนในตลาด อาทิเช่น ความเป็นคนนอก – คนในในตลาด หรือความเป็นรัฐชาติและความสัมพันธ์ของผู้คนในตลาดที่ทับซ้อนกันหลายชุด ซึ่งจะขอแบ่งเป็นหัวข้อในการวิเคราะห์ย่อยดังนี้

#### 1.4.2.2.1 ความเป็นคนนอก – คนในตลาด

ในหลายวัฒนธรรมนั้น ผู้หญิงได้รับบทบาทเป็นผู้ขายตลาด เพื่อนำไปประกอบอาหารเลี้ยงครอบครัว ในเวียดนามก็เช่นกันที่มองว่าตลาดนั้นเป็นพื้นที่ของผู้หญิง โดยในงานศึกษาของฉัตรฯ ขมะวรรณ มุกดาวิจิตร (อ้างในสมรภัทร์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549:9-10) เรื่องรหัสทางวัฒนธรรมของการจับจ่าย: เล่าเรื่องการค้าขาย ชีวิตผู้หญิงและสังคมในตลาดแบ็กควา-ฮานอย ได้สะท้อนให้เห็นถึงตลาดสดในฐานะที่เป็นพื้นที่สมรภูมิของผู้หญิง ทั้งแม่ค้าและลูกค้าล้วนมีจุดประสงค์เดียวกันคือการหาเลี้ยงครอบครัว เนื่องด้วยระบบตลาดนั้น ราคาของสินค้ามักจะเลื่อนไหลไปตามปัจจัยทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างก็ต้องประเมินข้อมูลของอีกฝ่าย ใช้กลยุทธ์ต่างๆเพื่อต่อรองให้ตนเองได้ราคาที่พอใจ

ในฐานะแม่บ้านต่างชาติผู้คุ้นเคยกับระบบราคาตายตัว ฉัตรฯ ได้ร่วมในพื้นที่แห่งนี้ ได้เรียนรู้และค่อยๆทำความเข้าใจกับรหัสทางวัฒนธรรมที่อยู่เบื้องหลังของกิจกรรมการซื้อขายในตลาดและการต่อรองราคา คุณค่าทางวัฒนธรรมที่กำหนดสถานะทางสังคมของผู้ที่มีอาชีพค้าขายและความสัมพันธ์ของคนในตลาด และ โยงเข้าสู่ประเด็นถกเถียงทางทฤษฎีระหว่างนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลักที่มองว่าราคาถูกกำหนดจากความแปรผันของอุปสงค์และอุปทานเกิดจากความคิดคำนวณอย่างเป็นเหตุเป็นผล กับแนวคิดทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจที่เห็นว่าคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นมีอิทธิพลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ฉัตรฯ ได้ใช้แนวคิดระบบบารซาห์เข้ามาวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขายในการต่อรองราคาและสะท้อนถึงการครอบงำเชิงวัฒนธรรมที่มีอำนาจในการกำหนด “ความเป็นอื่น” ในวาทกรรมทางการค้า ไม่ว่าจะเป็นคนอื่น ชาติพันธุ์อื่น หรือสินค้า “เรา - เขา” ที่บอกความเป็นอื่นของแหล่งที่มา ซึ่งล้วนแต่มีผลในการกำหนดราคาทั้งสิ้น

นอกจากนั้นในงานศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นถึงกลไกทางเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมของเวียดนามที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบการค้าแบบเสรี ภาพความอิทธิพลเหลือของผู้ขายต่ออาชีพค้าขายและการทำธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าในสังคมขนาดเล็กยังคงมี “ตั้งกาม” หรือความเอื้ออาทรต่อกัน ในขณะที่ผู้ค้าส่วนหนึ่งพร้อมเปิดรับระบบตลาดเสรีและทำธุรกิจแบบมีอาชีพที่เน้นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์เท่านั้น ไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบร่วมมือและเอื้ออาทรต่อกันซึ่งทำให้เห็นการซ้อนทับกันของค่านิยมสังคมนิยมและทุนนิยมได้อย่างน่าสนใจ

ชาวเวียดนามมีความภาคภูมิใจและยึดมั่นในแบบแผนในวิถีชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการซื้อวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารนั้นจะต้องเป็นไปตามแบบฉบับของชาวเวียดนามเพียงอย่างเดียว อาทิเช่น เมื่อซื้อเนื้อวัวก็จะต้องมีกระเทียมแถมมาให้เสมอประกอบกับแม่ค้าจะถามว่าจะเอาเนื้อไปทำอาหารเมนูใดเพื่อที่แม่ค้าจะได้เนื้อหรือทุบเนื้อให้เหมาะสมกับเมนูนั้นๆ หรือการซื้อเนื้อปลาจะต้องมีใบผักชีลาวพ่วงด้วย หรือเมื่อซื้อมะเขือม่วงเพื่อทำแกงเขียวหวาน แม่ค้าก็จะถามว่า

ทำไมไม่เอาใบโพธิ์ไปคั่วพร้อมกับอบธูปวิธีการปรุงอาหารตามตำรับเวียดนามให้ผู้ซื้อแม้กระทั่งการปรุงอาหารที่ผิดแปลกไปจากวัฒนธรรมของตนนั้นก็ทำให้ถูกปฏิเสธได้อย่างง่ายดาย จึงเห็นได้ว่าตลาดแห่งนี้มองจากจะมีการซื้อขายสินค้าตามวิถีชีวิตประจำวันของชาวเวียดนามแล้ว ตลาดแห่งนี้ยังถือเป็นสถานที่ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมการกินหรือการบริโภคอีกรูปแบบหนึ่งด้วย

ความน่าสนใจอีกประการหนึ่งของงานศึกษาชิ้นนี้คือการตั้งราคาของสินค้าในตลาดที่มีความเคลื่อนไหวไปมาได้ กล่าวคือในตลาดระบบการค้าเสรีที่มีพัฒนาการมากพอสมควรนั้นจะมีการตั้งราคาที่ตายตัวและสามารถคาดเดาล่วงหน้าได้ มีธรรมเนียมปฏิบัติพื้นฐานในการซื้อขายสินค้าที่เป็นมาตรฐาน ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีการต่อรองราคาของสินค้า ซึ่งต่างจากตลาดในระบบบazaar ที่การราคาของสินค้านั้นสามารถต่อรองกันได้และมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ดังนั้น การซื้อสินค้าในระบบบazaar นั้นผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีชุดความรู้ของตนเพื่อใช้ประกอบการต่อรองราคาของสินค้าเพื่อผลประโยชน์ของแต่ละฝ่ายกล่าวอีกนัยหนึ่งคือผู้ค้าจะต้องขายสินค้าให้ได้แพงที่สุดในขณะเดียวกันผู้ขายจำเป็นต้องซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคากลางที่รัฐได้กำหนดไว้จนกระทั่งทั้งสองฝ่ายสามารถตกลงราคาสินค้าในจุดที่ตนเองพอใจผ่านแง่มุมทางวัฒนธรรม

รหัสทางวัฒนธรรมในตลาดแห่งนี้ถือเป็นหัวใจหลักของงานศึกษาครั้งนี้ก็ว่าได้ เมื่อฉันตราได้เข้าไปยังตลาดในช่วงแรกนั้น ความแปลกแยกได้บังเกิดกับผู้เขียนผ่านการประเมินจากอัตลักษณ์ต่างๆ ของเธอเอง อาทิเช่น การแต่งกาย ทรงผม ภาษา หรือกระทั่งพาหนะที่เธอได้นำไปจ่ายตลาดที่แตกต่างจากชาวเวียดนามในรุ่นราวคราวเดียวกันกับเธอ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีรหัสทางวัฒนธรรมคอยกำกับอยู่และแน่นอนว่าความแปลกแยกเหล่านี้ทำให้ราคาในการซื้อสินค้าของเธอนั้นสูงกว่าราคาปกติที่คนเวียดนามท้องถิ่นจ่ายตลาด แต่ความน่าสนใจไม่ได้หยุดอยู่เพียงเท่านั้นเพราะการต่อรองราคาถือเป็นประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งในการที่จะทำให้เกิดการยอมรับว่าเป็น “คนใน” จากเหตุการณ์ที่ผู้เขียนได้ต่อรองราคาสินค้ากับแม่ค้าด้วยสำเร็จจึงถือได้ว่าผู้เขียนได้ถูกยอมรับจากแม่ค้าในระดับหนึ่งแล้ว แต่หากว่าผู้ซื้อคนอื่นที่ไม่รู้ราคาของสินค้าและได้ซื้อสินค้าในราคาที่แม่ค้าได้กำหนดไว้แต่แรกโดยไม่มีการต่อรอง ในครั้งต่อไปที่ผู้ซื้อรายเดิมมาซื้อสินค้ากับแม่ค้าเจ้าเก่าก็จะถูกแม่ค้าตั้งราคาเดิมไว้ในใจ ซึ่งราคาที่แม่ค้าได้กำหนดไว้ก็จะมีผลแตกต่างกันในตัวผู้ซื้อแต่ละคนที่มีการต่อรองราคาสินค้าหรือไม่มีการต่อรองใดๆ หรือแม้กระทั่ง “คนนอก” ก็ตาม (อังกษิณี ในสมรภัย ชัยสิงห์กานานนท์, 2549)

