อาหารไทใหญ่ : เส้นทางการเคลื่อนที่และพื้นที่ทางสังคมในเมืองเชียงใหม่

Shan Food: Routes, Mobility, and Social Space in Urban Chiang Mai

บุศรินทร์ เลิศชวลิตสกุล
Busarin Lertchavalitsakul

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษา “การเคลื่อนที่” (Mobility) ของคนไทใหญ่ที่ก่อให้เกิด “พื้นที่ทางสังคม” (Social space) ผ่านอาหารไทใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ โดยสะท้อนให้เห็นถึงการเดินทางของวัตถุดิบและสินค้าในวัฒนธรรมอาหารที่มีการซื้อขายกันระหว่างคนไทใหญ่และไม่ใช่ไทใหญ่ และยังศึกษากลุ่มผู้ประกอบการ (Actor) ในวงจรการผลิตและการขนส่ง ซึ่งพบว่าพวกเขามีส่วนสำคัญในการเปิด “พื้นที่ของการชักชวน” (Space of inclusion) ให้คนที่ไม่ใช่คนไทใหญ่ได้ลิ้มลองอาหารของ “ผู้อื่น” (Other) ขณะเดียวกัน บทความนี้เสนอว่าการที่ผู้ค้าเคลื่อนที่และเร่ไปตามชุมชน ที่อยู่อาศัยและที่ทำงานของคนไทใหญ่ ตลาดนัด และการที่ผู้ผลิตอาหารในเชียงใหม่ได้ส่งสินค้าไปขายด้วยแนวทางต่างๆในพื้นที่เมืองเชียงใหม่และบริเวณโดยรอบที่เป็นบริบทที่มีลักษณะเฉพาะตัวยิ่งทำให้อาหารไทใหญ่เป็นที่รู้จักและมีขายให้เห็นอย่างสังเกตได้มากขึ้น

คำสำคัญ: ไทใหญ่, การเคลื่อนที่, พื้นที่ทางสังคม, เชียงใหม่

ABSTRACT

This paper examines the creation of social space by the Shan people in Chiang Mai, as it relates to Shan food culture. The study considered the routes and transport of products and ingredients included in Shan food culture, as well as the consumer transactions between Shan and non-Shan people. It also considered the various actors involved in the flow, transport and production of Shan foods, and their roles in creating "spaces of inclusion" for non-Shan people to taste "other" food. The paper forwards the argument that the migration of Shan food vendors to Chiang Mai and other urban areas has improved both the visibility and access to Shan foods, while increasing their popularity and sales.

Keywords: Shan, Mobility, Social Space, Chiang Mai

บทนำ

ที่ผ่านมามีงานด้านชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ที่ศึกษาคนไทใหญ่ในสังคมไทยไว้จำนวนหนึ่ง บทความนี้ได้หยิบยกบางงานศึกษาและแบ่งกลุ่มโดยดูที่กลุ่มคนไทใหญ่และการตีความของงานที่ศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคืองานที่ศึกษาคนไทใหญ่ที่ตั้งรกรากในไทยก่อนยุครัฐชาติและมีการรวมตัวกันเป็นชุมชนในเวลาต่อมา จนอาจถือว่าเป็นคนดั้งเดิมในพื้นที่ เช่น Tannenbaum (1995) ศึกษาวัฒนธรรม ความเชื่อ การสร้างโลกทัศน์ แนวคิดทางพุทธศาสนาในช่วงตั้งแต่ทศวรรษ 1970 และมีงานอีกหลายชิ้นที่เกี่ยวกับคนไทใหญ่ในหมู่บ้านในอ.เมืองแม่ฮ่องสอนอย่างต่อเนื่อง และ Eberhardt (2006) ศึกษาการรับรู้และพัฒนาการตัวตนของคนไทใหญ่ในหลายมิติ เช่น เพศ อายุ และสภาวะอื่นๆ ในหมู่บ้านแห่งหนึ่งในอ.เมืองแม่ฮ่องสอนเช่นกัน คนไทใหญ่กลุ่มนี้ถือเป็น “ผู้อยู่อาศัยระยะยาว” (Long-term residents) (Tannenbaum 1995) หรือ “ผู้อพยพรุ่นเก่า” (Old migrants) ที่ได้รับการนิยามว่าเป็นกลุ่มที่เดินทางเข้ามาตั้งรกรากก่อนประวัติศาสตร์รัฐชาติในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเชลยที่ถูกพามาอยู่ตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านนา พ่อค้าเดินทางไกล และที่มาพร้อมกับธุรกิจค้าไม้สมัยอาณานิคม (สรัสวดี 2551) จึงมีทุน (capital) ในด้านต่างๆ และมีการปรับตัวเข้ากับสังคมไทย หรือกลืนกลาย (Assimilate) เป็นคนไทยและถือสัญชาติไทยไปแล้ว (Amporn 2008)

งานกลุ่มที่สองศึกษาคนไทใหญ่ที่อพยพเข้ามาอยู่ตามพื้นที่ชายแดนในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่และบริเวณใกล้เคียงเนื่องจากปัญหาการเมืองภายในประเทศ และตั้งเป็นชุมชนไทใหญ่เช่นเดียวกันในเวลาต่อมา เช่น Kaise (1999) ศึกษาเรื่องการผสมกลมกลืมของคนไทใหญ่ที่อพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่จ.แม่ฮ่องสอนหลังนโยบายการบังคับโยกย้ายถิ่นฐาน (Forced relocation) และมาตรการ “สี่ตัด” (Four cuts)[1] ของรัฐบาลทหารพม่า ส่งผลให้เกิดการอพยพระลอกใหญ่ของคนไทใหญ่เข้าสู่ประเทศไทย รวมทั้งอำเภอชายแดนในเชียงใหม่

อย่าง ฝาง แม่อาย ไชยปราการ และเวียงแหง ตัวอย่างงานศึกษาดังกล่าวเช่น วันดี (2545) ที่ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของคนไทใหญ่ที่บ้านเปียงหลวง อ.เวียงแหง เป็นต้น สองงานที่กล่าวมานี้ศึกษาคนไทใหญ่ในฐานะ “คนพลัดถิ่น” (Displaced person) มากกว่าที่จะเป็นแรงงานอพยพหรือแรงงานพลัดถิ่น (Migrant workers) จึงนำมาซึ่งงานศึกษาในกลุ่มที่ 3 ที่นิยามคนไทใหญ่เป็นแรงงานอพยพอันเนื่องมาจากสภาพการเมืองและเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง และมองว่าสาเหตุของการอพยพไม่ได้เกิดจากปัญหาภายในจากประเทศพม่าอย่างเดียว แต่เป็นผลพวงจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยที่ต้องการแรงงานอพยพเข้ามารองรับความต้องการของผู้ประกอบการด้วย เช่น อรัญญา (2548) ศึกษาแรงงานไทใหญ่ที่สวนส้มในอ.ฝาง จ.เชียงใหม่ แสดงให้เห็นถึงการสร้างความแตกต่างของคนไทใหญ่ที่มาอยู่ก่อนและที่อพยพมาที่หลังว่าเป็น “ไตใน” และ “ไตนอก” ตามลำดับ กลุ่มแรกหมายถึงไทใหญ่ที่เดินทางเข้ามาไทยก่อนที่นโยบายบังคับโยกย้ายถิ่นฐานและความวุ่นวายทางการเมือง ส่วนกลุ่มสองหมายถึงไทใหญ่ที่เดินทางเข้ามาหลังจากนั้นอันเนื่องจากประสบปัญหาไร้ที่ทำกินและความฝืดเคืองทางเศรษฐกิจอันเป็นผลพวกจากปัญหาการเมืองภายใน การศึกษานี้จึงเข้าข่ายทั้งงานใกลุ่มที่ 2 และ 3 ในขณะเดียวกัน

งานกลุ่มที่ 3 ที่ศึกษาคนไทใหญ่ในฐานะที่เป็นแรงงานอพยพนั้นมีจำนวนหนึ่ง โดยมีบริบทการวิจัยอยู่ในเมืองเชียงใหม่ ด้วยความที่เชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง เช่น ลำพูน เป็นพื้นที่มีแรงงานไทใหญ่อาศัยและทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นพื้นที่มีความเป็นเมืองที่มีทั้งงานด้านอุตสาหกรรมและการบริการมากพอที่คนไทใหญ่ต้องการมาหางานทำ และแรงงานอพยพไทใหญ่มีแนวโน้มที่จะทำงานในภูมิภาคนี้เพราะเห็นว่ามีคนไทใหญ่อยู่เป็นจำนวนมากและมีญาติพี่น้องหรือคนที่มาจากหมู่บ้านเดียวกันอยู่อาศัยและทำงานอยู่ก่อนแล้ว นอกจากนี้ วัฒนธรรมความเป็นอยู่และภาษาไทใหญ่ยังมีความใกล้เคียงกับภาษาท้องถิ่นภาคเหนือ จึงไม่ยากนักในการปรับตัว (ปณิธี 2547; Amporn 2008)

งานเหล่านี้นิยามผู้ที่ศึกษาเป็นแรงงานพลัดถิ่น (Migrant worker) หรือแรงงานข้ามชาติ (Transnational worker) หรือคนพลัดถิ่นเชิงเศรษฐกิจ (Economically displaced) เช่น ออมสิน (2552) ศึกษาการปรับตัวและการสร้างพื้นที่ของแรงงานที่อยู่ในเมืองเชียงใหม่ เช่นเดียวกับปานแพร (2551) ที่ดูว่าไทใหญ่ใช้พุทธศาสนาในการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร สุนทรี (2551) ศึกษาผ่านผู้หญิงไทใหญ่ที่เข้ามาเป็นแรงงานข้ามชาติในพื้นที่ตลาดสดด้วยแนวคิดเพศสภาพ (Gender) เพื่อดูว่าตำแหน่งแห่งที่ที่แตกต่างของความเป็นผู้หญิงได้สร้างประสบการณ์ที่หลากหลายอย่างไร และ Amporn (2008) ชี้ให้เห็นว่าเพลงป๊อปไทใหญ่ได้กลายเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงไทใหญ่ในพม่าและไทใหญ่ที่พลัดถิ่นและเป็นแรงงานในเมืองไทยผ่านบริบทข้ามชาติ (Transnationality)

บทความนี้ไม่ได้เลือกศึกษาคนไทใหญ่กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ กลุ่มคนที่ปรากฏในงานศึกษานี้เป็นทั้งคนไทใหญ่ที่มีสถานะและการนิยามตนเองซ้อนทับกันมากกว่าหนึ่งกลุ่ม นอกจากนี้ ยังศึกษาคนที่ไม่ใช่ไทใหญ่แต่ได้เข้ามาอยู่ในกิจกรรมการซื้อขายและมีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารไทใหญ่ โดยมีบริบทอยู่ในเมืองเชียงใหม่และพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อดูการสร้าง “พื้นที่ทางสังคม” (Social space) ของคนไทใหญ่ผ่านอาหารและสินค้าในฐานะที่เป็น “ชาติพันธุ์” (Ethnicity) ภายใต้บริบทของรัฐชาติไทย งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาต่อเนื่องจากเรื่องวัฒนธรรมอาหารของแรงงานไทใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ [2] พวกเขามีวิถีการกิน (Foodways) และการทำอาหารที่อาศัยการปฏิสัมพันธ์กับคนขายอาหารและสินค้าไทใหญ่ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นที่มาของบทความนี้ที่เน้นที่ผู้ขาย พ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบการที่อยู่ในฝ่ายผลิตและขนส่งสินค้า

จากการศึกษาพบว่า คนขายและผู้ประกอบการที่กล่าวมาได้สร้าง “พื้นที่ทางสังคม” ผ่านอาหารไทใหญ่ในตลาดนัดหรือในภาษาท้องถิ่นว่า “กาดนัด” รวมถึงคนที่เร่ขายด้วยมอเตอร์ไซค์หรือรถกระบะไปตามพื้นที่ชุมชนคนไทใหญ่และพื้นที่ก่อสร้างซึ่งเป็นที่ที่แรงงานทำงานและที่อยู่อาศัยชั่วคราวจนกว่าจะสร้าง

อาคารเสร็จ พื้นที่ทางสังคมดังกล่าวได้ขยายตัวและมีจำนวนมากขึ้นในเมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง เป็นเพราะความต้องการอาหารและสินค้ามากขึ้นจากจำนวนแรงงานที่สูงขึ้น สิ่งที่ตามมาคือคนขายที่เป็นทั้งไทใหญ่และกลุ่มชาติพันธุ์อื่นมองว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นแรงจูงใจให้เข้ามาทำมาค้าขาย จากที่เคยมีคนขายประมาณ 10 กว่ารายเมื่อราว 2-3 ปีก่อน ปัจจุบันเพิ่มเป็น 40-50 รายในช่วงกลางปี 2553 [3]