#### 1.4.2.3 ความเป็นรัฐชาติและความสัมพันธ์ของผู้คนในตลาดที่ทับซ้อนกันหลายชุด

การหนีเข้ามาของผู้ลี้ภัยนั้นก็สามารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นได้เช่นกัน ในงานศึกษาของ Jennifer Hyndman (2000) ในการศึกษาเรื่องของการเคลื่อนที่ของผู้ลี้ภัยชาวโซมาเลีย (Somalia) ซึ่งเข้ามาอาศัยในอาณาบริเวณของประเทศเคนยา (Kenya) โดยการลี้ภัยของชาวโซมาเลียเหล่านั้นเหตุผลหลักๆ ก็คงจะหนีไม่พ้นเรื่องภัยทางการเมือง เพราะในประเทศโซมาเลียนั้นมีการ

ต่อสู้เพื่อแย่งชิงอำนาจในการปกครองพื้นที่ที่อยู่ตลอดเวลา จึงทำให้พวกเขาได้อพยพเข้ามายังประเทศเคนย่าซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนเชื่อมต่อกัน จากการต่อสู้นี้เป็นผลทำให้เกิดอุปสรรคในการส่งผู้ลี้ภัยกลับประเทศ ผลจากการลี้ภัยเข้ามายังเคนย่า ทำให้ผู้ลี้ภัยไม่อยากจะกลับไปยังประเทศเดิมของตน ซึ่งนอกจากเหตุผลทางการเมืองที่ไม่มั่นคงแล้วก็ยังมีเหตุผลทางเศรษฐกิจเป็นตัวดึงดูดให้พวกเขาอยู่ในเคนย่าต่อไปด้วย ดังนั้น จึงมีผู้ลี้ภัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยจำนวนของผู้ลี้ภัยที่มีจำนวนมากกว่ารวมถึงมุมมองของรัฐต่อกลุ่มคนเหล่านี้ที่มองว่าพวกเขาเหล่านี้ไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ภายใต้กฎหมายปกติของรัฐ ด้วยเหตุนี้ พวกเขาจึงเป็นพวกก่อความรุนแรงในรัฐของตนทำให้รัฐต้องเนรเทศพวกเขาออกมา ด้วยเหตุนี้รัฐบาลเคนย่าต้องมีการควบคุมผู้ลี้ภัยเหล่านี้ให้อยู่แต่ในค่าย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ลี้ภัยบางส่วนก็มีการเคลื่อนที่เข้ามาอยู่ในตัวเมืองเคนย่าทั้งโดยถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย

อย่างไรก็ตามพวกเขายังช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นของเคนย่าอีกด้วย โดยงานศึกษานี้ได้ยกตัวอย่างของชาวโซมาเลียที่มักจะขายสินค้าตัดราคากลุ่มผู้ค้าชาวเคนย่า โดยพวกเขาใช้วิธีการหลบเลี่ยงภาษีของสินค้าซึ่งทำให้สินค้าหนีภาษีมีราคาถูกลงครั้งหนึ่งที่ย้ายในราคาปกติในท้องตลาด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คนพื้นเมืองเคนย่านั้นเข้ามาจับจ่ายใช้สอยกันอย่างล้นหลาม โดยการที่ชาวโซมาเลียสามารถทำเช่นนั้นได้พวกเขาจะต้องมีเอกสารระบุสัญชาติโดยผู้ลี้ภัยได้ซื้อจากชาวเคนย่าด้วยเหตุผลที่ว่าพวกเขาจะสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของรัฐได้อย่างถูกกฎหมาย แต่ในขณะที่เดียวกันการซื้อเอกสารระบุสัญชาติดังกล่าวก็ถือเป็นเครื่องมือแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเช่นกัน เช่นการมีใบดังกล่าวจะช่วยให้พวกเขามีสถานะที่ถูกกฎหมายและลดการเพ่งเล็งของเจ้าหน้าที่รัฐ ทำให้การค้าขายของพวกเขาเป็นไปได้โดยไม่ยากเย็นนัก ซึ่งภายหลังก็ทำให้ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นเจริญเติบโตขึ้นมาก จากปรากฏการณ์ดังกล่าวก็ได้สร้างความไม่พอใจให้กับผู้ค้ารายอื่นๆ ซึ่งภายหลังจึงได้เกิดเหตุการณ์วางเพลิงต่อกลุ่มผู้ขายสินค้าตัดราคา ชาวโซมาเลียซึ่งพวกเขาเรียกการวางเพลิงนี้ว่าการทำให้สะอาดหรือการชำระล้างพวกโซมาเลียที่เข้ามาแทรกแซงผลประโยชน์ของพวกเขา ในจุดนี้เองจึงทำให้มองเห็นว่าพื้นที่การค้าขายดังกล่าว คือพื้นที่ที่มีการความขัดแย้งและร่วมมือกันระหว่างชาวเคนย่าและชาวโซมาเลีย

นอกจากการมองตลาดในฐานะพื้นที่ของการแข่งขัน ต่อสู้ต่อรองหรือพื้นที่ขายขอบแล้ว ตลาดยังมีอีกมุมหนึ่งซึ่งถือเป็นพื้นที่ของการพักผ่อนหรือพบปะสังสรรค์ระหว่างกลุ่มผู้ค้าและผู้ขายอีกด้วย โดยมีคาอิล บัคดิน (อ้างในสมรภักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 ; Hutson 2000) เสนอว่าตลาดเป็นสถานที่อภิสิทธิ์ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการด้านอำนาจ ตลาดยังเป็นพื้นที่ของการเผชิญหน้ากับแรงกดดันสองด้านด้วยกัน ซึ่งก็คือเรื่องของระบบชนชั้นและโครงสร้างทางสังคมและอีกด้านหนึ่งคือการจัดระเบียบของรัฐ ดังนั้นตลาดจึงเป็นพื้นที่กลางที่อำนาจทางการเมืองส่งผ่านค่านิยมของรัฐไปยังประชาชน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการจัดระเบียบพื้นที่ จัดระเบียบการวางสินค้า ตรวจสอบคุณภาพสินค้า กำหนดราคา และเก็บภาษี แต่ในขณะที่เดียวกัน ตลาดก็เปิดพื้นที่การต่อรองและต่อต้านอำนาจที่

เหนือกว่า ผ่านการซบซิบนินทา การแลกเปลี่ยนข่าวสารและการแสดงออกอย่างอิสระของผู้คนที่มาตลาด เพื่อหลบเลี่ยงความเป็นจริงของชีวิตที่ถูกจัดระเบียบไว้ และนอกจากนั้นบัคตินยังเสนอว่าในช่วงเวลาที่มีตลาดนัดนั้นจะเกิดคุณลักษณะของความไร้ระเบียบหรือเรียกว่าปรากฏการณ์ชายขอบ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานะของพื้นที่ จากสถานที่ราชการซึ่งหวงห้ามและมีกฎควบคุมอย่างชัดเจนให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะเปิดให้คนเข้ามาได้ และความจืดจางกล่าวทำให้พื้นที่ดังกล่าวแปรสภาพเป็นพื้นที่พักผ่อนและการบริโภค รวมถึงเป็นช่วงเวลาที่เปิดโอกาสให้คนในหน่วยงานได้หลีกหนีความจำเจของตารางงานประจำวันมาโลกเล่นในการจับจ่ายตามอารมณ์ในพื้นที่ของตลาดแห่งนี้ ซึ่งเป็นมุมมองที่น่าสนใจเพราะคนเหล่านี้มาจับจ่ายด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างจากแม่บ้านที่ไปจ่ายกับข้าวในตลาดสด

หรือในงานของ Alfred Gell (อ้างในสมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 ; Gell 1982) ที่ศึกษาตลาด Dhorai เขต Bastar รัฐมัธยประเทศ ของอินเดีย โดยเขาพบว่าวันที่ไม่มีตลาด พื้นที่ในแถบนั้นแทบจะไม่มีอะไรเลย แต่ในวันศุกร์ที่มีตลาดจะต่างไปอย่างสิ้นเชิง มีรถบรรทุกมาจอดทำให้รถติด ชาวสิกข์มาจากทางเหนือ ชนเผ่าต่างๆเดินมาจากทุกทิศเพื่อนำของป่า ของที่ปลูกจากไร่ นา และของที่ผลิตเองมาขาย มีคนขายผักชาวฮินดู ช่างฝีมือ ช่างตีเหล็ก ฯลฯ รวมไปถึงการมีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาโลกทั้งโลกและเทพเจ้ามารวมกันในตลาด

คนต่างพากันแต่งตัวดูดีที่สุดเหมือนว่าตลาดเป็นงานพิธีอย่างหนึ่ง ไม่ใช่แค่พื้นที่ของการค้าขายเท่านั้น ตลาดแห่งนี้ยังถือว่าเป็นพื้นที่ของการผูกมัดคนเหล่านั้นเข้าด้วยกัน และเป็นการสังคมนั้น จนไปถึงเป็นสถานที่ที่จัดงานพิธีต่างๆหรือการแสดงมหรสพ เป็นพื้นที่ของการหาคู่ ฯลฯ

ในงานศึกษาของออมลิน บุญเลิศ (2551) ในเรื่องการต่อรองและปรับตัวของคนพลัดถิ่น : กรณีศึกษาชาวไทยใหญ่พลัดถิ่น ในเมืองเชียงใหม่ ทำให้เราได้เห็นมิติต่างๆของชาวไทยใหญ่ ตั้งแต่การโดนครอบงำโดยวาทกรรมของรัฐในการมองว่าพวกเขาคือแรงงานต่างด้าว ซึ่งคำดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นมาตามธรรมชาติโดยปกติธรรมดา แต่เกิดจากการสร้างวาทกรรมอันเป็นการต่อรองระหว่างรัฐและทุนผ่านวาทกรรมสองชุดคือวาทกรรมเรื่องแรงงานต่างด้าวและความมั่นคงของชาติ ซึ่งเป็นการปฏิบัติการผ่านสื่อเพื่อสถาปนาความสัมพันธ์เชิงอำนาจและความชอบธรรมให้แก่รัฐ จนกระทั่งไปถึงการต่อสู้กับวาทกรรมดังกล่าวผ่านการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ๆรวมถึงการใช้พื้นที่ในการแสดงตัวตนอีกด้วย

ชาวไทยใหญ่ที่อพยพเข้ามาอยู่ในเมืองไทยนั้นไม่ได้มาเพราะแรงจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่พวกเขาถูกทำให้พลัดถิ่นมากกว่าที่จะเป็นการอพยพย้ายถิ่นจากรัฐบาลพม่าที่ใช้กำลังปราบกลุ่มไทใหญ่ ดังนั้นการเข้ามาในเมืองไทยของพวกเขา จึงถูกตราว่าเป็นแรงงานต่างด้าว ที่สร้างปัญหากระทบต่อหลายๆส่วนจากวาทกรรมและอคติทางชาติพันธุ์มาถ่วงคนพวกนี้ไว้ และยังถูกสร้างภาพแทนความจริงผ่านปฏิบัติการทางภาษา เพื่อตอกย้ำชุดวาทกรรมที่เบียดขับคนกลุ่มดังกล่าวให้มีความเป็นอื่น รวมทั้งการ

ใช้บัตรสีต่างๆ มาควบคุมแรงงานพวกนี้ และถึงแม้ว่าชาวไทใหญ่จะได้ใบอนุญาตในการทำงาน พวกเขาก็ยังถูกจัดว่าเป็นแรงงานไร้ฝีมืออยู่ดี

แต่คนไทใหญ่เหล่านี้ก็เชื่อว่าจะถูกครอบงำแต่เพียงอย่างเดียว โดยพวกเขาพยายามต่อรองกับสิ่งที่กดทับเขาไว้อยู่ อย่างเช่นการที่ชาวไทใหญ่มีบัตรสีนั้นก็ทำให้เขาสามารถแสดงตนว่าเป็นแรงงานข้ามชาติที่ถูกกฎหมาย และนอกจากการนิยามดังกล่าวแล้วพวกเขายังสามารถนิยามตนเองผ่านพื้นที่ทางศาสนา วัฒนธรรม และชุมชนพลัดถิ่นได้ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวทำให้พวกเขาสามารถนิยามตัวตนในฐานะที่เป็นคนไทใหญ่ที่มีนัยยะสำคัญคือความมีตัวตนและมีอำนาจในการกำหนดชีวิตของตัวเอง และวัดก็เป็นพื้นที่ในการแสดงตัวตนของชาวไทใหญ่อีกเช่นกัน โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์กับคนกลุ่มเดียวกัน ซึ่งทำให้คนรู้สึกปลอดภัยจากสายตาของคนเชียงใหม่ที่จับจ้องเขาอยู่ โดยวัดนี้ชื่อว่าวัดหัวแจ้งซึ่งถูกนิยามผ่านประวัติศาสตร์ความทรงจำเกี่ยวกับชุมชนไทใหญ่ร่วมกับสังคมเชียงใหม่ โดยความสัมพันธ์ระหว่างชาวไทใหญ่นั้นจะเป็นลักษณะความสัมพันธ์แบบเครือญาติซึ่งจะมีการพึ่งพากันด้านการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและพื้นที่ทางสังคม แต่ในขณะเดียวกันก็มีการแสวงหาประโยชน์จากความสัมพันธ์แบบนี้ในการทำงานด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงไม่ได้แค่พึ่งพากันอย่างเดียวแต่ก็มักจะมีความขัดแย้งบางอย่างแฝงอยู่

ประเด็นที่น่าสนใจอีกอย่างคือ การที่พวกเขาสร้างตัวเองให้กลายเป็นสินค้า เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นประเด็นดังกล่าวจึงถูกสนับสนุนและประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นการพยายามผสมผสานความสัมพันธ์กับสังคมเชียงใหม่ และประเด็นสุดท้ายของการแสดงตัวตนของชาวไทใหญ่ในการต่อต้านวาทกรรมของรัฐที่มองว่าชาวไทใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ คือความเป็นแรงงานที่ดีและถูกกฎหมาย เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์ในที่ทำงานอีกด้วย

ดังนั้น “ตลาด” ในความหมายของออมลิน ที่นอกจากจะเป็นพื้นที่ของการต่อรองกับวาทกรรมของรัฐไทยแล้ว ตลาดยังเป็นพื้นที่ของการสร้างสรรค์สินค้าบนพรมแดนทางอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลายรวมถึงในตลาดยังมีการใช้กลยุทธ์เชิงพื้นที่ของผู้ค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของตน

#### 1.4.2.4 การวิเคราะห์พื้นที่ของตลาดและกลุ่มลูกค้า

ในงานของอริตา(อ้างในสมรภัทร์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549) ที่ศึกษาตลาดนัดมหาวิทยาลัยมหิดล โดยเธอได้ใช้แนวคิดเรื่อง “พื้นที่” ในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในตลาดนัดในมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่มีการเข้ามาของตลาดนัด จึงทำให้ความรู้สึกของชาวบ้านหรือผู้คนในมหิดลนั้นเปลี่ยนไป โดยมีความรู้สึกว่ามีมหาวิทยาลัยมหิดลเป็นพื้นที่ที่ใกล้ชิดประชาชนมากขึ้น เพราะปกติชาวบ้านมักจะมองว่า มหาวิทยาลัยมหิดลนั้นเป็นพื้นที่ของสถาบันอันสูงส่งและ



นำข่าเกรง ดังนั้น ตลาดจึงเป็นตัวเปลี่ยนสถานะจากพื้นที่อันศักดิ์สิทธิ์หรือพื้นที่หวงห้ามและมีกฎระเบียบต่างๆควบคุมอย่างเคร่งครัดให้กลายเป็นพื้นที่ที่เกิดความวุ่นวายจากกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่คือ ผู้ที่เข้ามาจับจ่ายในตลาดแห่งนี้ปกติจะต้องแต่งตัวด้วยชุดที่สุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับสถานที่ แต่เมื่อมีตลาดนัดขึ้นมาแล้วผู้ซื้อ ก็จะแต่งตัวด้วยชุดที่สบายๆ เช่น ชุดนอน รองเท้าแตะ กางเกงขายาว เสื้อผ้าล้าลอง ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะปรากฏการณ์ชายขอบ ซึ่งเป็นสถานะที่ตรงกันข้ามกับสถานะปกติ การควบคุมทางสังคมนั้นก็ จะชะงักลง กฎระเบียบบางอย่างก็จะหายไป

ถึงแม้ว่าจะมีการผ่อนคลายกฎระเบียบบางอย่างลงไปแล้วก็ตาม ก็ยังพบว่าในตลาดแห่งนี้ยังมีการควบคุมพื้นที่ผ่านการจัดระเบียบการใช้พื้นที่ เพื่อควบคุมความสับสนวุ่นวายในตลาด หรือแม้กระทั่งการจัดระเบียบพ่อค้าแม่ค้าที่จะต้องมีการลงทะเบียนและทำบัตรประจำตัวของผู้ค้า โดยผู้ค้าจะต้องนำบัตรมาแสดงตนด้วยทุกครั้งเมื่อพวกเขาได้มีการตั้งแผง

นอกจากตลาดนัดมหิดลที่ถือว่าเป็นพื้นที่ของการควบคุมชายขอบแล้วก็ยังถือเป็นพื้นที่ของการพักผ่อนอีกด้วย โดยตลาดนัดมหิดลนั้นถือว่าเป็นพื้นที่ของการบริโภค ซึ่งการบริโภคดังกล่าวอาจจะไม่ได้เป็นการบริโภคที่ตัวสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ผู้ซื้อนิยมบริโภค บรรยากาศ สถานที่ ซึ่งถือเป็นการบริโภคเวลาและพื้นที่ เช่นการไปเดินเที่ยวชมสินค้าในเวลาที่มีตลาดนัด เป็นต้น

การดูและเลือกซื้อสินค้า (Shopping) ก็ถือเป็นการบริโภคตามนัยนี้เช่นกัน โดย Rob Sheild อธิบายว่าช้อปปิ้งเป็นกระบวนการปฏิบัติทางสังคมในการสำรวจและเที่ยวชมเช่นเดียวกับการท่องเที่ยว กระบวนการอันนี้อาจจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการเดินเล่นในเวลาว่างที่ถูกขยายออกไป เป็นการเดินดูร้านค้าต่าง ๆ จำนวนหลายสิบร้าน ลักษณะของการเดินชื้อแบบนี้เป็นการซื้อที่ไม่มีจุดหมาย หรือเป็นการซื้อโดยการใช้อารมณ์ความรู้สึกของความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองโดยสมบูรณ์ การช้อปปิ้งแบบนี้จะใช้เวลาว่างด้วยการเดินดูสิ่งของที่จัดวางไว้หน้าร้านไปเรื่อยๆ โดยไม่มีจุดหมาย การช้อปปิ้งแบบนี้ใช้การมองในรูปแบบนี้ถือเป็นการซื้อที่ไม่มีเหตุผล การทำตามฝูงชนในพื้นที่ “สาธารณะ” ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการซื้อแบบนี้ เป็นการซื้อที่เร่งรีบ เป็นการหยุดอิสระแห่งการเลือกในพื้นที่ของคนที่เป็นผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเสียใจในเวลาต่อมาที่ได้ด่วนตัดสินใจในการซื้อ