บทความนี้ศึกษาถึงประเภทของพ่อค้าไทใหญ่และรูปแบบการค้าขายและกลยุทธ์ในการสร้างองค์ความรู้ (Knowledge construction) ในการขายสินค้าที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ ยังสนใจศึกษาแหล่งผลิตของอาหารและสินค้าที่ใช้ในวัฒนธรรมอาหารไทใหญ่ที่ทั้งเดินทางผ่านพรมแดนรัฐชาติจากพม่า สินค้าที่ผลิตในประเทศจีนและส่งผ่านมายังประเทศไทยผ่านพม่าอีกทอดหนึ่ง และสินค้าที่ทำหรือผลิตในเมืองเชียงใหม่และอำเภอและจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆที่มีชุมชนไทใหญ่ตั้งอยู่ รวมถึงติดตามเส้นทางและการขนส่งของสินค้าผ่านผู้กระทำการ (Actor) ที่หลากหลายเพื่อไปสู่ผู้บริโภคคือคนไทใหญ่ที่โดยส่วนมากเป็นแรงงานในจังหวัดอื่นๆด้วย เช่น กรุงเทพฯและเมืองพัทยา จ.ชลบุรี เป็นต้น ดังนั้น จึงใช้แนวคิด “การเดินทางของอาหาร” (Flow of food) เพื่อศึกษาเส้นทางดังกล่าว รวมถึงการสร้าง “เครือข่าย” (Network) ของผู้ประกอบการที่มีบทบาทที่แตกต่างคล้ายคลึงและซ้อนทับกันในหลายสถานะโดยต้องอาศัยกลยุทธ์ที่หลากหลายเช่นกัน เป็นต้นว่า การสร้างความสัมพันธ์ต่างระดับทั้งกับคนขายด้วยกัน คนซื้อและเจ้าหน้าที่รัฐไทย

แนวคิดทั้งหลายที่กล่าวมานำไปสู่การศึกษาอาหาร สินค้า คนขาย และผู้กระทำการที่เกี่ยวข้องในการสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านอาหารและสินค้าไทใหญ่ ในแง่หนึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เมื่ออาหารของคนไทใหญ่ได้ปรากฏตัวขึ้นในพื้นที่กาดนัดของ “คนเมือง” [4] เป็นการเปิดพื้นที่ให้คนนอกชาติพันธุ์เข้ามาลิ้มลองอาหารไทใหญ่ในฐานะ “อาหารของคนอื่น” (Other food)

ของสังคมหลัก (Dominant society) อีกทั้งเป็นการเปิดพื้นที่ความเป็น “อาหารชาติพันธุ์” ในบริบทระยะเวลาร่วมสมัย ต่อยอดงานศึกษาที่พูดถึงการมีตัวตนอยู่ของอาหารไทใหญ่ผ่านการเดินทางและอพยพย้ายถิ่นของคนไทใหญ่ในอดีต โดยดูได้จากการขนของและสินค้าของการเดินทางไกลในงานของชูสิทธิ์ (2545) หรืองานที่อธิบายอาหารในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมและความเชื่อต่างๆ ในชีวิตของคนไทใหญ่ และเห็นว่าอาหารไทใหญ่เป็นเครื่องมือทางชาติพันธุ์ในการแสดงอัตลักษณ์หรือเป็นตัวบ่งบอกทางสัญลักษณ์ของพวกหรือกลุ่มเดียวกัน (Mintz 2002) เช่นงานของชายชื้น (2537) นงนุชและเรณู (2541) เรณู (2541ก ; 2541ข) และวีรพงศ์ (2544) เป็นต้น

สุดท้าย งานศึกษานี้พบว่า กลุ่มไทใหญ่ได้สร้างพื้นที่ทางสังคมของความเป็นไทใหญ่ที่พบเห็น (Visible) ได้มากขึ้นจากจำนวนอาหารและสินค้าที่ขายอยู่ในเชียงใหม่และใกล้เคียง ที่สัมพันธ์กับพื้นที่เชิงกายภาพที่ของเมืองเชียงใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว คือทำให้ “การเคลื่อนที่” (Mobile) การเร่ขายสินค้าของทั้งคนที่ใช่และไม่ใช่ไทใหญ่ได้สร้างพื้นที่ดังกล่าวให้เกิดขึ้น ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นกับเมืองอื่นๆ ได้ หรือเกิดขึ้นไม่ได้ในรูปแบบหรือลักษณะเดียวกัน

รถเร่ เส้นทาง และลูกค้า (เสมือน) ประจำ

งานศึกษานี้แบ่งพ่อค้าและแม่ค้าไทใหญ่ออกเป็น 3 ประเภทคือ 1.มอเตอร์ไซค์เร่ 2.รถกระบะเปิดท้ายเร่ และ 3.คนขายของในกาดนัด ประเภทแรกผู้ค้าใช้มอเตอร์ไซค์ที่ดัดแปลงเป็นรถเข็นยึดกับตัวเครื่องเคลื่อนที่บรรจุอาหารและสินค้า ผู้ค้าประเภทที่ 2 ส่วนใหญ่ไม่ได้ดัดแปลงโครงสร้างรถมากนัก หากนำเอาไม้กระดานหรือวัสดุอื่นๆ มาวางพาดหรือติดกับตัวรถเพื่อวางสินค้าให้เข้าที่เข้าทางและเป็นการนำเสนอ (Display) สินค้าให้คนสามารถเลือกซื้อได้สะดวกขึ้น คล้ายกับเป็นร้านค้าเคลื่อนที่ ส่วนผู้ค้าประเภทที่ 3 ใช้รถกระบะเช่นกัน แต่เพื่อบรรทุกสิ่งของเท่านั้น ไม่ได้ใช้เป็นร้านค้าอย่างประเภทที่ 2 เพราะคนขาย

ประเภทที่ 3 ตั้งแผงอาหารและสินค้าซึ่งเป็นได้ทั้งโครงไม้หรือโต๊ะพับบนพื้นที่เช่าขาย ลักษณะร่วมกันของผู้ค้าทั้ง 3 ประเภทคือการเร่และเคลื่อนย้ายไปตามที่ต่างๆ โดยเฉพาะพื้นที่ที่พวกเขารู้ว่าเป็นชุมชน ที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานของคนไทใหญ่ แม้ว่าผู้ค้าประเภทที่ 3 อาจแตกต่างบ้างเล็กน้อยตรงที่ไม่ได้เร่ขายเข้าไปในพื้นที่ของผู้ซื้อโดยตรง หากก็ต้องเปลี่ยนพื้นที่ขายไปตามกาดนัดต่างๆ ไม่ซ้ำกันในหนึ่งสัปดาห์ มีลักษณะ “เคลื่อนที่” เช่นเดียวกัน โดยในส่วนนี้จะกล่าวถึงผู้ค้า 2 ประเภทแรกก่อน ขณะที่ประเภทที่ 3 จะพูดถึงในรายละเอียดในส่วนถัดไป

พี่อุเทน[5] หนึ่งในพ่อค้าไทใหญ่ประเภทแรกที่ใช้มอเตอร์ไซค์เร่ไปขายตามที่ต่างๆ ที่เขารู้ว่ามีคนไทใหญ่อาศัยและทำงานอยู่ มอเตอร์ไซค์พาเขาไปทุกที่ตามตรอกซอกซอยในเมืองเชียงใหม่ได้ง่ายกว่าพาหนะอื่น อาหารและสินค้าที่เขาขายคือของสดเช่น ผัก เนื้อสัตว์แช่แข็งในถังพลาสติก รวมถึงวัตถุดิบแห้ง เช่น กระเทียม หอม และสินค้าที่ซื้อราคาส่งจากกาดเมืองใหม่ [6] จากนั้นนำมาแบ่งหรือชั่งขายตามความต้องการของผู้ซื้อ ตลอดจนสินค้าที่ขาดไม่ได้ในวัฒนธรรมอาหารไทใหญ่ เช่นถั่วเน่าซา ถั่วเน่าแค็บ ผักกาดส้ม เต้าหู้หรือในภาษาไทใหญ่เรียกว่า “ถั่วพู” นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอื่นๆ เช่น ขนมขบเคี้ยว ยาสามัญประจำบ้าน เครื่องสำอาง และของจิปาถะ รวมถึงสินค้าบันเทิงเช่นวีซีดีเพลงและคาราโอเกะของศิลปินไทใหญ่

ในแต่ละวันพี่อุเทนได้วางแผนว่าจะไปไหนบ้างในสัปดาห์นั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

จันทร์-อังคาร	ซื้อของตามที่ต่างๆและนำมาจัดหรือแบ่งใส่ถุงย่อยเพื่อแบ่งขาย
พุธ	ขายตามพื้นที่รอบเมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง
พฤหัสบดี	ขายในพื้นที่ในอ.แม่แตง

ศุกร์	ขายที่บริเวณ ต.แม่โจ้ รวมถึงพื้นที่ระหว่างอ.เมือง และอ.สันทราย
เสาร์	ขายในพื้นที่อ.เมืองที่เชื่อมระหว่างอ.สันกำแพง และบางพื้นที่ใน อ.สันกำแพง
อาทิตย์	วันหยุด

เส้นทางและพื้นที่ของผู้ค้าเร่นั้นไม่ประจำตายตัวตลอดไป เนื่องจากผู้ค้าต้องย้ายไปตามการเคลื่อนย้ายของแรงงานไทใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ทำงานก่อสร้าง ซึ่งอยู่ ทำงานและกินอยู่ตามพื้นที่ก่อสร้างจนงานก่อสร้างเสร็จ เมื่อได้งานที่ใหม่ก็ต้องย้ายไปสร้างเพิงสำหรับคนงานในที่ใหม่เช่นกัน คนค้าเร่เองต้องย้ายตามแรงงานไปที่ใหม่ด้วย ต้องคอยติดตามว่าที่ไหนมีพื้นที่ก่อสร้างเพื่อจะได้เพิ่มพื้นที่และเส้นทางในการขายของ ในขณะเดียวกันคนขายก็จะคอยติดตามว่าหากลูกค้าแรงงานไทใหญ่ที่ทำงานอยู่ใกล้จะเสร็จงานในพื้นที่ที่ทำอยู่แล้วหลังจากนั้นจะย้ายไปทำที่ไหนต่อ จึงทำให้เส้นทางและพื้นที่ของผู้ค้าต้องปรับตามเส้นทางการเคลื่อนย้ายของแรงงานไทใหญ่ไปโดยปริยาย

การเร่ขายสินค้าด้วยรถมอเตอร์ไซค์อาจถือเป็นขั้นเริ่มต้นของคนที่ผันตัวเองมาเป็นคนค้าขาย เพราะเป็นพาหนะที่ลงทุนน้อยสุด ผู้ค้าจำนวนมากเคยเป็นคนใช้แรงงานมาก่อน พวกเขาเห็นว่าการขายอาหารและสินค้าไทใหญ่นั้นเป็น “การเลื่อนขั้น” อย่างหนึ่ง จากการเป็นคนรับจ้างมาเป็นคนค้าขาย เมื่อเริ่มขายไปได้สักพักพ่อค้าบางคนอาจต้องการขยายกิจการโดยการเพิ่มจำนวนสินค้าและไปตามพื้นที่ต่างๆ ได้เร็วขึ้น การเร่ขายด้วยการใช้รถกระบะจึงเป็นคำตอบสำหรับความต้องการของผู้ค้าเช่นกรณีของพี่กบและพี่สาย สองสามีภรรยาไทใหญ่คู่หนึ่งที่ผู้ศึกษาพบที่พื้นที่ก่อสร้างหอพักบริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในช่วงเย็นวันหนึ่ง ซึ่งเป็นช่วงที่คนงานเลิกงานแล้วและเตรียมตัวที่จะหุงหาอาหารไว้กินมื้อเย็น พื้นที่ก่อสร้างนั้นเป็นพื้นที่แรกที่พี่กบและพี่สายเลือกมาขายในวันนั้น ส่วนใหญ่ทั้งคู่เลือกมาช่วงเวลานี้เป็นประจำเพราะหากมาก่อนคนงานเลิกงาน

ก็ต้องเสียเวลารอ แต่บางครั้งก็ไม่แน่นอน หากมาแล้วคนงานยังไม่เลิกก็ต้องรอ ไม่สามารถย้ายไปขายที่อื่นเลยเพราะจะเป็นการเสียลูกค้าของวันนั้นไปหนึ่งแห่ง

รถมอเตอร์ไซค์เร่ของผู้ค้าไทใหญ่จอดขาย
ของที่พื้นที่ก่อสร้างบริเวณถนนนิมมานเหมินทร์