#### 1.4.2.5 การวิเคราะห์ประเด็นเรื่องการผสมผสานทางวัฒนธรรมเข้าในตัวสินค้า

ในงานของประสิทธิ์ ลิปิธิชา (2551) ที่ศึกษาเรื่องการค้า พื้นที่และอัตลักษณ์ม้งคอกยปูย เขาได้มองว่าในอดีตที่ผ่านมา อัตลักษณ์ของชาวม้งนั้นถูกนิยามว่าเป็นพวกที่เป็นภัยคุกคามต่อความมั่นคงของชาติ ตั้งแต่การเป็นม้งคอมมิวนิสต์ในยุคสงครามเย็น เป็นตัวการหลักที่ทำการปลุกปั่น ทำไร่เลื่อนลอยซึ่งเป็น

ผลให้เกิดการทำลายป่าต้นน้ำ จนกระทั่งถูกตีตราว่าเป็นพวกมั่งค้ายาบ้า ฯลฯ ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวนั้น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่คนภายนอกสร้างขึ้นทั้งสิ้น รวมทั้งผ่านการผลิตซ้ำผ่านเรื่องเล่าต่างๆ มากมาย โดยอัตลักษณ์ดังกล่าวนี้ทำให้ผู้คนมีการยึดติดกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของชาวม้งในด้านเดียว ซึ่งเป็นภาพหนึ่งที่ถูกแช่แข็ง และทำให้ไม่สามารถที่จะมองเห็นบริบททางประวัติศาสตร์ของพวกเขา ซึ่งแท้ที่จริงนั้นการปลูกฝิ่นของพวกเขาเป็นแค่ฐานการผลิตให้กับอาณานิคมตะวันตกที่ต้องการมอมเมา คนแถบนี้เพื่อที่จะเข้ายึดครองและทำการค้ากำไร รวมทั้งนายทุนและเจ้าหน้าที่รัฐบาลกลุ่มที่ต้องการหาผลประโยชน์จากการค้าฝิ่นและการเก็บภาษีฝิ่น แต่ภายหลังเมื่อพบว่าฝิ่นนั้นมีผลกระทบต่อผู้คน และสังคมตะวันตก รัฐบาลเหล่านี้ซึ่งรวมถึงรัฐบาลไทยจึงสั่งให้มีการกำจัดต้นตอที่มั่นที่ชาวม้งอาศัยอยู่ ผ่านการออกกฎหมายห้ามไม่ให้เสพและค้าฝิ่น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นพวกเขาก็ไม่ได้เป็นฝ่ายที่ถูกกดทับ แต่เพียงฝ่ายเดียว พวกเขายังมีการตอบโต้ต่อรัฐและการนิยามตัวตนจากคนภายนอก โดยปฏิบัติการผ่านบริบทหลักทางการค้า 3 ลักษณะคือ การปลูกและค้าฝิ่น การค้าพืชเชิงพาณิชย์ และการขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว ชาวม้งจึงได้ออกมาตอบโต้ผ่านการร่วมมือปราบปรามและช่วงชิงความหมายของฝิ่นให้กลายเป็นอัตลักษณ์ของชาวม้งที่นำมาท่องเที่ยวสัมผัส ชาวม้งได้มอบเมล็ดฝิ่นและอุปกรณ์เสพฝิ่นให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองและจัดพิธีเผากลางหมู่บ้าน โดยมีการเชิญนักข่าวเข้ามาร่วมสังเกตการณ์เพื่อที่จะให้เป็นที่รับรู้กันในวงกว้างขึ้น การที่นักข่าวลงข่าวกิจกรรมดังกล่าวในหนังสือพิมพ์ ด้วยเหตุนี้สื่อจึงเป็นตัวแทนของการทำลายวาทกรรมระหว่างม้งและฝิ่นด้วย นอกจากนี้ชาวม้งยังพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส โดยการใช้ฝิ่นที่เคยถูกมองว่าเป็นตัวสร้างปัญหาให้กับสังคมผนวกเข้ากับธุรกิจการท่องเที่ยว กล่าวคือ ชาวม้งใช้ฝิ่นเป็นอัตลักษณ์ของพวกเขาในการจำหน่ายฝิ่นชุบสีเป็นของที่ระลึก หรือสกรีนเสื้อลายฝิ่นให้นักท่องเที่ยว หรือการแอบเปิดบริการสูบฝิ่นให้นักท่องเที่ยว ดังนั้นปฏิบัติการดังกล่าวจึงเป็นการต่อรองและช่วงชิงและปรับเปลี่ยนความหมายของฝิ่นใหม่ ทั้งๆที่ในอดีตฝิ่นนั้นได้ถูกต่อต้านจากหลายฝ่าย

นอกจากนั้นประสิทธิ์ยังเผยให้เห็นถึงองค์ประกอบต่างๆที่ทำให้ชาวม้งสามารถขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งถึงแม้ว่าในช่วงที่อุทยานแห่งชาติมักจะใช้กฎหมายในการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งมองว่าชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในอุทยานแห่งชาตินั้นมักจะเป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อม ดังนั้นชาวบ้านจึงอ้างนโยบายการสนับสนุนท่องเที่ยวที่ปฏิบัติการผ่านหน่วยงานรัฐและธุรกิจเอกชนต่างๆ รวมทั้งสื่อมวลชน เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ของความเป็นม้ง (ในรูปแบบใหม่)ต่อสังคมภายนอก โดยก่อนที่หมู่บ้านนี้จะเป็หมู่บ้านท่องเที่ยววันนี้จะต้องมีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการคือ

1. ที่ตั้งของชุมชนซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณวัดพระธาตุคอกยสุเทพและพระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสชีวิตของชาวดอยปุยด้วย

2. การส่งเสริมอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงได้พระราชทานทรัพย์ให้ชาวม้งดำเนินธุรกิจการขายของที่ระลึกให้กับท่องเที่ยว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถได้ทรงตั้งศูนย์ศิลปาชีพเพื่อส่งเสริมงานฝีมือของชาวบ้านซึ่งเป็นการเผยแพร่สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากขึ้น

3. การส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีการเน้นนโยบายการท่องเที่ยว เช่น การร่วมมือของชาวบ้านกับหน่วยงานต่างๆ ในการเปิดพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านชาวเขา หรือการทำรายงานวิจัยที่ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของชาวม้งและพื้นที่ใกล้เคียงหมู่บ้านคอยปุย เป็นต้น

4. กระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ซึ่งแต่เดิมนั้นชาวบ้านมักจะปลูกพืชผลทางการเกษตรไว้กินไว้ใช้เอง แต่ภายหลังจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านแล้ว ก็ทำให้เกิดการซื้อขายของที่ระลึกต่างๆ จากชาวบ้าน ซึ่งถือเป็นจุดกำเนิดให้ชาวบ้านเริ่มที่จะผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของตนเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผลพลอยได้อีกอย่างหนึ่งคือการทำพวกเขาสามารถช่วงชิงการนิยามชื่อกลุ่มอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อีกด้วย เช่น จากเดิมคนภายนอกมักจะเรียก ม้ง ว่า แม้ว ซึ่งเป็นคำในเชิงล้อเลียน ต่อมาผู้นำจึงเปลี่ยนป้ายหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านม้งคอยปุย รวมทั้งพวกเขาได้นิยามตนเองกับคนอื่นๆ ว่าเป็นม้ง เช่นกัน

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาของทวิช จตุรพฤกษ์ (2551) ที่มองเรื่องการทำให้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ทวิชได้ศึกษาชาวบ้านปางมะผ้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มองว่าชาวบ้านประสบปัญหาจากการที่ขาดรายได้ในภาคการเกษตรและมีความขัดแย้งกับรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่เข้าไปแสวงหาผลกำไรในหมู่บ้านโดยไม่สนใจในเรื่องของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการกระจายผลประโยชน์ต่างๆ นั้นก็ไม่ทั่วถึงกับชาวบ้าน ดังนั้น พวกเขาจึงมีทางเลือกคือผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของตนเองออกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว จึงทำให้ตลาดสินค้าทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีอัตราการแข่งขันที่เข้มข้น สินค้าต่างลอกเลียนรูปแบบภายในกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มต่างๆ จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้พรมแดนทางชาติพันธุ์ได้สุมพังและถูกรื้อทิ้งไปเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้คนอื่นๆ สามารถที่จะฉวยใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมบางอย่างเพื่อเป็นประโยชน์แต่ตนเองได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การเปิดพื้นที่และนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้วยการผลิตหรือขายสินค้าท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ 3 วิธีคือ