จุดนี้เป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นของการเร่ขายของระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อชาวไทใหญ่ในบริบทเมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง นั่นคือผู้ค้านั้นกำหนดไว้แล้วว่าใครและที่ไหนจะเป็นลูกค้าและสถานที่ขายของในช่วงเวลานั้น และผู้ซื้อก็ได้กลายเป็นลูกค้าเสมือนประจำของพวกเขาในแต่ละวัน เพราะผู้ค้าไทใหญ่ทราบดีว่าลูกค้าของเขาส่วนใหญ่คือคนไทใหญ่ และเป็นคนที่อยู่ในชุมชนและพื้นที่ทำงานโดยเฉพาะบริเวณที่ก่อสร้าง หากพี่กบและพี่สายไม่รอขายสินค้าให้กับแรงงานไทใหญ่ในพื้นที่ก่อสร้างหนึ่งในวันใดวันหนึ่ง นั่นหมายความว่าพวก

เขาจะเสียลูกค้าประจำของวันนั้นไป รวมถึงการเสียรายได้ที่คาดว่าจะได้ไปด้วย ขณะเดียวกัน ผู้ซื้อซึ่งเป็นคนงานไทใหญ่เองอาจขาดแหล่งซื้ออาหารและของใช้ เนื่องจากไปตลาดสดไม่สะดวกเท่ากับมีรถเร่มาขายถึงบ้านและพื้นที่ทำงาน เงื่อนไขการทำงานของแรงงานอพยพหรือที่รัฐไทยนิยามว่า “แรงงานต่างด้าว” นั้นมีข้อจำกัดมากมาย ประการหนึ่งคือไม่สามารถซื้อหรือครอบครองยานพาหนะ เช่นมอเตอร์ไซค์เป็นของตนเองได้ ประการถัดมาคือถูกจำกัดการเดินทาง จึงทำให้พวกเขาเดินทางไปไหนมาไหนไม่สะดวก ดังนั้น รถเร่ของคนไทใหญ่จึงเป็นการตอบสนองการซื้อขายระหว่างแรงงานไทใหญ่กับผู้ค้าได้เหมาะสมตามสภาพความเป็นอยู่ที่ดีที่สุด ทั้งสองฝ่ายจึงต้องพึ่งพิงกันและสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน แรงงานไทใหญ่จึงเป็นลูกค้า (เสมือน) ประจำของผู้ค้าเร่ในขณะเดียวกัน

การสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นการสร้างเครือข่ายและพัฒนากลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (Social space) ผ่านการซื้อขายอาหารและสินค้าชาติพันธุ์ พวกเขามีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน และสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจผ่านการซื้อแบบเชื่อไว้แล้วจ่ายทีหลังหรือเมื่อเงินค่าจ้างออก ส่วนนี้งานของ Yasuda (2008) วิเคราะห์ว่าเป็นการสร้าง “ปฏิบัติการเชิงพื้นที่” (Spatial practice) ในชีวิตประจำวันของการใช้ชีวิตอยู่ในฐานะเป็นผู้พลัดถิ่นหรือแรงงานข้ามชาติในบริบทรัฐชาติไทย

ตลาดนัดและการเปิดพื้นที่ของการเชื้อเชิญ (Space of inclusion)

เช่นเดียวกับผู้ค้าเร่ คนขายของที่กาดนัดต้องรู้ว่าที่ใดเป็นพื้นที่และชุมชนของคนไทใหญ่ ที่สามารถเดินหรือไปกาดนัดซื้อของได้สะดวกหรือไม่ไกลจนเกินไป ผู้ค้าไทใหญ่ในกาดนัดเองก็มีตารางขายของในแต่ละสัปดาห์เช่นกัน อย่างกรณีของพี่วีระนั้นจัดตารางขายของดังนี้ โดยวันจันทร์ขายในพื้นที่สุสานร้างวัดช่างเคี่ยน วันอังคารที่กาดนัดพิบูลทองใกล้แยกสันทราย วันพุธที่หมู่บ้านคุรุสภา

อ.ดอยสะเก็ด วันพฤหัสฯหยุด วันศุกร์ที่วัดตองกาย อ.หางดง วันเสาร์ที่วัดโป่งน้อย อ.เมือง และวันอาทิตย์ที่หมู่บ้านขวัญเวียง อ.หางดง ในแต่ละพื้นที่ที่พี่วีระไปนั้นจัดให้มีกาดนัดอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง การขายของในกาดนัดของผู้ค้าไทใหญ่จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แรงงานมีช่องทางในการหาซื้ออาหารและสินค้ามาประกอบเอง กาดนัดนั้นถือเป็นพื้นที่ของกิจกรรมการซื้อขายที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ ไม่ใช่เฉพาะในเมืองเชียงใหม่เท่านั้น แต่รวมถึงเมืองใหญ่หรือพื้นที่ที่มีความเป็นเมือง (Urbanized) อื่นๆด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Sada et al. (1978) ที่เสนอว่าตลาดนัดในประเทศกำลังพัฒนานั้นมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเนื่องมาจากความต้องการของจำนวนประชากรที่มากขึ้น และการเกิดขึ้นของตลาดนัดคือผลพวงของการกลายเป็นเมือง สอดคล้องกับแนวโน้มของพื้นที่หลายแห่งที่กำลังเติบโตกลายเป็นเมืองในจำนวนที่สูงขึ้น

พี่วีระไม่ใช่คนไทใหญ่ แต่เป็น “คนเมือง” จากจังหวัดน่าน เข้ามาขายอาหารและสินค้าไทใหญ่ผ่านการแต่งงานกับผู้หญิงไทใหญ่จากบ้านเปียงหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่ ก่อนหน้านี้ ทั้งคู่เคยทำงานในพื้นที่ก่อสร้าง โดยพี่วีระเป็นหัวหน้าคนงาน ส่วนภรรยาเป็นแรงงานรับจ้าง ทั้งคู่พบรักกันและอยู่กินกันในที่สุด โดยช่วงแรกทำงานก่อสร้างสักพักก่อนตัดสินใจซื้อรถกระบะเก่าๆ คันหนึ่งราวปี 2547-48 เพื่อนำสินค้าจากหลายๆ พื้นที่มาขาย เช่น ใบชาดอง ถั่วประเภทต่างๆ สินค้าอุปโภคบริโภคจากเมืองในอำเภอชายแดนที่อ.แม่สาย จ.เชียงราย และอ.แม่สอด จ.ตาก ผักสดจากอ.เชียงดาว อ.ฝาง และอื่นๆในจ.เชียงใหม่ และของที่มาขายที่กาดเมืองใหม่ด้วย รวมทั้งสินค้าที่ภรรยาของพี่วีระทำขึ้นเอง เช่น “ข้าวฟืน” หรือ “ถั่วพูอุ่น” ทำจากถั่วเหลืองและไปนึ่งจนกลายเป็นก้อน และอื่นๆที่ทำจากแป้งและนำมาปรุงใส่เครื่องและวัตถุดิบต่างๆ เป็น “ถั่วพูยำ” “ข้าวซอยยำ” เป็นต้น และที่เอามาทอดเป็น “ถั่วพูทอด” ตลอดของกินอื่นๆ เช่น “ขี้นกเป้า” ขนมกินเล่นของเด็กทำจากแป้งเส้นทอดกรอบ

ลักษณะการขายของในกาดนัดคือการนำเอาแผงไม้ไผ่มากางบนขาตั้ง

สูงประมาณเอว แผงของพี่วีระกว้างยาวประมาณ 20 ตารางเมตร ถือว่าเป็นแผงใหญ่ ต่างจากช่วงเริ่มต้นธุรกิจนี้ที่ทั้งคู่เช่าพื้นที่เล็กๆ ในกาดนัดที่วัดโป่งน้อยเป็นแห่งแรก หลังจากพบว่าอาชีพนี้ไปได้จึงเริ่มขยายกิจการโดยเสาะหากาดนัดอื่นๆ อีก บางวันขายตอนเช้าในตลาดแห่งหนึ่ง ตอนบ่ายขนของใส่รถกระบะไปตั้งแผงขายอีกแห่งหนึ่ง ด้วยความที่มีลูกค้าที่เป็นแรงงานไทใหญ่จำนวนมาก ทั้งคู่จึงจ้างผู้ช่วยซึ่งเป็นคนไทใหญ่เช่นกันมาเตรียมและขายของในแต่ละวันด้วย

> *"การที่เราขายดี เป็นเพราะพี่อ้อย (ภรรยา) เป็นคนไทใหญ่ เขาจะรู้ทุกอย่างว่าคนไทใหญ่ต้องการอะไร นอกจากนี้ เรายังรู้จักคนไทใหญ่เยอะ ทำให้รู้ว่าที่ไหนเป็นแหล่งที่คนไทใหญ่อยู่ เราก็พยายามไปขายของในกาดนัดแถวนั้น"*
> *(สัมภาษณ์พี่วีระ วันที่ 31 มกราคม 2552)*

กรณีของพี่วีระแสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงอาชีพผ่านการแต่งงานข้ามชาติพันธุ์ (Inter-ethnic marriage) ทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารการกินของคนไทใหญ่จนทำให้เกิด "การสร้างองค์ความรู้" (Hughes 2004) รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับคนเหล่านี้เพื่อพัฒนาให้เป็นลูกค้าประจำ (Stoller 2004) และคอยเป็นคนให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่อยู่และทำมาหากินของคนไทใหญ่ การซื้อขายของกินและสินค้าไทใหญ่ของคนขายและคนซื้อที่เป็นคนไทใหญ่จึงเหมือนเป็นการสร้างรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงขึ้นมาที่สอดรับกันและกัน

การเข้าไปขายของในกาดนัดในกรณีเมืองเชียงใหม่นั้น ขั้นแรกผู้ค้าต้องแจ้งความจำนงต่อคณะกรรมการกาดนัดซึ่งเป็นผู้จัดการพื้นที่และเก็บค่าเช่าหรือค่าธรรมเนียม คณะกรรมการกาดนัดอาจเป็นกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ที่กาดนัดนั้นตั้งอยู่ หรือในบางที่อาจมีพระสงฆ์ร่วมเป็นกรรมการด้วยหากกาดนัดนั้นตั้งอยู่ในบริเวณวัดหรือศาสนสถาน โดยส่วนใหญ่ผู้ค้าต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือนล่วง

หน้าในการตั้งแผงใน 4 วันต่อเดือน เพราะส่วนใหญ่กาดนัดในหลายพื้นที่มีเพียง 1 วันต่อสัปดาห์ เช่นราคาค่าเช่าที่วัดโป่งน้อยตกวันละ 30 บาทต่อวัน ขณะที่บางแห่งจ่ายถึงวันละ 60-70 บาท โดยต้องขายและจ่ายค่าเช่าอย่างต่อเนื่อง ไม่เช่นนั้นคณะกรรมการกาดนัดอาจจะไม่ให้เช่าแผงต่อไปในอนาคตได้

นอกจากนี้ คนขายของไทใหญ่ยังต้องมีการแข่งขันด้วยกันเองสูงด้วย เพราะมีลูกค้าหลักเป็นแรงงานไทใหญ่ พี่วีระเล่าว่าโดยทั่วไปเหมือนที่เป็นรู้กันว่า ในกาดนัดแต่ละแห่งควรมีผู้ค้าขายอาหารและสินค้าไทใหญ่ได้เพียงเจ้าเดียวเท่านั้น ไม่เช่นนั้นจะเป็นการแย่งลูกค้ากัน เพราะผู้ค้าจะได้คนไทใหญ่เป็นลูกค้าประจำโดยปริยายอยู่แล้ว ครั้งหนึ่งพี่วีระต้องยอมขายตัดราคาให้ถูกกว่าแผงสินค้าไทใหญ่อีกเจ้าหนึ่งเมื่อรู้ว่าเริ่มมีคู่แข่ง จนทำให้ผู้ค้าอีกรายต้องถอนตัวไปในที่สุด เพราะไม่เช่นนั้นจะทำให้รายได้ที่ควรจะได้นั้นขาดหายไปจากการแย่งส่วนแบ่งการตลาดกัน

นอกเหนือจากกาดนัดทั่วไปที่มีไปเกือบทุกมุมเมืองของเชียงใหม่และอำเภอรอบนอกที่สามารถพบผู้ค้าอาหารและสินค้าไทใหญ่ตั้งแผงขายของอยู่ กาดถนนคนเดินในบางแห่งมีคนไทใหญ่นำสินค้าไปขายด้วย เช่นที่ถนนคนเดินวัวลาย ถนนคนเดินท่าแพ[7] ในเมืองเชียงใหม่ และถนนคนเดินที่อ.สันกำแพง กาดถนนคนเดินนั้นแตกต่างจากกาดทั่วไปตรงที่คนที่มานั้นไม่ได้มุ่งมาจับจ่ายซื้อของกินของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวันเพียงอย่างเดียว หากเป็นพื้นที่ของการเดินเล่นและสำหรับท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เนื่องจากมีสินค้าที่หลากหลายมากกว่าสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น งานหัตถกรรม ของที่ระลึก ของชำร่วย สินค้าประดิษฐ์ตามสมัยนิยม หรืองานศิลปะต่างๆ กาดนัดคนเดินจึงเป็นพื้นที่ของการแนะนำวัฒนธรรมอาหารและสินค้าให้กับคนที่ไม่ใช่ไทใหญ่ได้รู้จัก

ที่กาดถนนคนเดินวัวลายมีแผงของกินและสินค้าของอาจารย์โกลิตั้งขายอยู่บริเวณรูปปั้นวัว ถือเป็นพื้นที่ของการชักชวนคนทั่วไปได้รู้จักอาหารที่ทำจากถั่วเหลืองหรือถั่วพูที่แปลกไปจากอาหารไทยหรืออาหารภาคเหนือ โดยเฉพาะการติดป้ายพลาสติกสีเหลืองด้วยข้อความว่า "...อาหารจากแม่สาย [8] อาหารแปลก ข้าวฟืนถั่วร้อน ข้าวฟืนถั่วทอด ข้าวฟืนถั่วยำ ทำจากถั่วเหลืองล้วนๆ ไม่ผสมแป้ง" อาจารย์โกลิซึ่งเป็นทั้งพ่อค้าขายของและอาจารย์ดูหมอตำราไทใหญ่ในตอนนั้น เลื่อนขั้นจากการเป็นแรงงานในพื้นที่ก่อสร้าง ร้านอาหารและสวนผลไม้เช่นผู้ค้าอีกหลายคน อธิบายว่าเขาต้องการแนะนำอาหารไทใหญ่ให้คนที่ไม่ใช่ไทใหญ่ได้รู้จัก โดยเริ่มตั้งแต่ประมาณปี 2548 ตอนนั้นถนนวัวลายเพิ่งเริ่มพัฒนาเป็นถนนคนเดินได้เพียง 2 ปี ตอนนั้นเขาเป็นเพียงคนขายของที่ใช้รถมอเตอร์ไซค์เร่ บังเอิญมาเดินเล่นที่นี่และได้พบกับคนไทใหญ่ที่เป็นลูกค้าของเขาโดยบังเอิญ และได้รับคำแนะนำให้เอาอาหารและของมาตั้งแผงขายที่นี่ เขาได้ทำตามคำแนะนำนั้นโดยหวังขายของให้คนไทใหญ่ที่ทำงานบริเวณนี้เป็นหลัก แต่กลายเป็นว่า "คนเมือง" คนไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจชิมอาหารเหล่านี้ด้วย ขณะที่บางคนเคยกินอาหารแบบนี้ที่อ.แม่สายก็ดีใจว่าได้มีโอกาสกินอีกครั้งที่นี่ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ก็เห็นอาหารเหล่านี้เป็นของแปลกเช่นกัน

กรณีการขายอาหารไทใหญ่ของอาจารย์โกลิและผู้ค้าไทใหญ่ในพื้นที่กาดถนนคนเดินอื่นๆจึงเป็นการเปิดพื้นที่อาหารชาติพันธุ์ให้ขยายมากยิ่งขึ้น เป็น "พื้นที่ของการเชื้อเชิญ" (Space of inclusion) ผู้อื่น (Other) ที่ไม่ใช่คนไทใหญ่ให้เข้าลิ้มลองรสชาติของอาหารของไทใหญ่โดยที่ไม่ตั้งใจในตอนแรกและกลายเป็นความตั้งใจในตอนหลัง เนื่องจากพื้นที่ถนนคนเดินเป็นที่รวมตัวกันของคนมากหน้าหลายตาหรือมีความหลากหลาย ซึ่งเอื้อให้อาหารไทใหญ่เป็นที่รู้จักและรับรู้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน

อาหารและสินค้าข้ามพรมแดน

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าผู้ค้าทั้ง 3 ประเภทขายอาหารและสินค้าไทใหญ่หรือที่มากจากพม่านั้น สิ่งที่น่าสนใจตามมาคือสินค้าอะไรกันแน่ที่เป็นที่ต้องการของคนไทใหญ่ นอกจากนี้ พ่อค้าแม่ขายรวมถึงผู้กระทำการในการซื้อขายอาหารและสินค้าไทใหญ่นั้นมีช่องทางหรือกลยุทธ์อะไรในการนำมาซึ่งวัตถุดิบและสินค้าจากพื้นที่ต่างๆ ที่ใช้เพื่อดำรงอยู่ในดินแดนที่ไม่ใช่บ้านของตนเอง การได้กินและบริโภคจึงเหมือนเป็นการเติมเต็มความเป็น “ไทใหญ่” และเป็นการสร้าง “ความเป็นเจ้าของ” (Sense of belonging) ในพื้นที่ต่างถิ่น (Busarin 2009)

วัตถุดิบและสินค้าบางประเภทที่เฉพาะเจาะจงนำมาใช้ในการประกอบอาหารไทใหญ่นำเข้าและขนส่งผ่านชายแดนจากพม่าเข้าสู่ไทยและนำมาขายอย่างแพร่หลายในเมืองเชียงใหม่และพื้นที่ใกล้เคียง โดยผ่านด่านที่เป็นทางการ 2 แห่งคือที่อ.แม่สาย จ.เชียงราย และที่อ.แม่สอด จ.ตาก สินค้าดังกล่าวนั้นมีความหลากหลายตั้งแต่ของสดหรือดิบที่เก็บไว้ได้ไม่นานจนถึงสินค้าสำเร็จรูปที่มีวันหมดอายุ เช่น ถั่วชนิดต่างๆ หัวหอม กระเทียม ใบชาดองสำเร็จรูป เนื้อกระป๋อง เช่น ไก่ หมู เนื้อวัว หนังปองหรือหนังควายหรือวัวทอด น้ำอ้อยก้อน (น้ำตาลที่ทำจากอ้อย) เส้นก๋วยเตี๋ยวและข้าวซอยแห้ง ปลาและอาหารทะเลแห้ง ตลอดจนขนมขบเคี้ยว อาหารสำเร็จรูปในหีบห่อที่ผลิตในประเทศจีน เช่น กาแฟ นมผง ของกินเล่น เสื้อผ้า รองเท้าและรองเท้าแตะยาง รวมทั้งข้าวของเครื่องใช้ภายนอกที่ผลิตในพม่า เช่น ยารักษาโรค เครื่องสำอางเช่น ทานะคาที่ทำจากรากไม้ใช้ทาหน้าของผู้หญิง น้ำหอม ลิปสติก แป้งทาหน้า หรือสินค้าประเภทหนังสติ๊กยิงนกสำหรับผู้ชาย รวมทั้งสินค้าให้ความรู้และความบันเทิงเช่น หนังสือเรียน พจนานุกรม วีซีดี วีซีดีคาราโอเกะ และเทปคาสเซ็ท

สินค้าที่กล่าวมานั้นส่วนใหญ่มีขายในเมืองชายแดนทั้ง 2 แห่ง จึงเป็นเรื่องยากที่จะบอกว่ามีสินค้าใดที่เฉพาะเจาะจงมาจากเมืองไหนได้ชัดเจน อาจ

มีสินค้าบางประเภทที่อาจไม่พบแพร่หลายในเมืองชายแดนแห่งใดแห่งหนึ่ง เช่น ถั่วเน่ามีขายที่แม่สายมากกว่าที่แม่สอด เนื่องจากแม่สายเป็นพื้นที่ที่มีคนไทใหญ่อยู่มากกว่าที่แม่สอด หรือสินค้าอย่างปลาหรือของทะเลแห้งก็พบมากที่แม่สอด เนื่องจากเป็นเมืองที่อยู่ติดกับเมียวดีซึ่งอยู่ไม่ไกลจากชายทะเลเมืองเมาะละแหม่ง จึงทำให้แม่สอดมีชื่อเสียงในเรื่องอาหารทะเลราคาถูกที่ส่งมาจากพม่า และมีร้านอาหารทะเลเป็นจำนวนมากในเมืองนี้ ของทะเลที่มาจากพม่าจึงเป็นที่ต้องการมากกว่า เนื่องจากปัจจุบัน จากการรายงานของด่านศุลกากรแม่สอด พบว่าทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งของไทยลดลง ทำให้ชาวประมงต้องออกเรือไปจับสัตว์ทะเลไกลขึ้นและเกิดต้นทุนสูงขึ้นตามมา โดยเฉพาะค่าน้ำมันและการขนส่ง ดังนั้น การนำเข้าสินค้าจากพม่าที่ราคาถูกกว่าจึงเป็นทางเลือกที่ดีกว่าแทน [9]

เมื่อพิจารณาราคาสินค้าจากพม่าที่ขายใน 2 เมืองชายแดนนั้น พ่อค้าขนส่งหรือพ่อค้าเหมาในเมืองเชียงใหม่ให้ความเห็นต่างกันออกไป บ้างว่าสินค้าที่แม่สายถูกกว่าที่แม่สอด บ้างก็ว่าค่าขนส่งจากแม่สอดนั้นต่ำกว่าที่แม่สาย หากผู้ค้ารายย่อยที่เป็นรถเร่หรือที่ตลาดนัดให้ความเห็นว่าราคาสินค้าจากฝั่งพม่าก่อนข้ามแดนมายังแม่สายหรือแม่สอดนั้นไม่แตกต่างกัน แต่ราคานั้นถูกปรับหลังจากข้ามแดนมาฝั่งไทย จะได้ถูกหรือแพงก็ขึ้นอยู่กับว่ามีความสนิทสนมหรือเป็นลูกค้าประจำของร้านค้าที่ชายแดนเหล่านั้นมากน้อยแค่ไหน แต่ผู้ค้าหรือที่เหมามาจากชายแดนเหล่านี้ก็ไม่เคยคิดที่จะข้ามไปซื้อสินค้าเหล่านี้ด้วยตนเองที่ฝั่งพม่า การซื้อของจากร้านค้าในฝั่งไทยนั้นสะดวกกว่า เพราะผู้ค้าที่แม่สอดและแม่สายทำหน้าที่คล้ายพ่อค้าคนกลางติดต่อกับคนขายที่ฝั่งพม่าแทน และไม่ต้องเสียเวลาข้ามแดนและค่าขนส่ง เพราะหากข้ามไปซื้อก็ไม่สามารถเอารถไปขนของกลับมาเองได้ หากจะนำรถข้ามไปต้องทำเรื่องขออนุญาตอย่างเป็นทางการ ขั้นตอนเหล่านี้ยุ่งยากเกินไปสำหรับการค้าขายสินค้าจากพม่าของผู้ค้าในปัจจุบัน

จากการเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงปี 2552-2553 พบว่ามีพ่อค้าขายส่งในเมืองเชียงใหม่ที่รับสินค้ามาจากชายแดนแม่สาย 4-5 ราย พี่พิชัยเป็นหนึ่งในนั้น เขาเป็นคนจีนยูนนานลูกหลานอดีตทหารจีนคณะชาติ กองพล 93 (กั๊กมินตั๋ง) ที่อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย ย้ายมาทำงานแกะสลักหยกในเมืองเชียงใหม่ในปี 2533 ก่อนที่จะแต่งงานกับผู้หญิงไทใหญ่ ปัจจุบันมีลูกชายทั้งหมด 3 คน ช่วงแรกเขาใช้รถปิ๊กอัพขายของไทใหญ่ตามกาดนัดและงานเทศกาลที่วัดไทใหญ่ต่างๆ ในระหว่างที่แกะสลักหยกไปด้วย แต่ในที่สุดก็ต้องเลิกอาชีพงานฝีมือนี้อย่างเป็นทางการในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำในราวปี 2540 เมื่อความต้องการหยกแกะสลักลดลง หากการขายอาหารและสินค้าไทใหญ่นั้นทำกำไรได้มากกว่า

พี่พิชัยยังเป็นเพียงหนึ่งในผู้ค้าเหมา 2 รายที่ไปซื้อสินค้าด้วยตนเองที่ชายแดน ส่วนเจ้าอื่นนั้นสั่งสินค้าจากการโทรศัพท์สั่งซื้อให้คนขายที่ชายแดนส่งสินค้าส่งมาให้ตามสิ่งของและจำนวนที่ต้องการ หลังจากนั้นก็ขายส่งให้กับผู้ค้ารถเร่และที่ขายในกาดนัดต่างๆ มีทั้งที่ไปส่งเองกับผู้ค้าเหล่านี้โดยตรงและที่ขายให้กับคนที่มาซื้อเองถึงบ้าน และส่วนใหญ่เขาจะซื้อสินค้าที่ชายแดนแม่สายมากกว่าแม่สอด ด้วยระยะทางที่ใกล้กว่าแบบไปเช้าเย็นกลับได้ภายในวันเดียว โดยตรงไปที่ตลาดนายบุญยืน[10] ที่มีสินค้าข้ามแดนมาจากตลาดท่าล้อฝั่งท่าขี้เหล็กของฝั่งพม่า จากการสังเกตพบว่ามีร้านค้ากว่า 10 ร้านที่ขายสินค้าเหล่านี้ ผู้ค้าที่รับสินค้าเหล่านี้มาขายมีทั้งที่ขายปลีกให้กับคนทั่วไปและขายส่งให้กับพ่อค้าจากที่อื่นที่ต้องการซื้อของในจำนวนมากอย่างพี่พิชัย