1. การดึงเอาสัญลักษณ์หรือความหมายของวัฒนธรรมออกจากบริบทเดิม เพื่อนำไปเปลี่ยนเป็นหรือบรรจุในสินค้าวัฒนธรรม เช่น การเอาลายแถบผ้าที่เคยอยู่แขนเสื้อผู้หญิงหรือลายเงี้ยว

ที่เคยอยู่ในยามของผู้ชายไปใส่ไว้ในสินค้าตัวอื่นๆเนื่องจากสินค้ามีลักษณะเด่น มีความแตกต่างจากคนอื่น รวมทั้งเป็นการนำเสนอภาพแสดงแทนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นของตนในสินค้า

2. การหยิบยืมลายปักและลายของกลุ่มชาติพันธุ์อื่นมาใช้ในสินค้าของตนเอง ซึ่งปรากฏอยู่ในลวดลายของผ้า สี สัน และรูปแบบของสินค้า

3. การสร้างผลิตภัณฑ์ของตนในลักษณะเป็นลูกผสมในสินค้า โดยการตัดแปลงและผสมผสานสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นทั้งรูปแบบและสี สัน ให้เข้ากับสินค้าของตน

ดังนั้น ในงานศึกษานี้ทวิขจึงชี้ให้เห็นว่าการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในรูปแบบของสินค้าเป็นยุทธวิธีในการนำเสนอตนเองที่มีความเคลื่อนไหวและปรับเปลี่ยนไปตามเงื่อนไขสถานการณ์และผลประโยชน์ที่ไม่หยุดนิ่ง การกีดกันของรัฐและกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้พรมแดนทางชาติพันธุ์เกิดการผสมผสานมากยิ่งขึ้น มีแต่การตอบสนองความต้องการทางสินค้าแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการบริโภคความหมายทางวัฒนธรรมเท่านั้น และสินค้าทางชาติพันธุ์ยังเป็นการต่อสู้และต่อรองผ่านการทลายพรมแดนชาติพันธุ์ที่เคยใช้แบ่งแยกตนเองกับคนอื่นอีกด้วย

ไม่ว่าจะเป็นงานศึกษาของประสิทธิ์หรือทวิขข้างต้นที่ได้นำเสนอมานั้นล้วนทำให้มองเห็นตลาดในอีกมิติหนึ่งนั่นก็คือการผสมผสานอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ของตนหรือแม้กระทั่งกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆมาใช้ประโยชน์ในการค้าขายของตนเองหรือแม้กระทั่งการช่วงชิงความหมายระหว่างรัฐกับกลุ่มชาติพันธุ์ของตนก็ตาม ซึ่งการหยิบใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวนี้ตัวผู้ค้าเองก็ได้มีการเลือกเฟ้นและพินิจพิเคราะห์ในแต่ละสถานการณ์และบริบทที่เกิดขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจะเห็นได้ว่าจุดร่วมบางอย่างของงานทั้งสองชิ้นนั้นคือ อัตลักษณ์ของสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆมักจะไม่ใช่คิดว่าสินค้านั้นเป็นของกลุ่มชาติพันธุ์ใดชาติพันธุ์หนึ่ง แต่อัตลักษณ์ของสินค้าเหล่านั้นสามารถหยิบยืมและผสมผสานในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ โดยในจุดนี้ทำให้ชี้ได้ว่าตลาดเองนอกจากจะเป็นพื้นที่ที่ต่อรองหรือช่วงชิงความหมายแล้วมันยังเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดความกลมกลืนและการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ต่างๆของผู้ค้าและผู้ซื้อสินค้าอย่างลงตัว

## 1.5 กรอบคิดในการศึกษา

ในงานศึกษาครั้งนี้ผู้เขียนต้องการทำความเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆของภาคบ้านฮ่อ ในช่วงเวลาที่บริษัทเบียร์ช้างได้เข้ามาควบคุมกิจการของภาคบ้านฮ่อ ซึ่งการเข้ามาดำเนินกิจการตลาดนั้น ทำให้เกิดการจัดการตลาดที่มีระบบระเบียบมากขึ้นกว่าช่วงเวลาที่เจ้าของพื้นที่เดิมได้บริหารจัดการตลาด การเข้ามาบริหารจัดการภาคบ้านฮ่อของบริษัทกาแลไนท์บาชาร์ (ซึ่งได้รับสิทธิในการบริหารจากบริษัทเบียร์ช้างเป็นเจ้าของพื้นที่ใหม่) ทำให้หน้าที่ของตลาดซึ่งแต่เดิมคือแหล่งจับจ่ายใช้สอยสำหรับการซื้ออาหารของผู้คนที่มาละหมาด ณ มัสยิดบ้านฮ่อทุกวันศุกร์กลายเป็นตลาดที่ดึงดูดให้ผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อาทิเช่น จีนยูนนาน ไทใหญ่ พม่า ฯลฯ จากสถานที่ต่างๆในภาคเหนือเข้ามาค้าขายสินค้ากลายเป็นตลาดนัดที่รวบรวมสินค้าชาติพันธุ์ที่หลากหลายได้ยากตามตลาดทั่วไป ซึ่งสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ภาคบ้านฮ่อถือเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อมาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าที่หาไม่ได้ตามตลาดใหญ่ๆทั่วไป ความเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งที่สำคัญคือการที่ภาคบ้านฮ่อถือเป็นแหล่งรองรับการซื้อขายสินค้าของกลุ่มแรงงานและกลุ่มค้าบริการบันเทิงข้ามชาติต่างๆ อาทิเช่น จีนยูนนาน พม่า ไทใหญ่ ฯลฯ เนื่องจากภาคบ้านฮ่อถือเป็นตลาดที่รวบรวมสินค้าชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ตลาดใหญ่ในเมืองมักจะหาไม่ค่อยได้ จึงไม่แปลกที่กลุ่มผู้ซื้อเหล่านี้จะเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าในภาคบ้านฮ่ออยู่เป็นประจำ

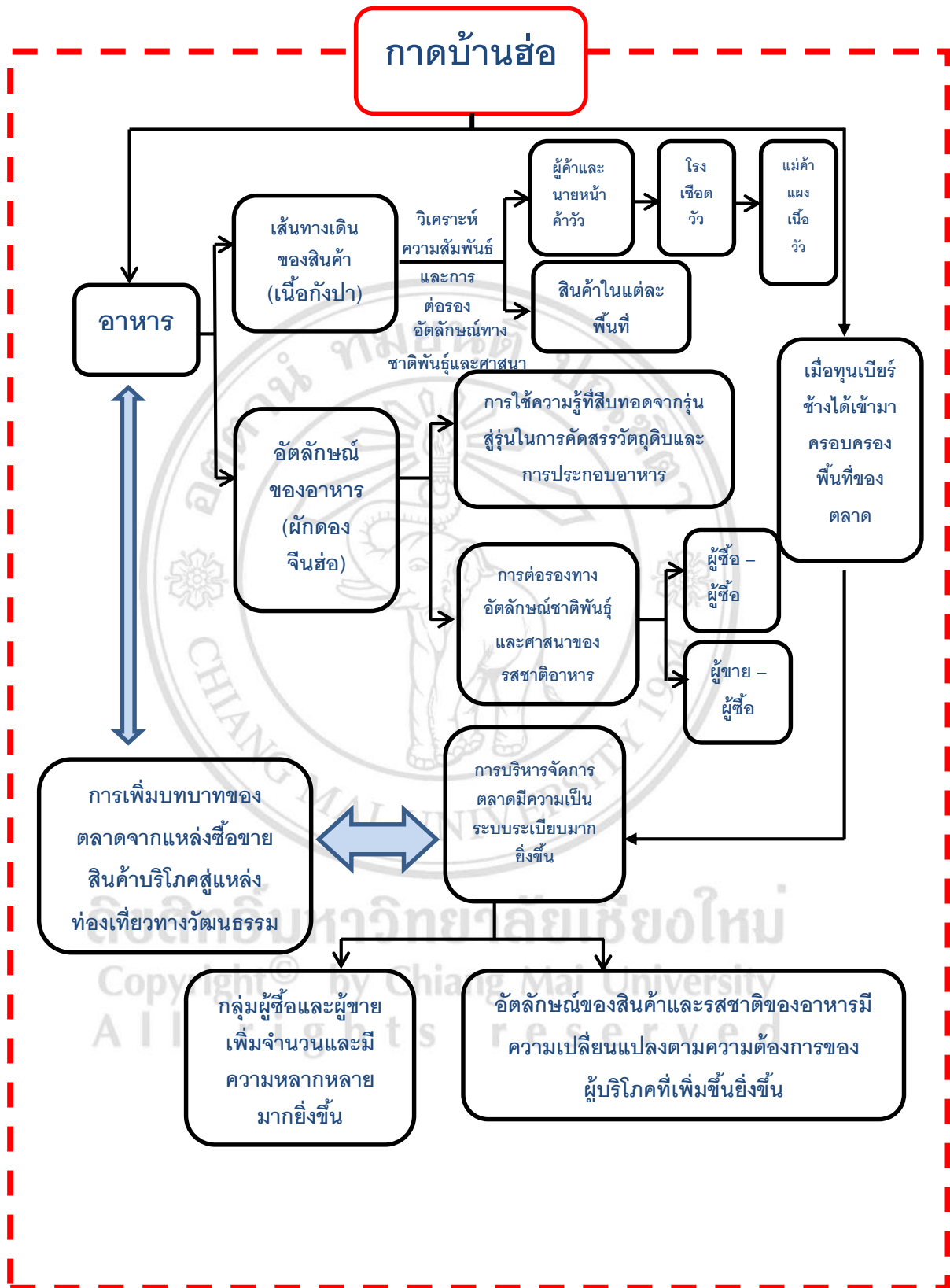
นอกจากการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการบริหารจัดการตลาดก็ดี หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงบทบาทของตลาดที่สามารถดึงดูดผู้ขายและผู้ซื้อเข้ามายังตลาดเพิ่มมากขึ้นก็ดี การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่มองข้ามไม่ได้คือ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับตัวสินค้า โดยเฉพาะในเรื่องของอาหารซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของงานศึกษาครั้งนี้ สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงข้างต้นที่ทำให้เกิดการหลั่งไหลของผู้ขายและโดยเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นผู้ใช้แรงงานในจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาหารชาติพันธุ์อย่างผักดองจีนฮ่อซึ่งถือเป็นกรณีศึกษาของผู้เขียนครั้งนี้ กลับพบว่ามีเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการขยายตัวของภาคบ้านฮ่อด้วยเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือด้านของรสชาติผักดองจีนฮ่อ โดยปกตินั้นการทำผักดองจีนฮ่อมักใช้ระยะเวลาที่นานเพื่อให้ได้รสชาติที่ดี แต่เมื่อความต้องการในการบริโภคของผู้ซื้อที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้การทำผักดองจีนฮ่อจึงถูกตัดทอนวิธีทำบางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนการบริโภคที่สูงขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผักดองจีนฮ่อนั้นมีรสชาติที่เปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตของภาคบ้านฮ่อ ณ ช่วงเวลาปัจจุบัน แต่กระนั้นก็รสชาติที่แปรเปลี่ยนไปก็ไม่ทำให้ผู้ซื้อบางกลุ่มเดือดร้อนมากเท่าใดนัก ตัวอย่างเช่น หากเป็นลูกค้าแรงงานข้ามชาติหรือลูกค้าที่เข้ามาจ่ายตลาดเป็นปกติมองว่าเวลาที่เร่งด่วนสำคัญกว่ารสชาติของผักดองจีนฮ่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากตนต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงานทั้งวัน การทำผักดองจีนฮ่อให้ได้รสชาติแบบดั้งเดิมคงเป็นเรื่องที่ทำได้ยากเนื่องจากไม่มีเวลามากพอ ประกอบกับตนต้องบริโภคทุกวัน หรือในกรณีของนักท่องเที่ยวที่แค่อยากมาสัมผัสรสชาติผักดองแบบผิวดินเท่านั้นก็ไม่ได้มีข้อสงสัยในรสชาติดังกล่าวแต่อย่างใด

ในกลุ่มที่ค่อนข้างมีความเห็นขัดแย้งและมีการต่อรองกับรสชาติของผักดองจีนฮ่อที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นจะมีเพียงกลุ่มผู้ค้าในภาคบ้านฮ่อและกลุ่มลูกค้าชาวมุสลิม ซึ่งทั้งสองฝ่ายนั้นต่างมีองค์ความรู้และประสบการณ์ในการทำผักดองทั้งสิ้น เช่น กลุ่มผู้ค้าบางกลุ่มอ้างว่าตนเองเป็นผักดองรุ่นเก่าที่ใช้ระยะเวลายาวนานในการทำ แต่ผู้ค้าและลูกค้าชาวมุสลิมกลับมองว่าเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากการทำผักดองที่ใช้ระยะเวลานานจะทำให้ผักดองไม่เพียงพอต่อการขาย และต้องใช้เหล่าเป็นส่วนผสมนั้นถือเป็นสิ่งต้องห้ามในการบริโภคของชาวมุสลิม นอกจากนั้นการซื้อผักดองของลูกค้าชาวมุสลิมยังมีการต่อรองกันเองในครอบครัว โดยเฉพาะคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ที่มีองค์ความรู้ทางด้านรสชาติและศาสนาคัดค้านกัน ด้วยเหตุนี้ประเด็นเรื่องรสชาติของผักดองจีนฮ่อจึงทำให้เห็นถึงการปรับตัวและการต่อรองของผู้ซื้อและผู้ขายที่ใช้ทั้งองค์ความรู้ทางศาสนาและวิธีการทำผักดองจีนฮ่อและประสบการณ์ต่างๆของตนได้อย่างน่าสนใจ

นอกจากผักดองจีนฮ่อที่เป็นกรณีศึกษาแรกที่ได้ทราบถึงการต่อรองอัตลักษณ์ทางรสชาติของอาหารแล้ว ประเด็นเรื่องเส้นทางเดินของอาหารก็ถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง โดยในงานศึกษานี้ผู้เขียนได้ใช้วัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตเนื้อกังปา นั่นก็คือเนื้อวัว ซึ่งการเดินทางของวัวตั้งแต่จุดเริ่มต้นจากประเทศอินเดียจนมาถึงโรงเชือดนั้นถือว่ามีที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้เห็นถึงการต่อรองราคาของวัวผ่านการใช้ประสบการณ์ องค์ความรู้ และอัตลักษณ์บางอย่าง เช่น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนาเข้ามาใช้ในการแข่งขันและต่อรองราคาเนื้อวัวให้ได้ราคาถูกที่สุดเพื่อที่จะได้ส่งต่อวัวไปยังพื้นที่ต่างๆต่อไป การต่อรองดังกล่าวนี้สามารถพบได้ในกลุ่มคนต่างๆ เช่น ผู้ค้าชายแดน ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง นายหน้าค้าวัว เจ้าหน้าที่รัฐ ฯลฯ ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนดังกล่าวนี้ได้เผยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆอย่างน่าสนใจในแต่ละพื้นที่นั่นเอง

ในงานศึกษาคั้งนี้ผู้เขียนจะใช้แนวคิดเรื่องการต่อรองอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนาของอาหารซึ่งอัตลักษณ์ทั้งสองนั้นต่างมีความซ้อนแย้งกัน ซึ่งสังเกตผ่านความหมายของผู้ถูกศึกษาแต่ละคนในการให้ความสำคัญทางอัตลักษณ์ทางศาสนาหรืออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในการนิยามเรื่องอัตลักษณ์รสชาติของอาหารหรือผักดองจีนฮ่อในมุมมองที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับอาหารอีกชนิดคือเนื้อกังปา ซึ่งถึงแม้จะไม่ได้ดูการตีความหรือต่อรองรสชาติของอาหารเหมือนผักดองจีนฮ่อ แต่การข้ามพรมแดนทางอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และศาสนานั้นกลับพบได้ตามจุดต่างๆตามเส้นทางสินค้าได้เดินทางผ่านไป ซึ่งในแต่ละจุดนั้นอัตลักษณ์ทางศาสนานั้นมีถือมีความสำคัญต่อการค้าขายวัตถุดิบหลักของเนื้อกังปาหรือวัว แต่ในขณะที่อีกจุดหนึ่งที่มีการเชือดและการขายเนื้อวัวนั้นกลับพบว่าอัตลักษณ์ทางศาสนามีความสำคัญมากกว่า

## กรอบแนวคิด



รูปภาพ 1.1 กรอบแนวคิด

## 1.6 หน่วยในการวิเคราะห์

ในงานศึกษานี้ต้องการทำความเข้าใจกับความสัมพันธ์ของผู้ค้า ผู้ซื้อและอาหารในภาคบ้านฮ่อที่เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่บริษัททุนเบียร์ช้างได้เข้ามามีบทบาทในภาคบ้านฮ่อแห่งนี้ จากเดิมเป็นตลาดที่เปิดให้ผู้ที่มาละหมาดวันศุกร์ ณ มัสยิดบ้านฮ่อ เข้ามาจับจ่ายใช้สอยอาหาร พืชผักเมืองหนาว ซึ่งมีผู้ขายเพียงไม่กี่ราย แต่ในปัจจุบันตลาดเป็นพื้นที่ของการแข่งขันอย่างเต็มตัว ดังนั้นการแข่งขันก็มักจะมิกลยุทธ์เชิงพื้นที่ในรูปแบบต่างๆที่พวกผู้ค้าได้นำมาใช้เพื่อผลประโยชน์ทางการค้าของตน มีการสร้างตัวตนและเบียดขับผู้ค้ารายอื่น รวมทั้งมีการต่อรองกับการถูกเบียดขับดังกล่าวเพื่อที่ตนเองจะสามารถค้าขายในตลาดแห่งนี้ได้ต่อไป

หน่วยในการวิเคราะห์ของงานศึกษานี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ค้าชาติพันธุ์ในตลาด โดยเฉพาะผู้ค้าและผู้ซื้อผักคองจินฮ่อชาวไทยเชื้อสายจีนยูนนานเป็นหลัก นอกจากนั้นอาจจะมีการสัมภาษณ์ผู้ค้าชาวไทยใหญ่และชาวไทยเป็นบางส่วน ในส่วนประเด็นของเส้นทางเดินของสินค้าหรือเนื้อก้งปานั้น ผู้เขียนได้เน้นการเก็บข้อมูลผ่านการสังเกตและสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการซื้อขายวัวผู้ค้าวัว (ทั้งปลีกและส่ง) นายหน้าค้าวัวชาวไทย เจ้าหน้าที่รัฐ กรรมการมัสยิดบ้านฮ่อ ผู้ค้าเนื้อก้งปานชาวไทยมุสลิมเชื้อสายจีนยูนนาน เป็นต้น