พ่อค้าคนหนึ่งในตลาดนายบุญยืนเล่าว่าการซื้อของจากตลาดในท่าขี้เหล็กเพื่อมาขายอีกต่อหนึ่งนั้น ต้องสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือล่วงหน้า จากนั้นผู้ค้าที่ฝั่งพม่าจะเตรียมสินค้าและขนส่งข้ามแดนโดยใช้แรงงานของคนรับขนส่งที่ใช้รถลากหรือใส่ตระกร้าพลาสติกแบกไว้บนหลังและเดินข้ามสะพานแม่น้ำสายมาฝั่งไทยแทนการขนส่งด้วยรถ คนขนส่งสินค้าเหล่านี้อาจได้รับสินน้ำใจเล็กๆน้อยๆจากพ่อค้าฝั่งไทย ส่วนที่แม่สอดนั้น มีตลาดที่คนในท้องถิ่นเรียกว่า “ตลาด

พม่า" เป็นตรอกเล็กๆอยู่ใกล้กับทางแยกถนนอินทรคีรี สินค้าในเมืองแม่สอดส่วนใหญ่รับมาจากตลาดบาเย็งนองในเมียวดีของฝั่งพม่า ห่างจากชายแดนแม่สอดประมาณ 2 กิโลเมตร

นอกจากนี้ การนำสินค้าจากพม่าผ่านจุดผ่อนปรนตามชายแดนต่างๆยังมีอยู่โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอนที่มีชายแดนติดกับพม่า รวมถึงที่เป็นการขนข้ามแดนอย่างผิดกฎหมาย เช่นที่จุดผ่อนปรนกิ่วผาวอกที่บ้านหนองอุก (ปัจจุบันชื่อบ้านอรุโณทัย ถูกเปลี่ยนในปี 2514 แต่ชาวบ้านยังติดเรียกตามความเคยชินว่า "หนองอุก" อยู่) อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ที่ปัจจุบันได้ปิดเป็นการชั่วคราว [11] ทำให้ที่ผ่านมาพื้นที่นี่เป็นจุดลักลอบของคนไทใหญ่ที่เข้ามาในไทยอยู่ อีกทั้งยังมีการนำสินค้าบางอย่างใส่กระสอบถุงปุ๋ยแบกใส่หลังเดินข้ามชายแดนที่เป็นป่าเข้ามา โดยทำกันอย่างจริงจังมากขึ้นหลังจากการปิดจุดผ่อนปรนตั้งแต่ปี 2543 แม้ว่าบริเวณดังกล่าวมีรั้วลวดหนามกั้นเขตแดนความยาวประมาณ 5 กิโลเมตรอย่างชัดเจน และมีทหารเดินลาดตระเวณอยู่ แต่การเดินข้ามแดนและลักลอบเอาสินค้าเข้ามาก็ยังเกิดขึ้น ครั้งหนึ่งนายทหารที่ประจำการอยู่ทราบว่ามีการลักลอบข้ามชายแดนเข้ามา จึงพยายามไล่ตามจับ หากล้มเหลวในการจับกุมตัว เพราะคนวิ่งหนีหายไปได้ พบเพียงถุงกระสอบปุ๋ยที่มีสินค้าจากพม่าตกอยู่เป็นแค่ของกลางเท่านั้น ซึ่งก็ยากแก่การจับตัวเพราะพื้นที่เป็นรอยต่อของสองประเทศเป็นป่าและต้นไม้รกทึบ [12]

แหล่งวัตถุดิบและการขนส่งสินค้า

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงผู้ประกอบการ (Actor) ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการขนส่งสินค้าจากชายแดนสู่เมืองเชียงใหม่ และให้ภาพเพียงบางส่วนของสินค้าดังกล่าวจากเมืองเชียงใหม่ที่ส่งต่อไปยังพื้นที่อื่นที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ค้า โดยผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ค้าปลีกทั้งหมดส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองเชียงใหม่ การหาผู้ที่อยู่ในเครือข่ายซื้อขายและขนส่งสินค้าดังกล่าวจากชายแดนหรือจากเชียงใหม่

ไปยังพื้นที่อื่นๆ ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะหลายคนอ้างว่าไม่สะดวกในเรื่องเวลาที่ไม่แน่นอน ผู้ค้าหลายคนไม่สามารถบอกได้ว่าจะเดินทางไปที่แม่สายหรือแม่สอดวันไหนเนื่องจากต้องดูว่าสินค้าที่รับมาขายเมื่อครั้งก่อนนั้นใกล้หมดสต๊อกเมื่อใด

การเดินทางไปแม่สายเพื่อซื้อสินค้าในแต่ละครั้งของพี่พิชัยที่ได้กล่าวถึงในส่วนที่แล้ว เขาเดินทางคนเดียวโดยขับรถกระบะออกจากเชียงใหม่ตั้งแต่ตี 4-5 ถึงตลาดนายบุญยืนราว 8-9 โมงเช้า ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมงเลือกสินค้าและต่อรองราคากับเจ้าที่เขาซื้อประจำ จากนั้นรอให้คนของร้านจัดเรียงสินค้าและขนขึ้นรถของเขา ราวบ่าย 2-3 โมงของวัน พี่พิชัยออกจากแม่สายมุ่งหน้าเมืองเชียงใหม่ เพราะขากลับใช้เวลานานกว่าขามาเนื่องจากน้ำหนักของสินค้าที่แบกกลับมาด้วย บวกกับต้องจอดที่ด่านตรวจของเจ้าหน้าที่ตามเส้นทาง พ่อค้าแทบทุกรายต้องหยุดรถให้ตรวจโดยต้องแสดงใบเสร็จการซื้อสินค้าประกอบ อย่างไรก็ตาม พี่พิชัยไม่จำเป็นต้องแสดงใบเสร็จหรือหยุดให้เจ้าหน้าที่ตรวจทุกด่านเหมือนในช่วงแรกที่ทำธุรกิจ เพราะได้สร้างความคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่บางคนหลังจากที่เดินทางไปกลับเชียงใหม่-แม่สายได้ระยะหนึ่ง กรณีนี้ทำให้เห็นว่าเขาต้องสร้างกลยุทธ์ต่อรองกับรัฐไทยเพื่อความสะดวกในการประกอบอาชีพ

ช่วงที่ผู้ค้าส่วนใหญ่ไปซื้อสินค้าหรือสั่งสินค้าจากชายแดนให้มาส่งมากที่สุดคือช่วงเทศกาลประเพณีไทใหญ่ เช่น ปีใหม่ไตในช่วงเดือนเมษายน และช่วงงานปอยส่างลองหรืองานบวชลูกแก้วที่เริ่มต้นตั้งแต่เดือนมีนาคม-เมษายนของทุกปี โดยจัดขึ้นในวัดไทใหญ่ที่กระจัดกระจายอยู่ในเมืองและอำเภอใกล้เคียง ในตัวเมืองเชียงใหม่นั้น วัดป่าเป้าและวัดกู่เต้าได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในช่วงที่ผ่านมา คนไทใหญ่ส่วนใหญ่ต้องการไปร่วมงานสืบสานประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ตนเอง และตั้งใจไปกินอาหารไทใหญ่และซื้อสินค้าไทใหญ่จากพ่อค้าแม่ขายที่ตั้งแผงขายของในบริเวณวัดมากกว่า 20 เจ้าได้ ช่วงเทศกาลจึงเป็นโอกาสให้คนขายของตามกาดนัดต่างๆมาตั้งแผงขาย และอาจทำให้หยุดขายในกาดนัดในที่อื่นๆ ในช่วงวันงานประเพณีเพราะพวกเขาเห็นว่าขายของในวัดไทใหญ่

ช่วงนี้ได้กำไรดีกว่า นอกจากนี้ ผู้ขายของส่งบางรายที่เคยรับสินค้ามาขายให้กับพ่อค้าปลีกในช่วงปกติก็ถือโอกาสนี้ตั้งแผงขายตามราคาปลีกเหมือนผู้ขายอื่นๆ

สินค้าที่มาจากชายแดนนั้น นอกจากนำมาขายต่อในกาดนัด งานประเพณี และการเร่ขายของผู้ค้ารายปลีกแล้ว ร้านอาหารไทใหญ่ที่มีอยู่ 5-6 ร้านดัดแปลงจากตึกแถวขนาดเล็กเรียงรายติดกันในตึกใหญ่หลังเดียวตั้งอยู่บริเวณหลังวัดป่าเป้าเป็นอีกแหล่งหนึ่งที่คนไปกินข้าวซอย ขนมเส้นหรือก๋วยเตี๋ยวประเภทอื่นๆ โดยรวมแล้วทั้งอาหารและสินค้าที่ร้านอาหารขายนั้นคล้ายคลึงกับที่ขายในกาดนัด ต่างกันตรงที่ที่ร้านอาหารมีที่นั่งกิน บางร้านอาจมีทีวีเปิดรายการและสิ่งบันเทิงภาษาไทใหญ่ให้คนกินได้ชม คนไทใหญ่เองใช้พื้นที่นี่ในการนัดพบหรือสังสรรค์กันในยามว่าง ร้านเหล่านี้ยังมีวัตถุดิบ ของแห้ง อาหารกระป๋องที่ซื้อติดมือกลับบ้านได้ เจ้าของร้านอาหารเหล่านี้สั่งซื้อสินค้าจากชายแดนกับพ่อค้าส่งในเมืองเชียงใหม่เช่นกัน หรือบางกรณีหากรู้จักกับคนขายสินค้าที่เมืองชายแดนก็สั่งให้ส่งสินค้ามาให้โดยตรง นอกจากนี้ เจ้าของร้านอาหารและสินค้าไทใหญ่เองก็ไปตั้งแผงขายของในวัดไทใหญ่ต่างๆช่วงมีงานประเพณี เพราะเห็นว่าขายได้ดีกว่าเปิดขายที่ร้านอย่างเดียว ทำให้เป็นช่วงที่เหนื่อยและยุ่งที่สุดของเจ้าของร้านอาหารและสินค้าไทใหญ่หลังวัดป่าเป้า เพราะต้องขายของทั้ง 2 แห่งไปพร้อมๆกัน

อีกพื้นที่หนึ่งที่เป็นที่รู้กันของคนซื้อขายสินค้าคือกาดนัดเช้าวันศุกร์ ตั้งอยู่บนถนนเจริญประเทศ ซอย 1 อยู่ละแวกเดียวกับตลาดกลางคืนไนท์ บาร์ซาร์ เพราะมีสินค้าจากชายแดนฝั่งพม่าและนำเข้าจากประเทศจีน อาหาร วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ที่ปลูก ประกอบ หรือผลิตในพื้นที่ต่างๆในจ.เชียงใหม่หรือจังหวัดอื่นๆ ตั้งแต่ผัก สัตว์ปีกเป็นๆ อาหารประกอบสำเร็จ เช่น ผักกาดดอง น้ำพริกต่างๆ ตลอดจนอาหารปรุงเสร็จอย่างก๋วยเตี๋ยวหรือข้าวซอยไทใหญ่ และโมฮิงก่าอาหารหลักของคนพม่า เป็นต้น ในทางปฏิบัติแล้วตลาดนี้มีชื่อเรียกอย่างไม่เป็นทางการอยู่ 2-3 ชื่อ เช่น “ตลาดไทใหญ่” “ตลาดพม่า” “ตลาดจีนฮ่อ” (Yunnanese Chinese) และ “ตลาดชนเผ่า” หรือแม้กระทั่ง “ตลาดชาติพันธุ์” เนื่องจากมีพ่อค้า

แม่ขายหลากหลายกลุ่มและชาติพันธุ์รวมทั้ง “คนเมือง” เข้ามาจับจองพื้นที่ขายของในตลาดแห่งนี้ และเริ่มขายกันตั้งแต่ราวตี 4-5 จนถึงช่วงเที่ยงวัน คนที่มาซื้อของที่นี่มีตั้งแต่ซื้อเป็นจำนวนมากเพื่อเอาไปขายต่อในกรณีที่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากชายแดน ไปจนถึงคนที่มาซื้อแบบเอาไปใช้และกินแบบส่วนตัวหรือระดับครอบครัว รวมถึงแรงงานไทใหญ่ที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงหรือในเมือง

ส่วนหนึ่งของสินค้าหลากหลายที่นำเข้า
จากชายแดนวางขายอยู่ที่ร้านหลังวัดป่าเป้า

พ่อค้าแม่ขายบางคนทำสินค้ามาขายเอง คือเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขายในคนๆ เดียวกัน อย่างเช่นป้าโพม หญิงวัยกลางคนชาวไทใหญ่ที่ทำถั่วเน่า น้ำพริกถั่วเน่า และวัตถุดิบที่ใช้ในอาหารไทใหญ่มาขายในตลาดแห่งนี้ในวันศุกร์ ส่วนในวันอื่นๆ เธอทำสินค้าและส่งขายให้กับคนที่สั่งซื้อสินค้าจากเธอในพื้นที่อื่นๆ รวมถึงที่กรุงเทพฯด้วย ซึ่งเป็นการทำมาหากินร่วมกับน้องสาวที่แต่งงานกับคน

จังหวัดโคราช อดีตทหารลาดตระเวณประจำการที่บ้านเปียงหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่ โดยน้องเขยคนนี้ชื่อพี่ทองแสง ต่อมาออกจากราชการและหันมาประกอบอาชีพทำวัตถุดิบและอาหารไทใหญ่ขาย คือถั่วเน่าซาและผักกาดส้มขายอย่างจริงจัง หลังจากพบว่าความต้องการในวัตถุดิบดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากคนซื้อไทใหญ่ เขาเริ่มเรียนรู้ที่จะกินอาหารไทใหญ่จนกลายเป็นผู้ผลิตในที่สุดหลังจากแต่งงานกับสาวไทใหญ่และย้ายมาอยู่ในตรอกหลังวัดป่าเป้า น้องสาวของป้าโพมหรือภรรยาของพี่ทองแสงช่วยผลิตวัตถุดิบอาหารไทใหญ่เช่นกัน แต่มีอาชีพหลักคือเย็บชุดไทใหญ่ขายในงานเทศกาลหรือตามที่คนว่าจ้าง ดังนั้น ป้าโพมและพี่ทองแสงเป็นตัวหลักในการทำวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารไทใหญ่ขาย

ผักกาดส้ม ถั่วเน่าซา น้ำพริกถั่วเน่า และสินค้าอื่นๆ ของป้าโพมและพี่ทองแสงนั้นไม่ได้ขายให้กับผู้ค้ารถเร่ที่มาซื้อที่บ้านซึ่งเป็นแหล่งผลิตและนำไปขายที่กาดนัดวันศุกร์เท่านั้น แต่มีคนมารับซื้อโดยขับรถ 6 หรือ 10 ล้อมารวบรวมสินค้าจำนวนมากส่งไปที่ค่ายผู้ลี้ภัยในจ.ตาก โดยไม่ได้มีป้าโพมและพี่ทองแสงเจ้าเดียวที่ทำสินค้าเหล่านี้ขายให้กับคนที่มารับไปส่งที่ค่ายผู้ลี้ภัย ในบริเวณใกล้เคียงกันแถวซอยหลังวัดป่าเป้ายังมีผู้ทำผักกาดส้ม ถั่วเน่า เต้าหู้ยี้ และวัตถุดิบอื่นๆ อีก นอกจากพื้นที่ผู้ลี้ภัยแล้ว ผู้ทำวัตถุดิบเหล่านี้ยังมีลูกค้าชาวไทใหญ่ที่อยู่ในพื้นที่อื่นๆ เช่น นอกเมืองเชียงใหม่ และไกลลงไปถึงกรุงเทพฯ และเมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ล่วงหน้าและโอนเงินให้กันทางธนาคาร จากนั้นผู้ผลิตสิ่งของเหล่านี้จะจัดส่งให้ โดยหากเป็นพื้นที่ใกล้เมืองเชียงใหม่ จะขนส่งไปกับรถโดยสารที่วิ่งระหว่างอำเภอ หากเป็นพื้นที่ที่ไกลออกไปอย่างกรุงเทพฯ ก็จะใช้บริการของบริษัทนิ่มซี่เส็งขนส่ง 1988 จำกัด

จำนวนของสินค้าที่ส่งในแต่ละครั้งและราคาของสิ่งของที่ป้าโพมและพี่ทองแสงขายนั้นแตกต่างกันตามระยะทางและจำนวนที่สั่งซื้อ เช่น ผักกาดส้มจำนวน 20 กิโลกรัมบรรจุในถุงพลาสติกขนาดใหญ่และใส่ลงถังพลาสติกอีกชั้นกันกระแทกนั้น เป็นที่ต้องการของลูกค้าในกรุงเทพฯคราวละตั้งแต่ 3-10 ถัง

เดือนๆ หนึ่งบ้าโพมและพี่ทองแสงส่งสินค้าตามที่ลูกค้าสั่งประมาณ 50-60 ถัง ส่วนราคานั้นแตกต่างกัน เช่น ราคาอยู่ที่ถังละ 550-600 บาทหากส่งไปที่ค่ายผู้ลี้ภัย จ.ตาก หากส่งไปที่กรุงเทพฯและพื้นที่ใกล้เคียงตกที่ถังละ 700 บาท ส่วนถั่วน้ำพริกถั่วเน่าขายใส่กระปุกพลาสติกขนาดเล็กที่ราคา 10 บาทต่อกระปุกในราคาปลีก ส่วนราคาส่งขายที่แพคละ 10 กระปุก แถมฟรี 1 กระปุก

นอกจากผักกาดส้มและถั่วเน่าซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของวัฒนธรรมอาหารไทใหญ่แล้ว “ถั่วพูเผือก”หรือเต้าหู้ขาว ทำจากถั่วเหลืองผ่านขบวนการหมักและตัดเป็นก้อนสี่เหลี่ยมขนาด 1.5X1.5X2 นิ้ว จำนวน 8 ก้อนใส่ถุงพลาสติกในราคาส่งที่ถุงละ 12 บาท ส่วนพ่อค้าปลีกนำมาขายให้คนซื้อที่ถุงละ 20 บาท โดยแหล่งผลิตถั่วพูเผือกที่ใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงใหม่อยู่ที่หลังซอยวัดป่าเป้าเช่นกัน โดยมีพ่อค้าเร่ไปรับมาขายต่อที่แหล่งผลิต เนื่องจากเป็นของกินที่มีอายุไม่นานนัก จึงทำให้ผู้ค้ารายย่อยส่วนใหญ่ไม่ค่อยทำขายเอง ซื้อจากแหล่งผลิตนั้นสะดวกและประหยัดต้นทุนกว่า ซึ่งแหล่งทำเต้าหู้เผือกก็เป็นที่ที่ผลิตเต้าหู้ยี้ด้วย

แม้ว่าเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของการขนส่งสินค้าที่นำเข้าจากทางชายแดนและเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในอาหารไทใหญ่หลายประเภท แต่แหล่งผลิตถั่วเน่าแค็บหรือถั่วเน่าแผ่นตากแห้งที่มีชื่อที่คนไทใหญ่ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าอร่อยและให้รสชาติของของไทใหญ่แท้ๆ นั้นต้องมาจากเปียงหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่ บ้างก็ว่าต้องมาจากที่บ้านปางหมู ต.ปางหมู อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน โดยที่ถั่วเน่าของปางหมูนั้นจะขนาดเล็กกว่าและบางกว่าโดยที่ผู้วิจัยได้เดินทางไปพูดคุยกับผู้ผลิตถั่วเน่าแค็บทั้งสองแหล่ง

ที่แรกคือเปียงหลวงเป็นชื่อทางการของตำบลและหมู่บ้าน แต่เมื่อไปเก็บข้อมูลในพื้นที่พบว่า ถั่วเน่าแค็บที่เปียงหลวงนั้นมาจากการผลิตของชาวบ้านของหมู่บ้านหลักแต่งที่เป็นป๊อกหนึ่งของบ้านเปียงหลวง [13] และหมู่บ้านบ้านจอง อยู่ห่างจากหมู่บ้านเปียงหลวงไปประมาณ 2 กิโลเมตร โดยผู้ผลิตที่

บ้านหลักแต่งปัจจุบันเหลืออยู่เพียง 2-3 รายจากแต่เดิมที่มี 5-6 ราย ครึ่งหนึ่งที่เลิกทำนั้น เนื่องจากทนกับกลิ่นเวลาถั่วเน่าเกิดเชื้อราไม่ไหว เพราะปัจจุบันจำนวนคนกินถั่วเน่าที่ส่วนใหญ่เป็นคนไทใหญ่มีมากขึ้น ทำให้ต้องผลิตมากขึ้น ทำให้กลิ่นของถั่วเน่านั้นแรงขึ้นตามไปด้วย ส่วนที่บ้านจองมีมีผู้ผลิตอยู่ประมาณ 10 ราย ข้อแตกต่างของผู้ผลิตถั่วเน่าของทั้ง 2 บ้านคือ ที่บ้านจองนั้นคนทำถั่วเน่าทำในจำนวนที่น้อยกว่าและขายให้กับคนในหมู่บ้านเปียงหลวงและบ้านใกล้เคียงและในอำเภอใกล้ๆ รวมถึงคนที่เดินทางมาซื้อถึงที่บ้าน คนในเปียงหลวงเองก็บอกว่าถั่วเน่าจากบ้านหลักแต่งมีรสชาติที่นุ่มนวลกว่า เพราะยังพึ่งการผลิตแบบดั้งเดิมและผลิตจำนวนไม่มาก ขณะที่บ้านจองผลิตในจำนวนที่มากกว่าทำให้การผลิตต้องเร่งรีบเพื่อให้มากพอและทันกับยอดที่สั่งจากหลายที่ที่ไกลกว่าไม่ว่าจะเป็นอำเภอใกล้เคียงอย่างฝาง เชียงดาว ไชยปราการ ไปตัวเมืองเชียงใหม่ รวมทั้งกรุงเทพฯ

บ้านจองเริ่มทำถั่วเน่าเพื่อขายอย่างเป็นทางการเมื่อราว 20 ปีก่อน น่าเสียดายว่า การลงไปเก็บข้อมูลของผู้วิจัยในช่วงนั้นไม่ได้มีโอกาสพูดคุยกับคนทำถั่วเน่าขายรายแรกของหมู่บ้าน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากอ้ายเต่าซึ่งเป็นคนทำที่ใช้บ้านของตนเองเป็นที่ทำถั่วเน่าขายทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการทำและขายถั่วเน่าของบ้านจองไปยังที่อื่นๆ ที่คนไทใหญ่อาศัยและทำงานอยู่ อ้ายเต่ามีพื้นเพเป็นคนเมืองปั่น รัฐฉาน และเข้ามาอยู่ที่เมืองไทยทางจุดผ่านแดนที่หลักแต่งเมื่อ 20 ปีก่อน และย้ายไปเป็นแรงงานที่อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ ก่อนที่จะหวนกลับบ้านเกิดเพื่อมาปลูกข้าว ข้าวโพด พริก และพืชอื่นๆ และตัดสินใจทำถั่วเน่าขาย ตามคำชักชวนของชายไทใหญ่ที่ขี่มอเตอร์ไซค์เร่ขายของอยู่ในเมืองที่แนะนำว่าถั่วเน่าเป็นของขายดี

ขั้นตอนการตากถั่วเน่าแค็บที่บ้านจองแสดงให้เห็นถึงจำนวนผลิตที่มาก

อ้ายเต่าจึงเริ่มต้นทำถั่วเน่าส่งไปขายที่ตัวเมืองเชียงใหม่และอ.แม่ริม สะเมิง สันทราย และจังหวัดลำพูน โดยฝากชายไทใหญ่พ่อค้ามอเตอร์ไซค์ที่เป็นคนแนะนำให้ทำถั่วเน่าขนไปขายให้ เขายังส่งไปขายในอำเภอใกล้เคียงเช่นที่บ้านหนองอุก หรือพื้นที่ในต.เมืองงาย อ.เชียงดาว หลังจากนั้น เขาเริ่มส่งสินค้าด้วยจำนวนที่มากขึ้นโดยส่งไปกับรถขายผักที่วิ่งระหว่างอ.เวียงแหงและตัวเมืองเชียงใหม่ ปัจจุบันจำนวนที่ทำและขายส่งไปยังพื้นที่ต่างๆ ขึ้นอยู่กับยอดที่สั่งมาของลูกค้าระหว่าง 18-25 กิโลกรัม เขาส่งสินค้าในพื้นที่ใกล้ๆ และที่จำนวนไม่มากนักคือประมาณ 4-5 จ๊อย [14] หรือประมาณ 6.4-8 กิโลกรัมด้วยการขี่มอเตอร์ไซค์ไปส่งด้วยตนเอง ในช่วงที่เก็บข้อมูลนั้นราคาถั่วเน่า 1 จ๊อยขายในราคา 100 บาท อีกทางหนึ่งคือขายที่จำนวน 10-20 จ๊อยให้คนไทใหญ่ในหมู่บ้านที่ไปเป็นแรงงาน

ก่อสร้างในเมืองเชียงใหม่เวลาที่พวกเขากลับมาเยี่ยมบ้านที่เปียงหลวง แรงงานเหล่านี้มักได้รับการร้องขอจากเพื่อนในพื้นที่ก่อสร้างให้ซื้อถั่วเน่าจำนวนมากกลับไปขายในราคาที่ถูกกว่าซื้อจากพ่อค้าเร่ในเมืองในราคาปลีก เพราะถั่วเน่าแค็บสามารถเอาไปตำเป็นผงและเก็บไว้ได้นาน

การทำและขายถั่วเน่าของอ้ายเต่าถือว่าประสบความสำเร็จมาก เนื่องจากยอดสั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้นจากจำนวนแรงงานไทใหญ่ที่สูงขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ต้องซื้อถั่วเหลืองซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำถั่วเน่าเพิ่มมากขึ้น ทุกวันนี้เขาใช้ถั่วเหลือง 200 กิโลกรัมเพื่อทำถั่วเน่าแค็บ 40 กิโลกรัม ถั่วเหลืองยิ่งแห้งยิ่งได้ผลผลิตมาก หากถั่วเหลืองชื้น ทำให้ต้องใช้วัตถุดิบมากขึ้นถึง 50 กิโลกรัมถึงจะได้ถั่วเน่าแค็บในปริมาณเดียวกัน สภาพอากาศหรือฤดูกาลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการทำถั่วเน่าในขั้นตอนการตาก ในช่วงหน้าฝนหรืออากาศชื้นจะทำให้ถั่วเน่าแค็บแห้งช้า โดยทั่วไป ผู้ผลิตสามารถทำถั่วเน่าได้วันละ 100 กิโลกรัมในหน้าร้อน ส่วนหน้าฝนเหลือเพียงวันละ 75 กิโลกรัม ผู้ทำต้องจุดเตาถ่านตากถั่วเน่าให้แห้งเร็วขึ้นเพื่อให้พอกับยอดที่ลูกค้าสั่งมา เมื่อใดที่อ้ายเต่าทำถั่วเน่าไม่ทันกับยอดที่สั่งมา จำเป็นต้องขอซื้อจากญาติหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงที่ทำถั่วเน่ากินในครัวเรือนมาส่งให้ลูกค้าที่สั่งเป็นจำนวนมากก่อน

สำหรับการสั่งซื้อถั่วเน่านั้น นางกู่ซึ่งเป็นคนทำถั่วเน่าที่บ้านจองอีกรายหนึ่งเล่าว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของเธอที่กรุงเทพฯจะสั่งซื้อทางโทรศัพท์และโอนเงินผ่านธนาคารประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง ลูกค้าที่เป็นพ่อค้าเร่ ผู้ค้าที่กาดนัด หรือลูกค้าจากกรุงเทพฯของคนทำถั่วเน่าที่บ้านจองนั้นส่วนใหญ่จะสั่งสินค้ากับคนทำเจ้าประจำเพียงเจ้าเดียวเท่านั้น ไม่สั่งข้ามไปมา ขณะเดียวกันคนทำถั่วเน่าแต่ละคนก็มีลูกค้าประจำของตัวเอง ไม่แย่งลูกค้ากันในกรณีที่ไม่จำเป็น

ส่วนที่บ้านปางหมูนั้น [15] มีผู้ผลิตถั่วเน่ามากถึงประมาณ 30-35 ราย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1. ประเภทที่รวมกลุ่มกันในนามของ “กลุ่มถ่ายทอด

การเรียนรู้อาชีพผลิตถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหมู" ซึ่งถั่วเน่าแผ่นก็คือถั่วเน่าแค็บนั่นเอง โดยกลุ่มนี้ปัจจุบันมีสมาชิกเป็นผู้หญิงในหมู่บ้าน 10 คน โดยจะหมุนเวียนทำถั่วเน่าขายตามจำนวนตามความต้องการหรือยอดที่สั่งมาซึ่งเป็นตลาดที่มีอยู่ในนามของกลุ่ม และ 2. ประเภทผลิตอิสระ มีลูกค้าและขนส่งสินค้าด้วยตนเอง ประเภทนี้มี "ป้าไข่" เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของหมู่บ้าน โดยผลิตจากถั่วเหลืองวันละ 6-6.5 ถัง หรือประมาณ 90-98 กิโลกรัมต่อวัน ซึ่งต้องจ้างคนมาช่วย 3-4 คน ให้ค่าจ้างวันละ 150-200 บาทขึ้นอยู่กับความชำนาญและประสบการณ์

ถั่วเน่าที่ปางหมูส่วนใหญ่จะขายในพื้นที่ตลาดนัดและร้านค้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและอำเภอใกล้เคียงมากกว่า อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่มีคนจำนวนหนึ่งชื่นชอบรสชาติถั่วเน่าปางหมูมากกว่าที่เปียงหลวง ทำให้ป้าไข่ส่งถั่วเน่าไปขายที่เชียงใหม่ด้วย โดยสามีของเธอซึ่งเป็นครูสอนหนังสือที่เมืองเชียงใหม่จะขับรถกระบะจากแม่ฮ่องสอนไปทำงานทุกเย็นวันอาทิตย์ และบรรทุกถั่วเน่าแค็บ 600-800 กิโลกรัมไปส่งให้พ่อค้าส่งที่กาดเมืองใหม่ 2 เจ้า คือร้าน "เกษตรทองอยู่" และร้าน "เฮียวิรัตน์" โดยทั้ง 2 เจ้านี้เป็นผู้ส่งถั่วเน่าไปขายยังกรุงเทพฯหรือที่อื่นๆ อีกต่อหนึ่งเอง แต่ป้าไข่ไม่ทราบว่าเป็นใครบ้างเพราะไม่ได้เป็นคนส่งด้วยตัวเองเหมือนอย่างที่ผู้ผลิตที่เปียงหลวงทำ

ป้าไข่ส่งถั่วเน่าไปขายที่เชียงใหม่มาราว 10 ปีแล้วโดยเริ่มต้นที่ 300 กิโลกรัมต่อครั้งจนเพิ่มเป็นจำนวนเท่าปัจจุบัน ด้วยความที่ถั่วเน่าเป็นที่ต้องการของคนกินมากขึ้นทุกวัน หลายครั้งผลิตไม่ทันจนต้องไปเอาถั่วเน่าจากผู้ผลิตรายอื่นรวมถึงกลุ่มสตรีข้างต้นส่งไปขายตามยอดที่สั่งมา ป้าไข่บอกว่าไม่ใช่แค่คนไทใหญ่เท่านั้นที่กินถั่วเน่า แต่กลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ เช่น กะเหรี่ยง ลาหู่ ลีซู รวมทั้ง "คนเมือง" จากเชียงใหม่ก็นิยมกินเหมือนกัน มีหลายครั้งที่ "คนเมือง" ที่เป็นข้าราชการแวะมาซื้อถั่วเน่าที่บ้านของเธอก่อนเดินทางกลับบ้านที่เชียงใหม่

บทส่งท้าย

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ทางสังคมของคนไทใหญ่สร้างขึ้นจากการซื้อขายอาหาร วัตถุดิบและสินค้าต่างๆของคนไทใหญ่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ การเร่และเคลื่อนที่ของผู้ค้ารถมอเตอร์ไซค์ รถกระบะ และที่ตลาดนัดต่างๆ เป็นการสร้างการรับรู้ของคนอื่นที่มีต่ออาหารไทใหญ่ในบริบทของรัฐชาติไทย นอกจากนี้ พบว่าผู้ค้าไทใหญ่และที่ไม่ใช่ไทใหญ่ได้ก้าวเข้ามาในธุรกิจของการค้าผ่านการแต่งงานข้ามชาติพันธุ์ และต่อมาได้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับไทใหญ่และสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อให้การเข้าสู่การค้าขายสินค้านั้นประสบความสำเร็จมากขึ้น

อาหารและสินค้าได้เดินทางข้ามแดนทางกายภาพ (Physically) ตั้งแต่พม่า และบางอย่างจากประเทศจีนเข้าสู่ไทยผ่านผู้กระทำการที่หลากหลาย รวมถึงวัตถุดิบที่ทำหรือผลิตในเมืองไทยในพื้นที่ต่างๆในตัวเมืองเชียงใหม่และอำเภออื่นๆ ก่อนจะส่งต่อไปยังพื้นที่ต่างๆที่คนไทใหญ่อาศัยอยู่ จุดนี้แสดงให้เห็นถึงการย้ายถิ่นฐาน (Migration) ของไทใหญ่ที่ยังมีความต้องการบริโภคสิ่งของเหล่านี้อยู่ เส้นทางที่อาหารและสินค้าได้เดินทางไปสะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์การสร้างพื้นที่ทางสังคมข้ามพรมแดนนามธรรม (Abstract) ด้วย อีกทั้งเป็นการเปิดพื้นที่ (Space of inclusion) ของอาหารให้ผู้อื่นที่ไม่ใช่คนไทใหญ่ได้เข้ามาชิมและลิ้มลอง นอกจากนี้ การขนส่งและเดินทางของสินค้าคือปรากฏการณ์การข้ามแดนเหนือพื้นที่ (Hyper-spatial) ผ่านการใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์สั่งสินค้า และการโอนเงินผ่านธนาคาร ที่ทำให้การเดินทางของสินค้ามีความสะดวกมากขึ้น

ปรากฏการณ์นี้มีความชัดเจนมากขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ บริบทหลักของงานศึกษาชิ้นนี้ที่แสดงให้เห็นถึงเมืองที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากผู้คนหลากกลุ่มหลายชาติพันธุ์ที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัย ทำงาน

และตั้งรกรากในเวลาต่อมา ทั้งนี้ ยังมีการพัฒนาในด้านสาธารณูปโภค และกลายเป็นเมืองที่ทันสมัยด้วยอุตสาหกรรมบริการที่เข้มข้นผ่านการท่องเที่ยว ยิ่งทำให้ความต้องการแรงงานเพิ่มมากขึ้น ในแง่ของกายภาพซึ่งมีความสำคัญมากในการสร้างพื้นที่ของอาหารไทใหญ่ผ่านการเร่ขายอาหารและสินค้า ด้วยความที่เป็นเมืองขนาดไม่ใหญ่มากหากเปรียบกับกรุงเทพฯ การสร้างพื้นที่ทางสังคมของผู้ค้าไทใหญ่จึงเป็นไปได้มากกว่า เช่น การที่พ่อค้ารถมอเตอร์ไซค์ขี่รถไปขายที่พื้นที่ก่อสร้างแห่งหนึ่งในเมืองเชียงใหม่ตอนเช้า ตอนบ่ายย้ายไปอำเภอนอกเมืองอย่างสันทรายหรือแม่ริมนั้นทำได้ง่ายและสะดวก เนื่องจากขนาดของเมืองกระทัดรัด ในทางกลับกันกับการขายในลักษณะนี้เกิดขึ้นได้ยากกับกรุงเทพฯที่มีขนาดใหญ่และการจราจรที่ติดขัด

ดังนั้น การสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านอาหารจนกลายเป็นพื้นที่ชาติพันธุ์ไทใหญ่ในงานนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของการเคลื่อนย้ายของผู้คน การเดินทางของอาหารที่เชื่อมโยงกับลักษณะความเป็นเมืองในบริบทของเมืองเชียงใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทำให้พื้นที่ของอาหารไทใหญ่เติบโตและเป็นที่รับรู้ของผู้คนได้ชัดเจนขึ้น และเป็นการเปิดพื้นที่ให้คนนอกชาติพันธุ์ได้เข้ามารู้จัก ลิ้มลองและกินอาหารของผู้อื่น (Other) ตามมา

เชิงอรรถ

1 มาตรการ “สี่ตัด” เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการบังคับโยกย้ายถิ่นฐานของรัฐบาลทหารพม่า ประกอบด้วยการตัดอาหาร อาวุธ เงินทุน และข่าวสารหรือข่าวกรอง เพื่อเป็นการทอนกำลังของกองกำลังชนกลุ่มน้อยอิสระ โดยเฉพาะในรัฐฉานที่กองกำลังทหารดำเนินมาตรการนี้อย่างเข้มข้นเพราะเป็นพื้นที่ของกองกำลังกู้ชาติมีความเข้มแข็ง

2 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน Busarin (2009) ที่ส่วนหนึ่งเน้นศึกษาคนไทใหญ่กลุ่มที่ 3 คือ คนที่เข้ามาเป็นแรงงานในประเทศไทยน้อยกว่าหรือใกล้เคียง 10 ปี โดยพวกเขามีวิถีการกิน (Foodways) การทำอาหารและการหาแหล่งวัตถุดิบ ที่มีการปฏิสัมพันธ์กับคนขายอาหารและสินค้าไทใหญ่ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นที่มาของบทความชิ้นนี้

3 สัมภาษณ์ อ้ายซอ (นามสมมติ) หนึ่งในคนขายอาหารและสินค้าชาวไทใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ วันที่ 22 พฤษภาคม 2553

4 “คนเมือง” ในบริบทของภาคเหนือในประเทศไทยหมายถึงกลุ่มคนที่ดั้งเดิมจากหรือเกิดในจังหวัดภาคเหนือของไทย 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน แม่ฮ่องสอน แพร่ พะเยา น่าน และอุตรดิตถ์ ซึ่งคำนี้เป็นคำที่กลุ่มคนเหล่านี้ใช้เรียกตนเองด้วยเช่นกัน คำว่า “คนเมือง” หมายถึง “คนที่อยู่ในหลักการ” (People of principalities) ซึ่งในอดีตครอบคลุมคนหลายกลุ่ม เช่น ลาวในภาคเหนือและกลุ่มคนที่พูดภาษาตระกูลไต/ไทในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย มณฑลยูนนาน ประเทศจีน และรัฐฉาน ประเทศพม่า เป็นต้น (ดู Forbes and Henly 1997: 7-13)

5 นามสมมติของพ่อค้าคนหนึ่ง อนึ่ง บทความนี้ใช้นามสมมติกับผู้ค้าและผู้ประกอบการทุกคนที่ปรากฏในฐานะผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

6 กาดเมืองใหม่เป็นตลาดค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงใหม่และพื้นที่ใกล้เคียง เป็นศูนย์กลางของสินค้าเกษตรต่างๆทั้งผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และอาหารทะเล ที่ส่งมาจากพื้นที่ต่างอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง โดยผลไม้วางขายเกือบ 24 ชั่วโมง ขณะที่เนื้อสัตว์และอาหารทะเลมีขายตั้งแต่เช้ามืดจนถึงช่วงหัวค่ำ ส่วนผักต่างๆที่ขายในจำนวนมากในราคาส่งมีช่วงกลางดึกจนเลยเที่ยงคืน อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าที่ตลาดนี้ก็ขายสินค้าราคาปลีกด้วยสำหรับผู้ซื้อทั่วไป

7 ปัจจุบันพบว่าผู้ค้าไทใหญ่ที่เคยขายของที่ถนนคนเดินท่าแพนั้นเลิกกิจการไปแล้ว เนื่องจากได้ทำเลห่างไกลและไม่ได้อยู่บนถนนราชดำเนิน ซึ่งเป็นถนนสายหลักของผู้คนในการเดินซื้อของ ทำให้ไม่ค่อยมีคนเดินไปบริเวณดังกล่าว ส่งผลให้ขายของไม่ค่อยได้ จึงทำให้ผู้ค้ารายนี้ปิดร้านที่ถนนคนเดินแห่งนี้ในที่สุด ปัจจุบันผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีคนขายไทใหญ่รายใหม่เข้ามาขายของที่ถนนคนเดินแห่งนี้

8 แม่สายในที่นี่หมายถึงเมืองชายแดนที่อ.แม่สาย จ.เชียงราย มีอาณาเขตติดกับฝั่งรัฐฉานประเทศพม่า ที่เมืองท่าขี้เหล็ก ซึ่งมีด่านให้คนเดินเข้าออกและมีการค้าขายบริเวณชายแดนอย่างคึกคัก คนไทใหญ่จำนวนมากใช้เส้นทางนี้เดินทางเข้ามาทำงานในประเทศไทยด้วยเช่นกัน จึงทำให้มีชุมชนไทใหญ่เกิดขึ้นที่บริเวณอ.แม่สายในฝั่งของประเทศไทย และมีการขายอาหารไทใหญ่และสินค้าอื่นๆให้เห็นเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะยามค่ำคืนบริเวณหน้าด่าน

9 ข้อมูลจากการนำเสนอของนายกิตติ ดุษิยามี นายตรวจศุลกากร 6 ด่านศุลกากรแม่สอดในหัวข้อ “การค้าชายแดน” ที่ www.tak.go.th/km/datawww/webnew/k/Knowledge%20

10 ป้ายหน้าตลาดนายบุญยืนระบุว่าตลาดนี้สร้างขึ้นในปีพ.ศ. 2474 ปัจจุบันตลาดเปิดตั้งแต่เช้าตรู่จนถึงราวเที่ยงวัน โดยมีทั้งของสดในพื้นที่ ของแปรรูปและสำเร็จรูปที่นำเข้าจากพม่าและจีน รวมถึงข้าวของเครื่องใช้และเสื้อผ้าสำหรับหญิงชาย ช่วงบ่ายผู้ค้าส่วนใหญ่ปิดแผงแต่ยังพอหาสินค้าที่ไม่ใช่ของสดได้อยู่บ้าง หากไม่คึกคักเท่าช่วงเช้า

11 จุดผ่อนปรนนี้ถูกประกาศปิดชั่วคราวในปี 2543 ด้วยเหตุผลทางความมั่นคง แต่ต่อมาอยู่ในขั้นตอนของการเปิดอย่างเป็นทางการจากรัฐบาลไทยที่อนุมัติแล้วเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2552 หากในทางปฏิบัติยังไม่ได้มีการดำเนินการโดยรัฐบาลไทยให้เหตุผลว่าทางฝั่งพม่ายังไม่ให้ความร่วมมือเนื่องจากปัญหาความมั่นคง

12 ข้อมูลจากการสนทนากับทหารประจำการที่จุดผ่อนปรนกิ่วผาวอก วันที่ 3 เมษายน 2552

13 บ้านหลักแต่งคือหย่อมบ้านหรือ “ป๊อก” ในภาษาท้องถิ่น ในหมู่บ้านเปียงหลวงที่ปัจจุบันมีทั้งหมด 3 ป๊อกคือ ป๊อกบ้านเปียงหลวงเดิม ป๊อกบ้านคนจีน และ ป๊อกบ้านหลักแต่ง ซึ่งบ้านหลักแต่งเป็นพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของจุดผ่านแดนชั่วคราวที่ขณะนี้ปิดอยู่และวัดฟ้าเวียงอินทร์ซึ่งเป็นวัดศักดิ์สิทธิ์และเป็นที่เคารพของคนไทใหญ่ในพื้นที่ (ดูวันดี 2545: 62-63)

14 จ๊อยเป็นภาษาไทใหญ่หมายถึงมาตรวัดในระบบท้องถิ่นมีปริมาณที่ 1 จ๊อยเท่ากับ 1.6 กิโลกรัม

15 ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์วันที่ 25 มิถุนายน 2554

บรรณานุกรม
ภาษาไทย

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2545. พ่อค้าวัวต่าง: ผู้บุกเบิกการค้าทางไกลในหมู่บ้านภาคเหนือของประเทศไทย (พ.ศ.2398-2503). เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น.

นงนุช จันทราภัย และ เรณู วิชาศิลป์. 2541. “สังคมและวัฒนธรรมไตบ้านใหม่หมอกจ๋าม” ใน ฉลาดชาย รมิตานนท์ (บรรณาธิการ) ไท (285-332). เชียงใหม่: มูลนิธิโตโยต้า และศูนย์สตรีศึกษา, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปณิธี อมาตยกุล. 2547. “การย้ายถิ่นของไทใหญ่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปานแพร เชาวน์ประยูร.2550. บทบาทของพุทธศาสนาต่อกระบวนการผลิตซ้ำทางอัตลักษณ์ของชาวไทใหญ่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เรณู วิชาศิลป์. 2541. “สังเขปภูมิหลังของชาวไทใหญ่ในรัฐฉาน”ใน ฉลาดชาย รมิตานนท์ (บรรณาธิการ) ไท (255-284). เชียงใหม่: มูลนิธิโตโยต้า และศูนย์สตรีศึกษา, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เรณู อรรฐาเมศร์. 2541ก. “ภูมิปัญญาชาวไทใหญ่กับความเชื่อและพิธีกรรม”ใน ฉลาดชาย รมิตานนท์ (บรรณาธิการ) ไท (434-448). เชียงใหม่: มูลนิธิโตโยต้า และศูนย์สตรีศึกษา, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

----------. 2541ข. “ประเพณีพิธีกรรมชาวไทใหญ่บ้านใหม่หมอกจ๋าม” ใน ฉลาดชาย รมิตานนท์ (บรรณาธิการ) ไท (333-433). เชียงใหม่: มูลนิธิโตโยต้า และศูนย์สตรีศึกษา, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วันดี สันติวุฒิเมธี. 2545. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทใหญ่ชายแดนไทย-พม่า: กรณีศึกษาบ้านเปียงหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่.

วีระพงศ์ มีสถาน. 2544. สารานุกรมชาติพันธุ์ไทใหญ่. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.

สรัสวดี อ๋องสกุล. 2551. ประวัติศาสตร์ล้านนา. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ บุคส์.

เสมอชัย พูลสุวรรณ. 2552. รัฐฉาน (เมืองไต): พลวัตของชาติพันธุ์ในบริบทประวัติศาสตร์และสังคมการเมืองร่วมสมัย.กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

สุนทรีย์ เรือนมูล. 2551. เพศสภาวะและประสบการณ์แรงงานผู้หญิงไทใหญ่ข้ามชาติในพื้นที่ตลาดสด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อรัญญา ศิริผล. 2548. คนพลัดถิ่นกับการกลายเป็นสินค้า: ประสบการณ์ชีวิตของชุมชนไทใหญ่กับการค้าแรงงานในมิติทางสังคมวัฒนธรรมบริเวณชายแดนไทย-พม่า. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (เอกสารอัดสำเนา).

ออมสิน บุญเลิศ. 2551. การต่อรองและปรับตัวของคนพลัดถิ่น: กรณีศึกษาชาวไทใหญ่พลัดถิ่นในเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาอังกฤษ

Amporn Jirattikorn. 2008.“Migration, Media Flow and the Shan Nation in Thailand” Ph.D. Diss., in Philosophy, The University of Texas at Austin.

Apinya Feungfusakul. 2008. “Making Sense of Place: A Case Study of Vendors and Small Entrepreneurs in the Chiang Mai Night Bazaar” in Shigeharu Tanabe (ed.) Imaging Communities in Thailand: Ethnographic Approaches (pp.107-134.) Chiang Mai: Maekong Press.

Busarin Lertchavalitsakul. 2009. “Shan Ethnic Food: The Cultural Politics of Taste in Chiang Mai City”. MA thesis, in Sustainable Development, Chiang Mai University.

Eberhardt, Nancy. 2006. Imagining the Course of Life. Chiang Mai: Silkworm Books.

Forbes, Andrew and David Henley. 1997. Khon Muang: People and Principalities of Northern ThailanNew Zealand: Asia Film House.

Hughes, A. 2004.“Retailers, Knowledges and Changing Commodity Networks: The Case of the Cut Flower Trade” in Ash Amin and Nigel Thrift (eds.) The Blackwell Cultural Economy Reader (pp.210-230.) Malden, Oxford, and Victoria: Blackwell Publishing.

Kaise, Ryoko.1999.“Tai Yai Migration in the Thai-Burma Border Area: The Settlement and Assimilation Process, 1962-1997,” MA thesis in Thai Studies, Chulalongkorn University.

Mintz, Sydney. 2002. “Food and Eating: Some Persisting Questions” in Warren Belasco and Philip Scranton (eds.) Food Nations: Selling Taste in Consumer Society (pp.24-32.) New York and London: Routledge.

Pitch Pongsawat. 2006.“Border Partial Citizenship, Border Towns, and Thai-Myanmar Cross-Border Development: Cases Studies at the Thai Border Towns”, Ph.D. Diss., in City and Regional Planning, University of California, Berkeley.

Sada, P.O. et al. 1978.“Periodic Markets in a Metropolitan Environment: The Example of Lagos, Nigeria” in Robert H.T. Smith (ed.) Market-Place-Trade: Periodic Markets, Hawkers, and Traders in Africa, Asia, and Latin America (pp. 155-166.) Vancouver: The Center for Transportation Studies, University of British Columbia.

Stoller, Paul. 2004. “African/Asian/Uptown/Downtown” in Ash Amin and Nigel Thrift (eds.) The Blackwell Cultural Economy Reader (pp.193-209.) Malden, Oxford, and Victoria: Blackwell Publishing.

Tannenbaum, Nicola. 1995. Who Can Compete Against the World?: Power Protection and Buddhism in Shan Worldview. Michigan: The Association for Asian Studies.

Yasuda, Sachiko. 2008.“Shan on the Move: Negotiating Identities through Spatial Practices Among Shan Cross-Border Migrants in Northern Thailand”, MA thesis, in Sustainable Development, Chiang Mai University.