ผู้เขียนต้องการศึกษาถึงวิธีการสร้างส่วนแบ่งตลาดของผักคองจินฮ่อในระหว่างกลุ่มผู้ค้าเจ้าต่างๆในตลาดไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์ในด้านภาษา องค์ความรู้การผลิตผักคองจินฮ่อ การใช้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์หรือศาสนาบางอย่างในการแสวงหาลูกค้าในตลาด หรือแม้กระทั่งการใช้ความรู้บางอย่างในการผลิตสินค้ากีดกันคู่แข่งในตลาด ซึ่งสิ่งที่กล่าวข้างต้นนี้สัมพันธ์กับประเด็นในการสร้างยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่หรือยุทธศาสตร์เชิงอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการต่อรองหรือต่อต้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆในตลาดว่ามีวิธีใดบ้าง

ประเด็นสุดท้ายที่ผู้เขียนต้องการศึกษาคือเรื่องของสินค้าในตลาด โดยเฉพาะเรื่องอาหาร โดยในงานศึกษานี้ผู้เขียนเลือกเลือกศึกษาอาหารสองชนิดคือ ผักคองจินฮ่อและเนื้อก้งปา ซึ่งในสินค้าแต่ละชนิดจะมีประเด็นในการวิเคราะห์ที่แตกต่างกันไป อาทิเช่น ในการศึกษาเรื่องผักคองจินฮ่อผู้เขียนต้องการทราบว่าผู้ค้าผักคองจินฮ่อได้ใช้เทคนิคความรู้ในการผลิตหรือการสรรหาวัตถุดิบในรูปแบบใดที่ทำให้รสชาติของผักคองจินฮ่อมีรสชาติที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นในตลาด ซึ่งประเด็นนี้จะนำไปสู่การวิเคราะห์ในเรื่องการต่อรองอัตลักษณ์ทางรสชาติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายว่ามีลักษณะหรือรูปแบบอย่างไรบ้าง หรือการศึกษาเรื่องเนื้อก้งปานั้นผู้เขียนต้องการทราบถึงเส้นทางเดินของวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทำเนื้อก้งปาซึ่งก็คือเนื้อวัว โดยผู้เขียนต้องการทราบสินค้าชนิดนี้ว่ามีที่มาที่ไปอย่างไร มีการต่อรองหรือใช้ความสัมพันธ์ในรูปแบบใดบ้างในการค้าวัวในแต่ละพื้นที่ของเส้นทางสินค้าดังกล่าว



## 1.7 พื้นที่ในการศึกษา

ในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้เขียนได้เลือกใช้พื้นที่หลากหลายพื้นที่ในการศึกษา โดยกลุ่มประชากรหลักที่ศึกษาในพื้นที่แรกคือ ผู้ขายและผู้ซื้อผักตองชาวไทยเชื้อสายจีนยูนนาน รวมถึงผู้ขายเนื้อกึ่งปาชาวไทยเชื้อสายจีนยูนนานในพื้นที่หลักคือ “ตลาดนัดจีนฮ่อ” หรือที่เรียกว่า “กาดบ้านฮ่อ” ซึ่งตั้งอยู่บริเวณตลาดในท่าซาร์จังหวัดเชียงใหม่ ที่จุดตั้งของตลาดนั้นอยู่ในย่านวัฒนธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่ง ซึ่งตลาดแห่งนี้จะอยู่ตรงข้ามมัสยิดบ้าน โดยในตลาดแห่งนี้ถ้าย้อนไปเมื่อประมาณ 15 ปี ก่อนมีผู้ค้าพืชผักเมืองหนาวจากบณูเขา 2-3 คน ได้มาขายผักแบบกะดินบนพื้นถนนหน้าเฮือนหลวงของขุนชวงเลียงภูกาเกียรติ ภายหลังเจ้าของเฮือนหลวง (ซึ่งเป็นลูกหลานของท่านขุนชวงเลียงภูกาเกียรติ) จึงชักชวนให้ผู้ที่ย้ายผักได้ขยับเข้ามาขายของในพื้นที่แห่งนี้ ซึ่งหลังจากนั้นเมื่อการขายผักเริ่มทำกำไรให้ผู้ค้ารายย่อยดังกล่าวแล้ว ก็จึงทำให้เกิดผู้ค้าชาวจีนยูนนานจำนวนมากทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมได้เข้าไปขายของในพื้นที่เฮือนหลวง ซึ่งในขณะนั้นมีสมาชิกกลุ่มจีนยูนนานมากที่สุดในตลาด จึงทำให้เกิดการจัดระบบการเก็บค่าเช่าที่และการจัดพื้นที่ขายของในตลาดขึ้นครั้งแรก แม้ผู้ค้าผักตองจีนฮ่อได้เล่าให้ฟังว่าพวกที่เข้ามาขายของช่วงแรกๆจะได้ตั้งแผงลอยซึ่งอยู่บริเวณด้านในของตลาด (ซึ่งเป็นทำเลที่ดี) ส่วนผู้ค้าที่มาทีหลังหรือผู้ค้าที่มาขายชั่วคราวนั้นก็ต้องย้ายไปขายบริเวณหน้าประตู แต่ผู้ค้าทั้งหมดในตลาดนั้นจะต้องจ่ายเงินค่าเช่าที่ให้กับเจ้าของพื้นที่บริเวณบ้านขุนชวงเลียงภูกาเกียรติ

ภายหลังจากการจัดระเบียบของกาดบ้านฮ่อซึ่งทำให้ตลาดแห่งนี้ดูเป็นสัดส่วนมากยิ่งขึ้นเพียงไม่กี่ปี ก็ทำให้เกิดการดึงดูดลูกค้าให้มาท่องเที่ยวในตลาดแห่งนี้ จึงทำให้เกิดจำนวนเม็ดเงินจำนวนมากสะพัดอยู่ในกาดบ้านฮ่อแห่งนี้ เมื่อผู้ค้ารายอื่นทราบข่าวก็จึงเข้ามาทำสมทบเปิดแผงของตนในการขายสินค้า ซึ่งผู้ค้าในระลอกแรกที่มาถัดจากผู้ค้ากลุ่มจีนยูนนานคือ กลุ่มผู้ค้าไทใหญ่ 2-3 เจ้า ถัดจากนั้นเพียงไม่กี่เดือนก็มีกลุ่มผู้ค้าชาวพม่า 1-2 เจ้า กลุ่มผู้ค้าชาวเขา (ม้ง ลาหู่ ฯลฯ) 1-2 เจ้า และกลุ่มผู้ค้าชาวไทยพื้นเมืองและที่มาจากต่างจังหวัด (เชียงราย) อีก 12-13 เจ้า ททยอยกันเข้ามาขายตามลำดับ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนาน (จากเชียงใหม่และเชียงราย) คือ สมาชิกที่มีจำนวนมากที่สุดในตลาดแห่งนี้เกือบ 20 เจ้า

ผลจากการเข้ามาของผู้ค้ากลุ่มต่างๆในกาดบ้านฮ่อแห่งนี้ทำให้เกิดความหลากหลายเพิ่มขึ้น เช่น ชนิดของสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น จากจุดเริ่มต้นนั้นมีเพียงแค่พืชผักเมืองหนาวที่หาได้ยากในตลาดทั่วไป จนกระทั่งสินค้านั้นมีหลายชนิด เช่น อาหารและของกินเล่นตามกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น ขนมจีนพม่า ข้าวปุกงาดำราดน้ำอ้อย อาหารจีนยูนนาน เนื้อน้ำค้ำ ถั่วเน่าเค็มของชาวไทใหญ่ บาเยย ซาโมซา ข้าวแรมพื้น ฯลฯ หรือสินค้าพืชผักเมืองหนาวหรือพืชผักบณูเขา เช่น แดงกวาแก้ว อโวคาโด เมล็ดพืชพันธุ์ชนิดต่างๆ ผักหลากหลายชนิดที่ชาวจีนยูนนานนิยมรับประทาน หรือสินค้าจำพวกยารักษาโรค

หรือเครื่องคั้บ่ารุงต่าง ๆ ที่มาจากฝั่งพม่า จนไปถึงแผ่นซีดีศิลปินนักร้องชาวจีนที่หลากหลายให้เลือก โดยสินค้าชนิดต่าง ๆ นั้น เมื่อได้ทำการสอบถามผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ทำให้พบว่า สินค้าเหล่านี้ข้ามพรมแดนรัฐชาติต่างๆมาอย่างมากมายกว่าจะถึงมือผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น เครื่องเทศที่มาจากอินเดีย โดยผู้ค้ากล่าวว่าการนำเครื่องเทศเหล่านี้จะได้นำมาวางขายนั้น จะต้องผ่านด่านตรวจประเทศต่างๆ ตั้งแต่อินเดีย จีน พม่า และไทย โดยสินค้าส่วนใหญ่ๆนั้น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มาจากประเทศใดก็ตามแต่ ผู้ค้าจะต้องไปปรับของที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายเท่านั้น ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่าสินค้าไม่ว่าจะข้ามพรมแดนมาจากประเทศใดก็ตาม จุดจบของมันก็คือจุดเดียวกันที่อำเภอแม่สายและที่ลำเลียงต่อมา ยังเชียงใหม่ บ้างก็ส่งต่อไปยังกรุงเทพฯเพื่อขายทอดตลาดต่อไป

จากจุดเริ่มต้นของตลาดจนถึงปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีพลวัตอย่างมาก ทั้งผู้ค้าและสินค้าที่เดินทางเข้ามาทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันอย่างหนาแน่นในช่วงเวลาต่างๆ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นตลาดคงจะไม่สมบูรณ์ หากเราไม่กล่าวถึงกลุ่มของลูกค้าในตลาดแห่งนี้ โดยภาคบ้านฮ่อในยุคแรก ขณะที่ยังไม่ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างนั้น ลูกค้าของตลาดแห่งนี้ก็คือชาวบ้านในชุมชนบ้านฮ่อและกลุ่มแรงงานชาติพันธุ์ต่างๆ ที่มาทำงานในบริเวณ ในที่บ่าซาร์และบริเวณรอบๆนั้น ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มคนไทใหญ่ กลุ่มคนพม่า หรือกลุ่มคนชาวเขาเผ่าต่างๆที่มักจะมาจับจ่ายใช้สอยหรือซื้อสินค้าอาหารที่ในตัวเมืองเชียงใหม่ไม่มี หรือมีแต่ไม่ถูกใจพวกเขา ดังตัวอย่างที่ผู้ค้าสินค้าพม่าและไทใหญ่คนหนึ่งได้เล่าให้ผู้เขียนฟังว่า ถั่วเน่าแคบที่นี้เป็นของไทใหญ่และจีนฮ่อทำขึ้นมา ซึ่งลูกค้ากลุ่มไทใหญ่หรือกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆมักที่จะเข้ามาซื้อกันมากเมื่อตลาดเปิด ซึ่งผู้เขียนก็ถามว่าแล้วทำไมพวกเขาไม่นิยมทานถั่วเน่าแคบของคนเมืองซึ่งผู้เขียนคิดว่าเป็นถั่วเน่าแบบเดียวกัน แม่ค้าจึงตอบว่าถั่วเน่าเมืองมันไม่อร่อยเท่าสูตรคนไทใหญ่และจีนยูนนานทำ รสชาติของถั่วเน่าแบบนี้จะอร่อยกว่าของคนเมืองทำ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นเมื่อตลาดเฟื่องฟูไปด้วยผู้ค้าหลากหลายชาติพันธุ์และสินค้ามากขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดในปัจจุบันทำให้ลูกค้ากลุ่มใหม่ได้เข้ามาจับจ่ายในตลาดซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวนิยมที่จะมาเดินตลาดในช่วงเช้าเป็นส่วนใหญ่เพื่อหาของกินเล่นและเดินตลาดเพื่อสัมผัสบรรยากาศของความเป็นจีนยูนนาน แม่ค้าคนหนึ่งในตลาดเล่าว่า หากอยากจะได้ลูกค้าที่ทำงานในไนท์บ่าซาร์หรือในกาแล็กกี้ให้มาช่วงตลาดเปิด (เวลาตี5) เพราะคนทำงานเหล่านี้บางคนเลิกงานในช่วงเวลาดังกล่าวก็ชอบมาเดินหาของกินหรือหาซื้อผักหรือเครื่องปรุงต่างๆไปทำอาหารที่บ้าน แต่ถ้าอยากเห็นลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวในช่วงหนาแน่นก็ให้มาในช่วง 6-8 โมงเช้าโดยเฉพาะช่วงหน้าหนาวลูกค้าจะเยอะเป็นพิเศษ ทำให้บางทีขายของแทบไม่ทันเพราะลูกค้าเยอะเกิน หรือถ้ามาในช่วงตลาดใกล้วายก็จะมีลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งก็คือพวกที่เดินทางมาละหมาดวันศุกร์ที่มัสยิดบ้านฮ่อในช่วงบ่าย โดยลูกค้าเหล่านี้ก็จะมีบางคนที่มาก่อนเวลาละหมาดและมาเดินหาของกินเล่นในตลาดหรือจับจ่ายซื้อของกินของใช้กลับไปบ้านของตน เป็นต้น จากข้างต้นก็จะทำให้เราเห็นว่าถึงแม้จะเป็นตลาดวันศุกร์เพียงวันเดียวก็ตาม แต่

กลุ่มลูกค้าของตลาดแห่งนี้ก็แบ่งตามเวลาทำการของตลาดซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มและช่วงเวลา ดังนั้น เราจึงสามารถแบ่งลูกค้าได้เป็น 4 จำพวกคือ ชาวบ้านในแถบบริเวณชุมชนบ้านฮ่อ แรงงานกลุ่มชาติพันธุ์บริเวณไนท์บาซาร์ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้ที่มาละหมาดที่มัสยิดบ้านฮ่อ

พื้นที่ในการศึกษาเส้นทางเดินของสินค้าของเนื้อก้างปลาซึ่งต้องศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางเดินของวันนั้น ผู้เขียนจะใช้พื้นที่หลักในการศึกษาคือ บริเวณด่านกักสัตว์บริเวณอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน กาดวัวทุ่งฟ้าบบริเวณอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มัสยิดบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในแต่ละพื้นที่นั้นจะมีประเด็นในการศึกษาแตกต่างกันไป ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีกลุ่มประชากรศึกษาที่แตกต่างกันคือ ผู้ค้าวัว (ปลีก – ส่ง) นายหน้าค้าวัว เจ้าหน้าที่รัฐ กรรมการมัสยิดบ้านฮ่อ เป็นต้น

### 1.8 วิธีการเก็บข้อมูล

ในงานศึกษานี้ผู้เขียนมีการเก็บข้อมูลหลากหลายวิธี โดยเริ่มแรกนั้นผู้เขียนได้ทำการเก็บข้อมูลจากงานศึกษา เอกสาร บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ตำราต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกาดบ้านฮ่อหรือประวัติความเป็นมาและวิถีชีวิตของชาวจีนยูนนาน ซึ่งเอกสารดังกล่าวผู้เขียนได้ไปเก็บข้อมูลที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงการเข้าไปเก็บเอกสารที่มัสยิดบ้านฮ่อที่มีข้อมูลดั้งเดิมของตลาดแห่งนี้ อยู่และการเก็บข้อมูลอีกส่วนคือการสัมภาษณ์ผู้ค้าและผู้ซื้อกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆที่อยู่ในกาดบ้านฮ่อ โดยการสัมภาษณ์นั้นจะครอบคลุมถึงเรื่องประวัติศาสตร์ความเป็นมาของกาดบ้านฮ่อ ความเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆในตลาด นอกจากนั้นผู้เขียนยังสัมภาษณ์ผู้ที่ดูแลตลาดแห่งนี้ซึ่งมีทั้งเจ้าหน้าที่ของบริษัททุนและผู้ดูแลกาดบ้านฮ่อในส่วนของมัสยิดบ้านฮ่อ ซึ่งการสอบถามบุคคลนี้เพื่อต้องการที่จะทราบถึงนโยบายและความเปลี่ยนแปลงของตลาดในอดีตจนถึงปัจจุบันว่ามีในลักษณะใดบ้างและผลของการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นอย่างไร ทั้งต่อในตลาดและชุมชนบ้านฮ่อ และอีกวิธีในการเก็บข้อมูลคือการทำที่ผู้เขียนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในช่วงเวลาที่ตลาดเริ่มเปิดทำการ (ในวันศุกร์เวลา 05.00 น. - 13.00 น.) เพื่อที่จะทำให้สามารถเก็บข้อมูลกลุ่มผู้ซื้อกลุ่มต่างๆในแต่ละช่วงเวลาโดยจำแนกได้ว่ามีกลุ่มใดบ้าง และยังทำให้เห็นถึงการจัดการดูแลตลาดของเจ้าหน้าที่บริษัททุนอย่างชัดเจนว่ามีการทำงานแบบใดและการปฏิบัติงานดังกล่าวทำให้ผู้ค้ามีความรู้สึกอย่างไร

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้เขียนสามารถใช้ภาษาไทยกลางและภาษาพื้นเมืองเชียงใหม่ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้ข้อมูลกลุ่มต่างๆ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลบางคนซึ่งเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนยูนนาน ได้อยู่อาศัยในเมืองไทยมาได้ชักระยะหนึ่งแล้ว บางคนก็อยู่มาตั้งแต่เกิด จึงทำให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างชัดเจน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกๆขั้นตอนของการเก็บข้อมูล ผู้เขียนมีการ

จดบันทึก อัดเสียง รวมทั้งการถ่ายภาพ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านสามารถซึมซับบรรยากาศบางส่วนของตลาด  
ได้และสามารถทำให้เห็นภาพรวมของภาคบ้านฮ่อและเส้นทางเดินของสินค้าว่ามีลักษณะอย่างไร

### 1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.9.1 ได้ทราบถึงพลวัตและบริบทของภาคบ้านฮ่อและกลุ่มผู้ค้าชาติพันธุ์ต่างๆที่มีการ  
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันว่ามีความเป็นมาและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

1.9.2 ทำให้เข้าใจถึงเงื่อนไขและเห็นถึงองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ใช้ในการต่อรอง  
ทางด้านราคาของผักตบชวาทั้งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

1.9.3 ทำให้เข้าใจถึงเงื่อนไขและความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ค้าและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการค้า  
ไว้ในพื้นที่ต่างๆบนเส้นทางเดินของสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved