

ตลาด กับ ชาติพันธุ์ กำเนิดและ ลีลาของเชียงใหม่ไนท์บาซาร์¹

Market and Ethnicity : The Origin and Rhythm of Chiang Mai Night Bazaar

ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์

Pairote Kongthaweesak

บทคัดย่อ

บทความนี้กล่าวถึงกำเนิดความเป็นมาและสภาพในปัจจุบันของเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ตลาดของฝากยามราตรีที่มากไปด้วยความสัมพันธ์ทางอำนาจของผู้ประกอบการหลายกลุ่ม การขับเคี่ยวแข่งขันกันของผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ผู้มีทุนต่างกันได้ส่งผลโดยตรงต่อ “รูปลักษณะทางพื้นที่” ของตลาดแห่งนี้ กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นทุนขนาดใหญ่คือผู้ที่ได้ครอบครองศูนย์การค้าที่มีค่าทางเศรษฐกิจสูง กลุ่มผู้ประกอบการที่พอมิทุนทางเศรษฐกิจอยู่บางเช่น ผู้ประกอบการรานล่อเงิน คือ ผู้ที่ได้ครอบครองริมทางเท้าทั้ง 2 ฝั่งของถนนช้างคลาน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ที่ได้ครอบครองพื้นที่ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงกว่าจะต้องขายได้ดีกว่าเสมอไป เพราะในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์รานล่อเงินริมทางที่มีการลงทุนน้อยกว่าคือรานค้าที่มีโอกาสจะจำหน่ายสินค้าได้มากกว่า และนี่ก็คือที่มาของความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นทุนขนาดใหญ่กับผู้ประกอบการรานล่อเงินริมทาง แต่ในขณะที่ผู้ประกอบการรานล่อเงินริมทางกำลังได้รับแรงกดดันจากทุนขนาดใหญ่ผู้ประกอบการอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมีทุนเพียงน้อยนิด เช่นชาวอาข่า เรายกกลับยังคงเดินเรขายได้ตามปกติ ปรัชญาการณ์สะท้อนว่าสิ่งที่มีความ

สำคัญต่อการดำรงอยู่ในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ไม่ได้มีเพียงทุนทางเศรษฐกิจ ความหมายของตัวผู้ค้าที่แม่จะถูกนิยามให้ในเชิงที่ด้อยกว่า ก็นับว่ามีความสำคัญไม่แพ้กัน

คำสำคัญ เชียงใหม่ไนท์บาซาร์, ผู้ประกอบการขนาดใหญ่, ร้านล้อเซ็น, อาข่าเรขาย

Abstract

Historically and today, the dynamics of the Chiang Mai Night Bazaar include power relations between specific subgroups of entrepreneurs who possess different levels of capital. One result of these dynamics is the affect on the 'spatial form' of the market itself. The market includes a high-priced shopping centre owned by a large-scale entrepreneur. Footpaths on either side of Chang Klan Road are lined with push-cart souvenir shops and other vendors, which are generally more popular among tourists than the shopping centre. While this competition has caused a great deal of conflict between these two groups, there is yet another layer of competition. Akha street peddlers, who have limited resources and cannot afford space in the Night Bazaar, continue to circulate and sell their goods within the market space. Ultimately, being a trader at the Chiang Mai night Bazaar depends on economic capital; it also involves a status or "meaning", as defined by others, such as a "marginal" or even "desperate" trader trying to eke out a living.

Keywords Chiang Mai Night Bazaar, Large Scale Entrepreneur, Push-Cart Souvenir Shop, Akha Street Peddler

บทนำ

เมืองกับตลาดคือพื้นที่ที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกัน ลักษณะร่วมกันนี้ทำให้ทั้งเมืองและตลาดมีพลวัตและนัยทางสังคมที่ผิดแผกไปจากพื้นที่ประเภทอื่นในสังคม

อักษรรูปของคำว่าเมืองในยุคแรกเริ่มที่เขียนเป็นรูป “วงกลมมีเส้นตรง 2 เส้นตัดกันเป็นกากบาทอยู่ภายใน” สื่อความถึงคุณลักษณะสำคัญของเมืองได้อย่างชัดเจนว่า (1) เมืองคือจุดตัดหรือจุดแห่งการปฏิสัมพันธ์ของการค้าและวัฒนธรรม (ที่เข้มข้นกว่าอาณาบริเวณที่ไม่ใช่เมือง : ผู้เขียน) และ (2) เมืองคืออาณาบริเวณที่ถูกปิดล้อมหรือระบอบเขตไว้ซึ่งการระบอบเขตนี้อาจเกิดขึ้นในทางกายภาพ (คูเมือง กำแพงเมือง) หรือ ในทางสัญลักษณ์ก็ได้ (Eck, 1987:1) นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเมืองน้อยใหญ่ทั้งหลายทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับโลกล้วนมีคุณลักษณะเช่นนี้อยู่ในตัว ความเปลี่ยนแปลงทางความคิดทฤษฎี เกี่ยวกับสังคมเมืองเช่น จากเดิมที่เคยมองเมืองในฐานะระบบนิเวศที่เฉพาะแห่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คน (เช่น คำอธิบายของสำนักชิคาโก) ในฐานะพื้นที่ที่เป็นผลผลิตของพลังทางเศรษฐกิจการเมือง มาจนถึงการมองเมืองอย่างเชื่อมโยงกับโลกาภิวัตน์ การพัฒนาของเทคโนโลยีโทรคมนาคม การเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนของผู้คนที่ทำให้เกิดการสร้างมุมมองใหม่ที่หลากหลายในการศึกษาเมือง (Yoshimi, 1996:239-242) ก็ไม่ได้ทำให้คุณลักษณะดังกล่าวของเมืองต้องสูญสลายไป

อย่างไรก็ตาม ความเป็นสมัยใหม่ที่ทำให้เมืองส่วนใหญ่กลายมาเป็น “เมืองพันธุ์ผสมทางวัฒนธรรม” (Heterogenetic cities) (Singer and Redfield อ้างใน Eck, 1987:1-2) ไป ก็ได้ทำให้ขอบเขตของเมืองในปัจจุบันกลายมาเป็นขอบเขตทางสัญลักษณ์หรือขอบเขตในทางความรู้สึกของผู้คนที่ยืดหยุ่นได้และไม่ยึดโยงอยู่กับพื้นที่ที่ตายตัวเสมอไป ความเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้

เห็นถึงคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญอีกอันหนึ่งของสังคมเมืองซึ่งก็คือ “ความเปิดกว้าง” (Openness) ทางการปฏิสัมพันธ์ อันเป็นตัวนำความแตกต่างหลากหลาย (Heterogeneity) (Massey et al, 1999:2) มาให้แก่สังคมเมือง โดยเฉพาะเมืองสมัยใหม่ที่กำลังอยู่ในยุคของการสลายไร้พรมแดน (Deterritorialization) (Appadurai, 1990 : 301-303)

ความเป็นจุดตัดของการปฏิสัมพันธ์อันเข้มข้น ความเป็นพื้นที่ที่มีขอบเขตความเปิดกว้างและความแตกต่างหลากหลายเหล่านี้ยังสามารถพบเห็นได้ในพื้นที่ตลาด ตลาดจึงเป็นพื้นที่ที่เป็นคล้ายภาพย่อส่วนของเมือง หรือหากมองว่าปัจจุบันนี้เมืองคือพื้นที่ที่เป็นภาพย่อส่วนของสังคมโลก (Machimura, 1994 : 5-8) ตลาดก็ควรได้รับการพิจารณาว่าเป็นภาพย่อส่วนของสังคมโลกด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าเพียงพลังอำนาจระดับโลกเท่านั้นที่เข้ามากำกับความเป็นไปให้กับตลาด ตลาดใดที่ตลาดยังต้องตั้งดำรงอยู่บนพื้นที่ทางกายภาพหรือท้องถิ่นแห่งหนึ่ง ตลาดนั้นความเป็นท้องถิ่น พลังระดับท้องถิ่นรวมถึงปฏิบัติการของผู้คนในท้องถิ่นก็ย่อมมีอิทธิพลต่อรูปลักษณะและความหมายซึ่งหมายถึงชีวิตของตลาดแห่งนั้นด้วย

บทความนี้ต้องการชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์และความหมายของตลาดเป็นผลผลิตของการปฏิสัมพันธ์ของพลังอำนาจหลายระดับ ทั้งพลังอำนาจระดับโลก ระดับชาติ ระดับท้องถิ่นมาจนถึงระดับปัจเจกบุคคล พลังอำนาจในแต่ละระดับนี้ถูกผลิตขึ้นและนำเข้ามาใช้ในตลาดโดยกลุ่มบุคคลผู้มีทุน (ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม) รวมทั้งเทคนิควิธีของการใช้ทุนอย่างแตกต่างกัน ความต่างของทุนของคนแต่ละกลุ่มนำมาซึ่งความต่างทางพื้นที่หรือทำเลการค้าภายในตลาด แต่เทคนิควิธีของการใช้ทุนที่ต่างกันกลับช่วยแต่งเติมพลวัตทางพื้นที่ให้กับตลาดหรือแม้แต่ช่วยเปิดพื้นที่แบบใหม่ให้กับตลาด การขับเคลื่อนต่อรองกันของบุคคลผู้มีทุนและเทคนิควิธีของการใช้ทุนที่ต่างกัน คือ เงื่อนไขสำคัญที่เข้ามากำหนดภาพลักษณ์และความหมายให้กับตลาด

ตลาดที่จะนำเสนอในบทความนี้คือ เชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ตลาดของฝากของที่ระลึกยามราตรีที่ถูกสร้างขึ้นมารองรับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็ถือว่ากลางวันก็ออกไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เข้าป่า ขึ้นดอย พอดกเย็นมาพักที่โรงแรมและวิสัยของนักท่องเที่ยวจะไม่นอนโรงแรมตั้งแต่ทุ่มหนึ่งหรือก ก็ออกมาจับจ่ายซื้อของฝาก หรือเดินเล่นอะไรต่างๆ เพราะที่นี่ล้อมรอบด้วยโรงแรมทุกด้าน... จุดนี้ก็เลยทำให้ที่นี่เป็นตลาดของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็เลยบีบที่นี่ให้เป็นไนท์บาซาร์ (ธุรกิจการเงิน, 2527 : 68)

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติคือกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งต่อการเกิดขึ้นและการดำรงอยู่ของเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ไม่ว่าจะเป็นการเกิดขึ้นของลานการค้า อาคารศูนย์การค้าพื้นเมือง ร้านค้าแบกะดิน ร้านแผงลอยล่อเซ็นริมทาง การไหลทะลักเข้ามาของบรรดาผู้ค้าและสินค้านานาประเภท ตลอดจนพลวัตของร้านรวง แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของสินค้าหรือแม้แต่ของตัวผู้ค้าที่มีมาตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี บนถนนช้างคลานแห่งนี้ ทั้งหมดทั้งมวลล้วนสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยวในฐานะของลูกค้าคนสำคัญที่จะนำ “รายได้” ทั้งทางเศรษฐกิจและทางสังคม มาให้กับบรรดาผู้ประกอบการน้อยใหญ่ในที่นี้

หากหันมาพิจารณาด้านผู้ประกอบการซึ่งก็มีอิทธิพลต่อความเป็นตลาดของที่นี่ไม่น้อยไปกว่านักท่องเที่ยว ก็พบว่าเราสามารถจำแนกผู้ประกอบการออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ (1) นายทุนใหญ่จากภายนอก และนายทุนระดับท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของอาคาร ลานการค้า (2) ผู้ค้าผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นผู้มีที่ทางจัดวางสินค้าของตนเองและ (3) ผู้ค้าผู้เดินเรขายสินค้าไปมาในตลาดแห่งนี้

บรรดานายทุนและผู้ค้าเหล่านี้ก้าวเข้ามาสู่ “ตลาด หรือพื้นที่ของการทำมาหากิน ที่อยู่บนฐานของการเมืองเพื่อการดำรงอยู่” ด้วยทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และโลกทัศน์ทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน การเข้ามาหากินอยู่ในพื้นที่ – เวลา เดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องพยายามกัดกัน เบียดขับ แย่งชิง ฉกฉวยและต่อ รongกันและกันอยู่ตลอดเวลา

กล่าวได้ว่าพื้นที่ตลาดที่เรียกขานกันว่า “เชียงใหม่ไนท์บาซาร์” คือ ผลผลิต อันเป็นรูปธรรมของความคิด จินตนาการและปฏิบัติการของกลุ่มบุคคลทั้งหลาย ที่กล่าวไป ประเด็นที่ควรใส่ใจคือ แม้จะเป็นพื้นที่ที่ปรากฏขึ้นแล้วอย่างเป็นรูป ธรรม แต่พื้นที่เชิงรูปธรรมแห่งนี้ก็ไม่ได้มีความตายตัว ทั้งยังมากไปด้วยความ ก้ำกวม ซึ่งก็คือลีลาอันน่าสนใจของเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ตลาดการท่องเที่ยวมา คำคืนที่เกิดขึ้นมาภายใต้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างทุนกับความเป็นชาติพันธุ์ในเมือง

สินค้าในตลาดแห่งความกำกวม

ความกำกวมคือสิ่งที่มิให้เห็นอย่างเป็นปกติในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ไม่ว่าจะเป็นตัวตลาด ตัวผู้ค้าหรือตัวสินค้าก็มักจะมีคามกำกวมเป็นส่วนประกอบหนึ่ง ด้วยเสมอ ยิ่งเมื่อความเป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวมาปะทะผสานกับความเป็น ชาติพันธุ์บนอาณาบริเวณของเมือง ความกำกวมก็ยิ่งถูกผลิตขึ้นมาอย่างหลากหลายและไม่สิ้นสุด โดยทั่วไปเราจะเห็นความกำกวมนี้ได้จากบรรดาสินค้าที่นำ มาวางจำหน่าย

เชียงใหม่ไนท์บาซาร์เป็น “ตลาดชาติพันธุ์” ที่มีความน่าสนใจในแง่ที่ว่า เป็นตลาดที่ถือกำเนิดขึ้นมาจากความแตกต่างทางชาติพันธุ์ได้รับการผลักดัน หรือพัฒนามาโดยตลอดในฐานะตลาดของสินค้าชาติพันธุ์แต่สินค้าที่จำหน่าย ณ ที่นี้กลับไม่ได้มีเฉพาะสินค้าชาติพันธุ์ นอกจากสินค้าชาติพันธุ์แล้ว สินค้าเลียน แบบ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นานาชาติก็มีให้เห็นทั่วไปในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

สินค้าเหล่านี้ถูกผลิตขึ้นมาโดยระบบโรงงานในปริมาณที่มากแต่ก็มีความหมายมากพอที่จะดำรงอยู่ในที่นี้ในฐานะสินค้าได้ไม่ต่างไปจากสินค้าชาติพันธุ์ ผู้ค้าสินค้าประเภทนี้มีทั้งคนเมือง คนไทย คะฉิ่น ระวัง ลีซอ พม่า อาข่า มิว มง ไทใหญ่ ฯลฯ

ความน่าสนใจในอีกแง่หนึ่งอยู่ที่เรื่องของ “ความจริงแท้ทางชาติพันธุ์” ของสินค้า ลักษณะเด่นของสินค้าชาติพันธุ์ที่นำมาจำหน่ายในที่นี้คือ ไม่จำเป็นต้องมีความลึกลับหรือความแนบแน่นในความเป็นชาติพันธุ์ของตัวเองเสมอไป² ขอเพียงทำขึ้นมาหรือซื้อหามาแล้ว “ขายได้” สินค้านั้นก็มีความเหมาะสมที่จะดำรงอยู่ที่นี้เพื่อรอการซื้อขาย

สินค้าชาติพันธุ์อันหมายถึงสินค้าที่บรรจุได้ด้วยสัญลักษณ์ของความต่างทางวัฒนธรรม (เช่นที่ปรากฏอยู่ในรูปลักษณะ ลวดลาย และสีสันอันแปลกตา) คือสิ่งที่มีความกำกวมอยู่ในตัว ความกำกวมนี้เกิดขึ้นจากการที่ของใช้ในชีวิตประจำวันของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นๆ ถูกนำมาทำเป็นสินค้า หรือเกิดขึ้นจากการคิดประดิษฐ์สินค้าที่มีรูปลักษณะคล้ายๆ กับสิ่งของของกลุ่มชาติพันธุ์ขึ้นและนำเข้ามาจำหน่ายกันในพื้นที่ท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองซึ่งมากไปด้วย “ผู้บริโภคที่มีความแตกต่าง หลากหลาย”

การหลุดออกจากบริบทเดิมเช่น หมู่บ้านบนดอยมาสู่บริบทใหม่ในฐานะ “สินค้า” ทำให้ “ของใช้” ในชีวิตประจำวันของกลุ่มชาติพันธุ์หลายอย่าง อาทิ เช่น ผ้า เสื้อ กระโปรง เข็มขัด ยาม หมวก กำไล สายสร้อย ฯลฯ จำเป็นต้องได้รับการพิจารณาคุณค่าหรือความหมายใหม่ รวมทั้งต้องถูกปรับเปลี่ยนไปเพื่อให้เป็นที่ถูกตาต้องใจของตลาดซึ่งเป็นผลผลิตโดยรวมของ “ความต้องการอันหลากหลาย” ของบรรดานักท่องเที่ยวที่บางก็มุ่งแสวงหาของจริงแท้ของเก่าแก่ดั้งเดิม บางก็ไม่แม้กระทั่งจะใส่ใจในความจริงแท้แค่ขอให้มันเป็นเพียงสิ่งที่ถูกใจก็ยินดีจะซื้อไป ความชอบ รสนิยมของนักท่องเที่ยวจึงเข้ามาเกี่ยวพันกับการทำของใช้ให้

กลายเป็นสินค้า การปรับประยุกต์สินค้าตัวใหม่ขึ้นมาเป็นอย่างมาก รูปลักษณะ
ลวดลาย สี สันรวมทั้งประโยชน์ใช้สอยของสินค้าชาติพันธุ์บางครั้งถูกปรับเปลี่ยน
ไปจนแทบไม่เหลือเค้าเดิม เช่น ผ้ากระโปรงม้งที่นำมาตัดเย็บเป็นที่รวบผมสตรี
ผ้าสวมแขวนอาข่าที่นำมาทำเป็นถุงใส่ขวดน้ำดื่ม ฯลฯ สินค้าชาติพันธุ์หลายอัน
ถูกปรับประยุกต์ขึ้นใหม่จนระบุไม่ได้ว่าเป็นของเผ่าใด เช่น เข็มขัดสตรีที่ชาวอา
ข่าไม่เคยทำใช้กันเองบนดอย เข็มขัดผ้าม้งที่อาข่าคิดประดิษฐ์ขึ้น ยามแบบอา
ข่าแต่ตัดเย็บมาจากผ้าม้ง เสื้อแขนยาวสตรีที่เอาผ้าลายม้งและเมียนมาผสมกัน
กระเป๋านั่งประดับผ้าม้ง ฯลฯ

สินค้าชาติพันธุ์เหล่านี้มีความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในตัว แต่เป็น “ความเป็น
ชาติพันธุ์ที่เป็นไปเพื่อคนนอก” ความเป็นเมืองสมัยใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์ (ที่เติม
ไปด้วยการเคลื่อนที่เดินทางข้ามพรมแดนของสิ่งต่างๆ) คือบริบทสำคัญที่เอื้อให้
เกิดความเป็นชาติพันธุ์แบบนี้ขึ้นมา

แม้จะเป็นความเป็นชาติพันธุ์ที่เป็นไปเพื่อคนนอก เพื่อคนอื่น เพื่อนักท่องเที่ยว
เที่ยวแต่ความเป็นชาติพันธุ์ที่ปรากฏในสินค้าเหล่านี้ก็มีความสำคัญต่อบรรดาผู้
ที่ประดิษฐ์คิดค้นมันขึ้นมาน้อยๆ ใน 2 ประเด็นคือ (1) ทำให้เกิดรายได้แก่
ตัวผู้ผลิต ผู้ค้าหรือเป็นเครื่องมือหนึ่งของการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมเมืองของ
ชนชาติพันธุ์นั้นๆ (2) ช่วยแต่งเติมเนื้อหาใหม่ๆ ให้กับความเป็นชาติพันธุ์ของตัวผู้
ที่ประดิษฐ์คิดค้นสินค้าชาติพันธุ์เหล่านั้นขึ้นมา ความเป็นชาติพันธุ์ในพื้นที่การ
ค้าแห่งยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นสิ่งที่ไม่นิ่ง (ซึ่งก็ไม่เคยนิ่งมาตั้งแต่ต้น) และมากไป
ด้วยความกำกวม

นอกจากความกำกวมแล้ว สินค้าในเชียงใหม่ในทาบารียังมากไปด้วย
“การลอกเลียนแบบ” กันไปๆ มาๆ แม้คำอาข่าผู้หนึ่งเล่าว่า “ฮุย! ทำจนไม่รู้จะคิด
อะไรแล้ว คิดอะไรใหม่ๆ ได้ทำออกมาขายแป๊บเดียวก็มีคนอื่นก๊อปไปออกมา ขาย
ไม่รู้จะคิดอะไรแล้ว” การทำสินค้าเลียนแบบกันหรือการหาสินค้าแบบเดียวกันมา
จำหน่าย คือสิ่งที่มิให้ให้เห็นกันอยู่ทั่วไป ในเชียงใหม่ในทาบารีย และนี่ก็คือสาเหตุ

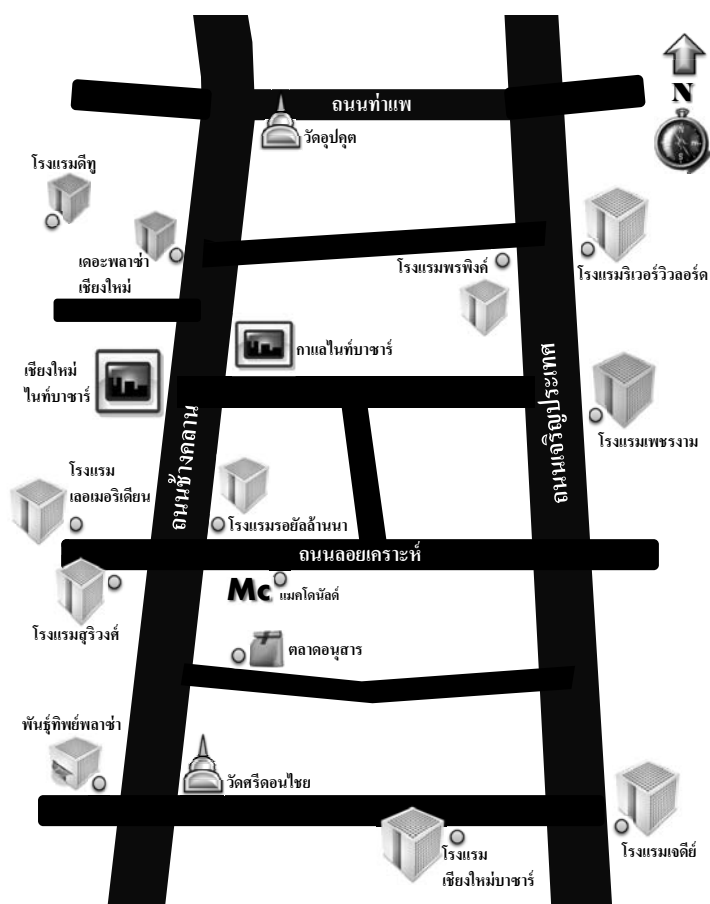
ที่ทำให้แทบไม่มีการผูกขาดสินค้าหนึ่งๆ ไว้กับกลุ่มชาติพันธุ์ใดๆ ถ้าจะมีให้เห็น ก็คงจะเป็นสินค้าหัตถกรรมทำขายนักท่องเที่ยวของบรรดาอาชาเรขาย ตัวอย่าง เช่น เช็มขัดผ้า กำไลผ้าแบบอาชาที่ปักด้วยเม็ดเดือย ลูกปัด กระดุมโลหะ หอยเบี้ย หรือหมวกแบบอาชาที่ทำขึ้นมาเพื่อขายนักท่องเที่ยว แต่นอกจากสินค้าอาชาเหล่านี้แล้วเราแทบไม่พบสินค้าใดที่จะบ่งบอกความเป็นชาติพันธุ์ของตัวผู้ค้าได้ โดยเฉพาะผู้ค้าตามร้านแผงลอยและรถเข็นริมทาง พ่อค้าบางท่านจะแกะสลักสับเป็นดอกไม้ขาย พ่อค้าคะฉิ่นบางท่านขายภาชนะแกะสลักจากไม้มะม่วง แม่ค้าลีซอบางท่านขายผ้าพันคอเนื้อบางเบาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของโรงงานในจีน แม่ค้าคนเมืองบางท่านขายเสื้อยืดคอกลมพิมพ์ลายที่สั่งซื้อมาจากย่านประตูน้ำ กรุงเทพมหานคร พ่อค้าอาชาบางท่านขายกระเป๋าที่ตัดเย็บขึ้นมาด้วยผ้าของชาวม้งในจีน และแม่ค้าพ่อค้ารายอื่นส่วนใหญ่ก็นำขายสินค้าทำนองนี้คือ สินค้าที่ไม่ตรงกับความเป็นชาติพันธุ์ของตนเอง สินค้าที่ระบุลงไปได้ยากกว่าเป็นของจริงหรือของปลอมหรือเป็นของของกลุ่มชาติพันธุ์ใด

เชียงใหม่ในทัศนะคือพื้นที่ที่อะไรๆ ในที่นี้มักถูกทำให้เป็นอื่นอยู่ตลอดเวลา เมื่อถึงนั้นๆ หลุดออกมาจากบริบทเดิมที่ให้กำเนิด และคอยกำกับควบคุมมันมาสู่บริบทใหม่ที่มากไปด้วย “คนอื่น” คุณค่าและความหมายของสิ่งนั้นก็จะเริ่มถูกทำให้กำกวมขึ้น

เชียงใหม่ในทัศนะเป็นพื้นที่ของนักท่องเที่ยวนานาประเภท บ้างก็แสวงหาความจริงแท้ บ้างก็ไม่ได้ใส่ใจอะไรกับความจริงแท้แต่เน้นแสวงหาแค่ความแปลกตา ความแปลกใหม่หรือความพึงพอใจเฉพาะตัว ด้วยรสนิยมและค่านิยมของผู้บริโภคที่หลากหลายเช่นนี้ การดำรงอยู่ของเชียงใหม่ในทัศนะ และการดำรงอยู่ของบรรดาผู้ค้ากลุ่มต่างๆ ในเชียงใหม่ในทัศนะจึงต้องพึ่งพาทั้งความจริง ความหลงและความกำกวม แต่ไม่ว่าจะเป็นของจริง ของปลอมหรือแม้แต่ของที่ระบุลงไปไม่ได้ว่าเป็นของจริงหรือของปลอมก็ล้วนมีความสำคัญต่อสรรพชีวิตที่กำลังดำเนินไปในพื้นที่ของการค้าแห่งนี้

พื้นที่ของการหาเงินที่เรียกว่าเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

“เชียงใหม่ไนท์บาซาร์” หรือที่เรียกกันทั่วไปในชีวิตประจำวันว่า “ไนท์บาซาร์” หมายถึงอาณาบริเวณของตลาดของฝากของที่ระลึกยามราตรีที่แผ่ตัวไปตามริมทางทั้ง 2 ฝั่งของถนนช้างคลานตั้งแต่สี่แยกวัดอุปกุดที่อยู่ทางด้านเหนือไปจนถึงสี่แยกแสงตะวันทางด้านใต้ที่มีวัดศรีดอนไชยตั้งอยู่



แผนที่เชียงใหม่ไนท์บาซาร์
จัดทำโดย นาวิน โสภากูมิ

สภาพในปัจจุบันของเชียงใหม่ในทหาศารโดยรวมคือเป็นย่านขายของ ผากของที่ระลึกที่ติดตลาดยามค่ำและจะเปิดจำหน่ายสินค้าไปจนถึงประมาณ 24 นาฬิกา เมื่อการเข้ามาสู่ในทหาศาร ภาพแรกที่สะดุดตา คือ “ร้านขายสินค้า ติดล้อเลื่อน” ที่ตั้งเรียงต่อกันไปทั้ง 2 ฝั่งของถนนชางคลานย่านนี้ ร้านล้อเลื่อนเหล่านี้ที่มีเป็นจำนวนมากจะถูกเข็นออกมาตั้งวางริมทางเท้าตั้งแต่ช่วงบ่ายเพื่อรอให้ผู้ที่เป็นเจ้าของมาเปิดและจัดเรียงสินค้าจำหน่ายในยามค่ำ เมื่อหมดเวลาจำหน่าย ผู้ค้าที่เป็นเจ้าของจะเก็บสินค้าเข้าไปใส่ไว้ใต้ท้องล้อเข็นที่ดัดแปลงเป็นที่เก็บของ มีบานประตูปิดล็อกได้ เมื่อผู้ค้ากลับไปแล้ว จะมีผู้รับจ้างมาเข็นร้านล้อเข็นเหล่านี้ไปเก็บไว้ยังที่จัดเก็บที่ได้ทำสัญญาเช่าไว้ ตกบាយมา ร้านล้อเข็นซึ่งในภาษาของผู้ค้าเรียกว่า “ล้อ” นี้จะถูกเข็นออกมาวางรอไว้ ณ ริมทางเท้าอีก ด้วยความที่ล้อเข็นนี้มีเป็นจำนวนมากหลาย และแต่ละคันก็ถูกใช้เป็นที่เก็บสินค้าหลังเลิกจำหน่าย และแขวนเรียงสินค้าในยามจำหน่าย ผู้ค้าจึงได้พากันติดตั้งหลังคาและแผงแขวนแสดงสินค้าไว้บนตัวล้อเข็น ร้านล้อเข็นเหล่านี้เมื่อถูกเข็นมาวางเรียงต่อกันไปตามริมทางเท้าจึงดูคล้ายสิ่งปลูกสร้างที่ตระหง่านขึ้นมาบดบังร้านค้าตามศูนย์การค้า อาคารพาณิชย์ที่มีผู้ค้าอื่นเช่าประกอบการอยู่ด้านใน เป็นผลให้ถูกวิจารณ์ว่า “ทั้งเยอะ คู่ม็ไม่อยู่ สง่เสี่ยงรบกวน กีดขวางทางสัญจร จอดเกะกะ ทั้งกลางวันและกลางคืน... เมื่อนำมาวางต่อๆ กันในช่วงกลางคืนเกิดทัศนอุจาดเหมือนสลัม” (ลานนาไทยนิวส์, 16-31 ธันวาคม 2553 : 2) ปัจจุบันทางเทศบาลนครเชียงใหม่จึงได้พยายามที่จะเข้ามาจัดระเบียบให้กับร้านล้อเข็นริมทางเหล่านี้

ผู้ค้ากลุ่มใหญ่ของเชียงใหม่ในทหาศารในปัจจุบันคือ ผู้ค้าตามร้านล้อเข็นริมทางเหล่านี้ที่มีอยู่ด้วยกันถึง 885 ราย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ที่ทางเทศบาลนครเชียงใหม่ประกาศผ่อนผันให้สามารถวางของขายบนทางเท้าทั้ง 2 ฝั่งของถนนชางคลานได้จำนวนร้านล้อเข็นก็ได้เพิ่มขึ้น (เพ็ญอาจ) จนถึงกับกล่าวได้ว่าเชียงใหม่ในทหาศารคือตลาดของร้านล้อเข็นริมทาง

นอกจากร้านล่อเซ็นแล้วบนทางเท้าของถนนช้างคลานย่านไนท์บาซาร์ ยามค่ำคืนเต็มไปด้วยร้านแผงลอยริมทางที่ตั้งหันหน้าร้านมาเผชิญกับร้านล่อเซ็น โดยจะมีการเว้นที่ว่างตรงกลางระหว่างหน้าร้านให้เป็นทางเดินแคบๆ ของนักท่องเที่ยว ร้านล่อเซ็นจะถูกจัดวางให้หันหน้าร้านเข้ามาด้านทางเท้าเพื่อความสะดวกในการเลือกชมสินค้าของนักท่องเที่ยว หันหลังร้านออกสู่ถนน ขณะเดียวกันร้านแผงลอยที่ทอดประกอได้นี้จะตั้งร้านโดยหันหน้าออกมาทางถนน หลังร้านชิดอยู่กับหน้าร้านของอาคารพาณิชย์ ทั้งร้านแผงลอยและร้านล่อเซ็นจึงตั้งหันหน้าเผชิญกัน นักท่องเที่ยวที่เดินผ่านตรงที่ว่างระหว่างหน้าร้านที่เรียงต่อกันเป็นแนวไปจึงสามารถเดินเลือกชมสินค้าได้ทั้งด้านซ้ายและขวาของตน ร้านแผงลอยเหล่านี้ส่วนใหญ่จะตั้งทางฝั่งกาแลไนท์บาซาร์ โดยเริ่มตั้งแต่หน้าร้านคุ้มยั้งไปจนถึงซอยข้างวัดศรีดอนไชย บริเวณที่มีร้านแผงลอยตั้งอยู่หนาแน่นคือ หน้ากาแลไนท์บาซาร์หน้าร้านแมคโดนัลด์ ต่อเนื่องเป็นแนวไปตามหน้าตลาดอนุสารจนถึงข้างวัดศรีดอนไชย ฝั่งตรงข้ามคือฝั่งอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์มีร้านแผงลอยตั้งอยู่ประปราย เช่นหน้าธนาคารนครหลวงไทยข้างธนาคารไทยพาณิชย์ หน้าลานว่าง ล้อมรั้วสังกะสีซึ่งเดิมเป็นลานการค้าเดอะพีค (ที่ปิดกิจการไปและได้รับการปรับเป็นลานว่างเมื่อปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2554) หน้าอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

สินค้าตามร้านล่อเซ็นและแผงลอยเหล่านี้มีหลายชนิดนับแต่งานหัตถกรรมเครื่องประดับตกแต่ง สินค้าทำเลียนแบบ ของกิน ฯลฯ แต่หากสินค้าตามร้านประเภทนี้ยังไม่เป็นที่ถูกใจ นักท่องเที่ยวก็สามารถเข้ามาเดินซื้อหาได้ตามลานการค้าและศูนย์การค้าที่จะมีร้านแบ่งเป็นลิ้นคๆ และร้านแผงลอยไว้คอยบริการ ศูนย์การค้าที่สำคัญของอาณาบริเวณนี้คืออาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ของบริษัทนครพิงค์ไนท์บาซาร์จำกัด ศูนย์การค้ากาแลไนท์บาซาร์ซึ่งปัจจุบันเป็นของบริษัททีซีซีกรุ๊ป ลานการค้าที่สำคัญของย่านนี้คือตลาดอนุสารซึ่งเป็นของบริษัททีซีซีกรุ๊ปเช่นกัน ยังมีลานการค้าขนาดย่อมตั้งอยู่ข้างร้านแมคโดนัลด์หรือหน้าศูนย์การค้าพาววิลเลียน ไนต์บาซาร์ ซึ่งได้ปิดกิจการไปเมื่อต้นปี พ.ศ. 2554

(ต้นเดือนพฤษภาคม 2554 ประกาศให้เข้าพื้นที่บางส่วนขายอาหาร) แต่ตัวลานยังถูกใช้เป็นลานการค้าอยู่ตามเดิม

ผู้ค้าที่เข้ามาวางสินค้าจำหน่ายตามลานการค้าและศูนย์การค้านี้ รวมทั้งร้านแผงลอยที่ตั้งร้านอยู่หน้าศูนย์การค้าและลานการค้าจะต้องจ่ายค่าที่วางสินค้าหรือค่าลื้อค้ให้กับบริษัทที่เป็นเจ้าของศูนย์หรือลานการค้า ในขณะที่ผู้ค้าร้านลอยซึ่งตั้งวางร้านลอยของตนไว้บนริมทางเท้าฝั่งถนนซึ่งถือเป็นที่อยู่ภายในการดูแลของทางเทศบาลนครเชียงใหม่ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าที่ให้แก่ทางเทศบาล การจ่ายค่าเช่าที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ค้ารายนี้ได้มาเช่าที่ของผู้อื่นที่เป็นผู้ถือครองสิทธิ์การจำหน่ายสินค้า ณ ที่นั้น สิทธินี้ก็จะเกิดขึ้นได้จากการจับจองที่แห่งนั้นมาได้ด้วยตนเองตั้งแต่ต้นหรือซื้อสิทธิ์การครอบครองซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า “เช่า” ต่อมาจากผู้อื่น

ร้านค้าภายในศูนย์การค้าจะดู “มีระดับกว่า” ร้านค้าแผงลอยและลอยเซ็น เป็นร้านค้าที่ต้องใช้ทุนเพื่อการเช่าถึงมากกว่า ในเชียงใหม่ในทศวรรษร้านค้าประเภทนี้จึงมีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าทั้งในแง่ของทำเลที่ตั้งร้าน และในแง่ของความน่าเชื่อถือของสินค้า แต่ทว่าสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านเหล่านี้ก็มักจะมีราคาสูงตามไปด้วย ตรงข้ามกับร้านลอยเซ็นและแผงลอยริมทางที่แม้จะถูกมองว่าเป็นร้านค้าที่ไม่ได้มาตรฐานแต่ราคาสินค้ามักขึ้นกับการเจรจาต่อรองของลูกค้าหรือเป็นราคาที่ “ได้ตั้งใจ” ของลูกค้า

ถ้าไม่นับรวมร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านไอศกรีม ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยา โรงแรม บริษัททัวร์ ธนาคาร ลานเบียร์ ร้านตัดเย็บผ้า ฯลฯ แล้วก็อาจกล่าวได้ว่าองค์ประกอบหลักของเชียงใหม่ในทศวรรษก็คือ (1) ศูนย์การค้าและลานการค้า กับ (2) ร้านลอยเซ็นและแผงลอยริมทางเท้า ร้านค้าทั้ง 2 ประเภทนี้แม้จะมีความต่างกันในเรื่องทำเลที่ตั้ง สินค้าและราคา แต่ก็มีความเหมือนกันอยู่บางประการ คือ (1) ต้องใช้เงินเป็นทุนหลักในการได้มาซึ่ง “พื้นที่วางจำหน่าย” สินค้าและ (2)

ต้องอยู่เป็นที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายร้านค้าและสินค้าไปไหนมาไหนได้ ร้านค้าทั้ง 2 ประเภทนี้แผ่ตัวอยู่ทั่วเชียงใหม่ในทิวเขารอบอย่างหนาแน่น จนไม่มีที่ว่างใดหลงเหลือไว้ให้แก่วัฒนภาพใหม่ที่ไม่มีเงินทุนได้เข้าไปจับจองเช่นในอดีต

เมื่อกระทั่งริมทาง 2 ฝั่งถนนยังถูกจับจองจนมีเจ้าของไปหมดแล้ว เชียงใหม่ในทิวเขารักไม่น่าจะมีพื้นที่อื่นใดที่พร้อมจะถูกนำมาใช้เป็น “พื้นที่เพื่อการค้า” ได้อีกต่อไป แต่ในความเป็นจริงกลับมี “พื้นที่การค้า” อีกประเภทหนึ่งปรากฏขึ้นในเชียงใหม่ในทิวเขารัก เป็นพื้นที่การค้าที่มีอยู่อย่างจำกัดแต่สามารถเคลื่อนที่โยกย้ายได้เพราะใช้ “ร่างกาย” ของผู้ค้ามาเป็นพื้นที่จัดวางสินค้า ร่างกายนั้นเป็นร่างกายที่มีนัยทางชาติพันธุ์อันร่วมสมัย พื้นที่การค้าประเภทนี้ปรากฏตัวขึ้นมาในรูปลักษณะของ “อาชาเรขาย” ซึ่งได้กลายมาเป็นพื้นที่การค้าอีกแบบหนึ่งซึ่งมิให้เห็นอย่างเป็นทางการในเชียงใหม่ในทิวเขารักมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 และปัจจุบันได้พากันขยายตัวออกไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา หัวหิน สมุย ภูเก็ต จนถึงกับกล่าวได้ว่าถ้ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติไปท่องเที่ยวเป็นประจำ ณ ที่ใดก็มักมีอาชาเรขายตามไปจำหน่ายสินค้า ณ ที่นั้น

ความแตกต่างระหว่างร้านค้า 2 ประเภทแรกคือ ร้านค้าในศูนย์การค้า ลานการค้า และร้านริมทางกับร้านค้าประเภทที่ 3 หรือร้านค้าแบบอาชาเรขาย คือ “การเคลื่อนที่ได้” ของตัวร้านค้า แน่นอนว่าการเดินเรขายสินค้าไม่ใช่อาชีพที่แปลกใหม่ สามารถพบเห็นได้ทั่วไปมาเนิ่นนาน ถึงกระนั้นการเดินเรขายสินค้าของชาวอาชาในเชียงใหม่ในทิวเขารักหรือแม้แต่ที่อื่นใดในเมืองก็ยังคงมี “นัยทางสังคม” ที่น่าสนใจเพราะเป็นการเข้ามาเดินเรขายอยู่ในตลาดการท่องเที่ยวกลางเมืองซึ่งเป็นพื้นที่ของทุนและความทันสมัยที่ในระดับสามัญชนนึกดูเข้ากันไม่ได้กับความเป็นชาติพันธุ์บนที่สูงที่ถูกทำให้ปรากฏออกไปในตัวสินค้า ตัวผู้ค้าหรือแม้แต่ในการเดินเรขาย



ชาวอาข่าเราขาย

ธุรกิจการค้าของฝากของที่ระลึกในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ทุกวันนี้ได้รับการขับเคลื่อนโดยร้านค้าทั้ง 3 ประเภทนี้เป็นหลัก ร้านค้าแต่ละประเภทย่อมมีทุนต่างกันการแข่งขันกันหาเงินจากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันจึงนำมาซึ่ง “การเมืองของการทำมาหากิน” ที่หลากหลาย บางพวกก็ดำเนินธุรกิจอย่างมียุทธวิธี (Strategies) ขณะที่บางพวกก็มีเทคนิค (Tactics) ที่จะทำให้เกิดรายได้ในแบบฉบับของตน

หากมองจากมุมมองของผู้ค้า ผู้ประกอบการ เชียงใหม่ไนท์บาซาร์คือพื้นที่สำหรับการเข้ามาหาเงิน ผู้ค้าทั้งหลายไม่ว่าจะมีภูมิหลังทางสังคมแบบใด มีฐานะ ระดับการศึกษา เครือข่ายทางสังคม เพศสภาพ และความเป็นชาติพันธุ์

แบบใดล้วนก้าวเข้ามาในตลาดแห่งนี้เพื่อเงิน แต่เหตุผลที่รีบขายตรงไปตรงมา เช่นนี้เมื่อมาปะทะกับภูมิหลังทางสังคมและสภาพการณ์อันเป็นเงื่อนไขเฉพาะ หนาของผู้ค้าแต่ละกลุ่มแต่ละคนที่แตกต่างกันกลับทำให้เกิดลีลา ทางการค้าที่ หลากหลายขึ้นมาในพื้นที่นี้

ก่อนที่จะกลายเป็นตลาดที่มากไปด้วยลีลาของผู้ค้าเช่นในปัจจุบัน เชียงใหม่ในทบทวนการถือกำเนิดขึ้นมาได้อย่างไรกัน

กำเนิดของเชียงใหม่ในทบทวน

เชียงใหม่ในทบทวนมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ข้างคลานในทบทวน” เพราะเป็นย่านการค้ายามค่ำที่ตั้งอยู่บนถนนข้างคลาน

ถนนข้างคลานโดยเฉพาะย่านที่เป็นเชียงใหม่ในทบทวนได้ผ่านการ เปลี่ยนรูปลักษณะมาอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่เป็นเพียงทุ่งหญ้า ป่าละเมาะที่มี บ้านเรือนเพียงน้อยนิด ใครจะคาดคิดบ้างว่าถิ่นฐานย่านนี้โดยเฉพาะทางตอน เหนือของถนนที่บรรจบกับถนนท่าแพจะกลายเป็นทำเลที่เหมาะสมเป็นอย่าง ยิ่งต่อการทำการค้าและการทำมาหากินของผู้คนที่หลากหลายในอนาคตได้

สภาพของถนนข้างคลานในสมัยนั้นบริเวณที่เป็นในทบทวนใน ปัจจุบันแต่ก่อนจะเป็นที่รกร้างคือ ทุ่งหญ้าและป่าละเมาะเสียเป็น ส่วนใหญ่มีบ้านเรือนอยู่ห่างๆ กระจุกกระจาย ตรงปลายขอบของ ชุมชนคือที่โรงหนังแสงตะวันนั้นเป็นกาดหมั้ว (ตลาดอย่างไม่เป็นทางการ ติดตลาดชั่วคราว ชาวบ้านมีสินค้า ของกินใดที่ต้องการ จำหน่ายก็นำเข้ามาวางจำหน่าย ไม่ได้มีความเคร่งครัดในเรื่อง ราคามากนัก พอจำหน่ายสินค้าหมดหรือได้เวลาอันควรก็สลาย ตัวแยกย้ายกันกลับไป : ผู้เขียน) เล็กๆ หลุดจากนี้ไปคือทุ่งนาโล่ง กว้างแผ่ไปจนเกือบถึงโรงเรียนมงฟอร์ตประถมซึ่งเป็นชุมชนของ

ชาวมุสลิม ที่ทุ่งนาคีหากผ่านไปก็จะเห็นหนังวัว หนังควายซึ่งตาก
แห้งอยู่เต็มไปหมด เป็นสัญลักษณ์ประจำที่ควบคู่กับเมรุสีขาวของ
สุสานชาวลานที่มองเห็นเด่นชัดแต่ไกล... ถนนหนทางสายหลัก
เช่นท่าแพ ข้างม่อยหรือเจริญเมืองยังกว้าง โลงและเจียบส่วนใหญ่
มีแต่สามล้อถีบ นานๆ จะได้ยินเสียงรถแห่ป้ายโฆษณาหนังตะลุง
ดั่งแห่ผ่านมาเสียทีหนึ่ง (ดวงคำ-13/09/2001)

ความเจริญในละแวกนี้เริ่มขึ้นที่ถนนท่าแพก่อน ปี พ.ศ. 2494 รัช ดัน
ตรานนท์ บุตรคนที่ 6 ของเจ้าแก้ววันขุน แซ่ตัน ได้เปิดห้างต้นตรากันขึ้นที่
ถนนท่าแพ (เวียงรัฐ, 2552 : 110-118) บริเวณที่ค่อนมาทางสี่แยกวัดอุปกุตุซึ่ง
เป็นจุดเริ่มต้นของถนนข้างคลาน เมื่อองค์กรเชื่อมประสาน (Nodal organ) หรือ
พื้นที่ที่เป็นจุดรับและส่งผ่านสิ่งของในนามของห้างสรรพสินค้าได้ถูกสร้างขึ้นที่นี่
ผู้คนและกิจกรรมทางการค้าต่างๆ ก็เริ่มตามเข้ามาแต่งเติมชีวิตให้กับถนนสายนี้

กลางปี พ.ศ. 2500 สะพานนวรัฐยังเป็นสะพานแคบๆ ที่มีโครงเหล็กสีดำ
สนิทยู่เบื้องบนพุทธสถานเชิงสะพานนวรัฐเพิ่งสร้างเสร็จยังไม่ทันเรียบร้อยดี
และได้ถูกใช้เป็นที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นควบคู่ไป สมัยนั้น
ถนนท่าแพเป็นถนนสายเดียวที่เป็นย่านการค้า มีร้านขายสินค้าพื้นเมืองนับได้
ไม่เกิน 10 ร้าน พ.ศ. 2507 นักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มเดินทางมาเชียงใหม่นอก
ฤดูกาลท่องเที่ยวคืองานฤดูหนาว สงกรานต์ ลอยกระทงกันประปราย โรงแรมชั้น
หนึ่งคือโรงแรมสุริวงส์ (บนถนนข้างคลาน) และโรงแรมรถไฟได้เริ่มเปิดให้บริการ
พ.ศ. 2510 ที่ อ.ส.ท. ประกาศจะพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ
แห่งที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร (อายุธ, 2518 : 14-16) ก็เป็นปีที่ทางหลวง
จากกรุงเทพมหานครถึงเชียงใหม่ได้รับการก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์ ถนนซูเปอร์
ไฮเวย์สายนี้ได้นำพานักท่องเที่ยวต่างถิ่นมาสู่เชียงใหม่มากขึ้นเป็นลำดับ หนึ่งใน
ยานพาหนะที่มีบทบาทต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ก็คือรถทัวร์
พ.ศ. 2513 รัฐบาลได้ประกาศยกฐานะท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็นท่าอากาศยาน

นานาชาติและนับจากปีนั้นนักท่องเที่ยวนานาชาติจากโพ้นทะเลเริ่มเดินทางมาสู่ เชียงใหม่อย่างสม่ำเสมอ (ณรงค์, 2518 : 40 ; อายุธ, 2517 : 71) พ.ศ. 2514 ศูนย์ วัฒนธรรมเชียงใหม่ ถนนวัวลายได้เปิดดำเนินการ พ.ศ. 2516 รถทัวร์ได้นำพา ผู้โดยสารรวมทั้งนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่เมืองเชียงใหม่โดยมีบริษัทรถทัวร์จำนวน หนึ่งเช่น สมบัติทัวร์ เศรษฐีทัวร์ได้เลือกใช้ถนนช้างคลานเป็นจุดรับส่งผู้โดยสาร ส่งผลให้ถนนช้างคลานเริ่มกลายมาเป็นที่ขึ้นลงรถของผู้โดยสารจำนวนหนึ่งซึ่ง อาจมีความต้องการหาซื้อของฝากติดมือกลับไปแต่ด้วยความที่ไม่มีเวลาไปหา ซื้อถึงแหล่งผลิตได้ ร้านของฝากแบกะดินริมทางจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของพวกเขา

ในอดีตถนนท่าแพที่มีทั้งวัดเก่าอันงดงาม เช่น วัดเซตวัน มหาวัน บุพพารา แสนผัง และร้านขายสินค้าพื้นเมืองคือถนนที่นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลามาเดิน เมื่อมาถึงเชียงใหม่ แต่ในช่วงเวลาต่อมาโดยเฉพาะในช่วงที่มีการนำรถทัวร์เข้า มาจอดรับผู้โดยสารบนถนนช้างคลานแล้ว นักท่องเที่ยวก็ได้เข้ามาเดินบนถนน ช้างคลานกันมากขึ้น เนื่องจากมีร้านของฝาก ร้านสินค้าพื้นเมืองจากถนนท่าแพ แฝ่ตัวเข้ามาสู่ถนนช้างคลานมากขึ้น

ร้านของฝากที่มาวางจำหน่ายสินค้าอันแปลกตาให้แก่นักท่องเที่ยวเป็น อันดับแรกน่าจะเป็นร้านแบกะดินของบรรดาพ่อค้าชาวเนปาลผู้ขายของกระจุก กระจิกประเภทเครื่องประดับ หินสี ลูกปัด กำไล ของแปลกจากแดนไกล ฯลฯ อันดับที่สองน่าจะเป็นพ่อค้ามั่งคั่งจากดอยปุยและอันดับถัดมาน่าจะเป็นแม่ค้าผ้า จากทางอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

เจ้าของร้านอาหารร้านหนึ่งบนถนนช้างคลานผู้อยู่อาศัยในย่านนี้มาตั้งแต่ เด็กเล่าว่า “แรกๆ จริงๆ นะเป็นพวกเนปาลมาวางของขาย พวกนี้จะขายลูกปัด อะไรรกระจุกกระจิกสวยๆ เอาผ้ามาปูกับพื้นวางขาย เค้าจะมาบอกว่าขอวางของ ขายน้อยนะ แล้วก็ขาย... พอมีพวกเนปาลมา ต่อมาก็จะเป็นคนเมือง คนอะไร ตามๆ กันมาแล้วร้านแรกที่ว่าปูผ้าเนี่ย พวกเค้าจะหาร้านที่เค้าปิดประตูไปแล้ว

วางของขาย แรกๆ เป็นผ้าแล้วต่อมาถึงเป็นโต๊ะไม้ไผ่เป็นแคระอะไรพวกนั้น”

ช่วงที่มีชาวเนปาลมาวางของขายหน้าบ้านเจ้าของร้านอาหารอาจไม่ได้สังเกตเห็นว่ามีชาวม้งอยู่ 2 คน ที่ได้เข้ามาลองเอาเครื่องประดับเงินที่ซื้อมาจากย่านวัวลายมาวางขายริมทางเท้าถนนข้างคลานด้วย (ไพโรจน์, 2554 :78-82) ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องแปลกเพราะชาวม้งทั้ง 2 คนนั้นเข้ามาขายแบบไปๆ มาๆ ระหว่างดอยกับเมืองไม่ได้ขายอย่างต่อเนื่อง ณ จุดเดิม เพราะ “ตอนนั้นม้งไม่ได้อยู่ขายตลอด ตั้งขายได้ 2-3 วันก็ต้องกลับไปบนดอย แล้วเวลากลับดอยก็ไปอยู่ 2-3 วัน ช่วงที่เรากลับขึ้นไปบนเมืองก็ยึดที่ พอเรากลับลงมาจะมาที่เก่าแก่ที่นั่นไม่ใช่ที่สู้ ก็เลยต้องขยับไปหาที่ตั้งอื่น เป็นอย่างนี้ประจำ พวกเค้ามาที่หลังม้ง” ลูกชาวม้งจากดอยปูยผูกเบิกการค้าริมทางที่นี้บอกเล่าถึงภาพการค้าในอดีตของแกที่เกิดขึ้นจากเหตุผลอันเรียบง่ายว่า “ก็ไม่มีอะไร แค่เห็นว่ามันดูแล้วน่าจะขายได้ก็ลองเอา (เครื่องประดับเงินที่ซื้อมาจากวัวลาย) มาตั้งขาย”

อาจมีความเป็นไปได้ว่าชาวม้งจากดอยปูยทั้งสองคนนี้เกิดความคิดที่จะนำเอาของมาลองวางขายเนื่องจากได้เห็นพ่อค้าเนปาลนำของมาวางขายริมทางเท้าบริเวณนั้นกันอยู่เป็นตัวอย่างก่อนแล้ว

ภรรยาเจ้าของร้านผักบุงลอยฟ้าซึ่งปิดกิจการไปแล้วกล่าวถึงภาพของถนนท่าแพและข้างคลานในอดีตว่า

ถนนแถวนี้ (ช่วงที่ถนนข้างคลานมาบรรจบกับถนนท่าแพ) ยังไม่มีระเบียบมาก มีน้ำขัง ฝรั่งยังไม่ค่อยเดินมาทางข้างคลาน พวกนี้ส่วนใหญ่เดินอยู่ทางท่าแพ ตอนนั้นมีพวกแม่ค้าจากสันกำแพง เอาผ้าไหมมาส่งที่ขึ้นสามตลาดวโรรส แล้วบางอันที่เค้าไม่ซื้อหรือเหลือๆ ก็ต้องแบกกลับ ก็มีคนคิดได้ว่าน่าจะลองเอามาปู๊มวางขายข้างทางแล้วมันก็ขายได้ ตอนนั้นเค้าขายกันทางท่าแพยังไม่มี

มาตครั้งนี้ (ถนนช้างคลาน) สมัยก่อนมันเป็นประตูหลักแบบเก่า พวกเค้าก็จะเอาผ้าไปปูจอร์นที่ปิด ตอนนั้นท่าแพคึกคัก เค้าจะเลือกร้านที่หน้าบ้านมีไฟสว่างแล้วก็เอามาวาง บางทีก็แขวนกับประตูหลัก บางคนก็เอาแบตเตอรี่มาต่อทำไฟง่าย ๆ มันก็ดูคลาสสิก ฝรั่งก็มาเลือกซื้อ แม่ค้าก็มีพวกป้าข้างลำพูนด้วย พวกนี้จะขายผ้าทอแล้วต่อมาพวกนี้ก็ค่อย ๆ ขยับมาทางช้างคลานด้วย ที่ถนนท่าแพตอนนั้นยังไม่มีชาวเขาขายนะ ชาวเขานี้มาขายหลังจากนั้น พวกนี้มาเริ่มขายที่ถนนช้างคลานไม่ใช่ท่าแพ

ร้านค้าแบกะดินริมทางแผ่ตัวจากถนนท่าแพเข้ามาสู่ถนนช้างคลานตามการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวบนถนนช้างคลาน การไหลเข้ามาปะทะกันของบริษัทรถทัวร์ บรรดาผู้โดยสาร นักท่องเที่ยวและผู้ค้าแบกะดินริมทางบนถนนช้างคลานคือเงื่อนไขเบื้องต้นที่ทำให้ถนนช้างคลานเริ่มก้าวเข้าสู่การเป็นแหล่งสินค้าพื้นเมืองและของฝาก

พัฒนาการของเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

การเป็นแหล่งสินค้าพื้นเมืองและของฝากยังได้รับการขับเคลื่อนให้โดดเด่นมากขึ้นเมื่อลานโล่งที่เกิดจากการรื้อถอนโรงภาพยนตร์เวียงพิงค์ออกไปถูกนำมาปรับใช้เป็น “ลานเพื่อทำการค้า” ที่ใช้นามว่า “เวียงพิงค์ไนท์บาซาร์” ในปลายปี พ.ศ. 2516

ป้าชาวอำเภอซึ่งลงมาอยู่เมืองเชียงใหม่ตั้งแต่พ.ศ. 2512 เป็นชาวอำเภอคนแรกที่ได้เข้ามาอยู่ที่ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ ถนนวัวลายเมื่อ พ.ศ. 2514 และเคยจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมที่ลานของเวียงพิงค์ไนท์บาซาร์มาตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2517 หรือ 2518 มาจนถึง พ.ศ. 2521 เล่าว่า “ก่อนหน้านี้ตรงนั้นเป็นโรงหนังเวียงพิงค์แล้วพอเค้าทุบทิ้งมันก็เป็นลานโล่งๆ เฉยๆ แล้วเค้าก็เอามาทำเป็น

ลือๆ ให้คนเช่าขายของกัน ตอนนั้นร้านก็จะเป็นร้านง่ายๆ เอาไม้ไผ่มาทำโครง เอาสังกะสีใส่ ผ่าพลาสติกคลุมอะไรยังเงี้ย”

“ข้างคลานไนท์บาซาร์” ในความหมายว่าลานการค้ายามค่ำคืนบนถนนข้างคลานได้เกิดขึ้นที่ลานร้างของโรงพยาบาลศรีเวียงพิงค์เมื่อปลายๆ ปีพ.ศ. 2516 เป็นแห่งแรก จากนั้นการขายของริมทางเท้าทั้งในรูปของร้านแบกะดินและร้านตั้งปูวางข้างทาง ก็ได้แผ่ตัวจากสี่แยกวัดอุทิศที่อยู่ทางตอนเหนือของถนนข้างคลานเข้าสู่ด้านในหรือด้านใต้ของถนนข้างคลานที่ละเล็กละน้อย

หลังจากที่มีร้านริมทางไหลเข้ามาวางจำหน่ายสินค้าจนถึงหน้าโรงเรียนช่องฟ้า (ปัจจุบันคือบริเวณตัวอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์) ได้ระยะหนึ่งแล้วในปี พ.ศ. 2520 ลานสนามหน้าโรงเรียนช่องฟ้าก็ได้รับการปรับปรุงเป็นลานคอนกรีต แบ่งเป็นลือๆ ให้ผู้เข้ามาเช่าวางของขาย ปีพ.ศ. 2524 บริษัทนครพิงค์ไนท์บาซาร์ จำกัดซึ่งมีผู้ถือหุ้นคือกลุ่มสหยูเนี่ยน สินเอเชีย อรุณานนท์ชัย โอสถานุเคราะห์ และต้นตรานนท์ (ธุรกิจการเงิน, 2527 : 68) ได้เริ่มสร้างตัวอาคาร “เชียงใหม่ไนท์บาซาร์” ขึ้นมาบนที่ดินของโรงเรียนช่องฟ้าซึ่งได้ถูกย้ายออกไปยังกิโลเมตรที่ 86 ถนนสุขุมวิทไฮเวย์เชียงใหม่-ลำปาง ในปีเดียวกัน³ ผังตรงข้ามโรงเรียนช่องฟ้าในขณะนั้นคือโรงแรมศรีโตเกียว เมื่อโรงแรมศรีโตเกียวย้ายออกไปจึงได้มีการนำพอลคาเมคาว่าวางของขายและภายหลังก็ได้พัฒนามาเป็นศูนย์การค้ากาแลไนท์บาซาร์

การปรากฏขึ้นของอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ส่งผลให้การค้าบนถนนข้างคลานมีความคึกคักขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงตั้งแต่เวียงพิงค์ไนท์บาซาร์มาจนถึงบริเวณสี่แยกโรงแรมสุริวงค์โดยมีอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์เป็นศูนย์กลาง

อาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์เกิดขึ้นจากความต้องการของบรรดาผู้ลงทุนจากทั้งในและนอกท้องถิ่นที่จะให้ตัวอาคารนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว “เขา

ต้องการให้ที่นี่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่หรือเป็นอนุสรณ์ของตัวเองก็ได้ คุณจะเห็นจากรูปทรงของตึก... เขาสร้างเป็นชั้นเดียว เป็นรูปทรงกระโจม... และการสร้างก็สร้างแบบศิลปะลานนา” (ธุรกิจการเงิน, 2527 : 68-69) นับตั้งแต่ตัวอาคารที่มีสัญลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่นี้เปิดดำเนินการนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบ “การเก็บสะสมสัญลักษณ์” (Urry, 1990:3) หลายต่อหลายคนก็ได้แวะเวียนมาท่องเที่ยวชมสินค้าที่นี้ ส่งผลให้ในยุคนั้นตัวอาคารแห่งนี้ต้องทำหน้าที่ เป็นทั้งตลาดสินค้าพื้นเมืองและตัวบ่งชี้ “การมาถึงเชียงใหม่” ให้กับนักท่องเที่ยวหลายคน

ศูนย์การค้า ลานการค้ากับร้านล่อเซ็น

อาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ครองความรุ่งเรืองมาได้ยาวนานพอควร จนกระทั่งมีการผลักดันตลาดอนุสาวรีย์เป็นลานการค้าสินค้าพื้นเมืองได้สำเร็จ นักท่องเที่ยวจึงถูกดึงให้มาเดินชมสินค้าทางด้านนี้มากขึ้น ปรากฏการณ์นี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจเดินขึ้นไปในตัวอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ทั้งเพื่อท่องเที่ยวชมและซื้อหา

ตั้งแต่พ.ศ. 2516 มาจนถึงปัจจุบันตลาดของฝากของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองขนาดใหญ่ที่เรียกว่าเชียงใหม่ไนท์บาซาร์จะประกอบไปด้วยศูนย์หรือลานการค้า 6 แห่ง คือ 1. เวียงพิงค์ไนท์บาซาร์ซึ่งต่อมากลายเป็นเดอะฟีดและปัจจุบัน (พฤษภาคม พ.ศ. 2554) ถูกปรับเป็นลานดินโล่งวาง ตั้งอยู่ด้านข้างของ 2. เดอะพลาซ่าเชียงใหม่ซึ่งแต่เดิมคือเชียงใหม่ไนท์พลาซ่า 3. เชียงใหม่ไนท์บาซาร์ 4. ศูนย์การค้ากาแลไนท์บาซาร์ 5. พาวิลเลียนไนท์บาซาร์และ 6. ตลาดอนุสาวรีย์

ทุกวันนี้ศูนย์หรือลานการค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเดินกันมากคือตลาดอนุสาวรีย์และศูนย์การค้ากาแลไนท์บาซาร์ ขณะที่ในตัวอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ยังคงมีผู้คนเข้ามาเดินชมสินค้าอยู่ แต่ก็ไม่ได้มากมายเช่นในอดีต

ผู้เฒ่าชาวจีนวัย 82 ปีที่เห็นพัฒนาการของย่านท่าแพและข้างคลานมาตั้งแต่วัยเยาว์เล่าว่า “อันนี้ (เชียงใหม่ในทบาศาร์) เมื่อก่อนคนเยอะใครมาก็มาเดิน หลังๆ นี้น้อยลงเพราะมันมีอันนั้น (ตลาดอนุสาร) ขึ้นมา คนเลยเทไปเดินทางนั้นกันหมด ตรงนี้เลยเงียบไป”

อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าตลาดอนุสารคือปัจจัยเดียวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินเข้าไปในอาคารเชียงใหม่ในทบาศาร์น้อยลง คู่แข่งที่สำคัญอีกอันหนึ่งของอาคารเชียงใหม่ในทบาศาร์รวมถึงศูนย์การค้าและลานการค้าอื่นๆ ในบริเวณนี้ก็คือ “ร้านแผงลอยและล้อเข็นริมทางเท้า” ที่มีให้เห็นกันมากขึ้นเป็นลำดับบนสองฝั่งของถนนข้างคลาน แต่เดิมมาการค้าตามริมทางเท้านี้มีลักษณะที่เรียกว่าผิดกฎหมาย บรรดาผู้ค้าริมทางเท้ามักตกเป็นเป้าของการจับกุมของเจ้าหน้าที่เทศกิจเสมอมาจนจบจนปีพ.ศ. 2540 ที่ทางเทศบาลนครเชียงใหม่ได้ประกาศให้ในทบาศาร์เป็นจุดผ่อนผันของการตั้งวางสินค้าจำหน่ายตามริมทางอย่างเป็นทางการ ร้านค้าลักษณะนี้จึงได้เพิ่มทวีขึ้นอย่างเป็นล่ำเป็นสัน

การเพิ่มทวีขึ้นของร้านค้าริมทางเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งที่ทำให้ศูนย์และลานการค้าในเชียงใหม่ในทบาศาร์ต้องถูกแย่งชิงลูกค้าจำนวนหนึ่งไป เพราะสินค้าที่วางขายอยู่บนร้านแผงลอยและล้อเข็นริมทางกับที่วางขายอยู่ตามศูนย์และลานการค้าส่วนใหญ่ไม่ได้มีความแตกต่างกัน ถ้าจะมีแตกต่างอยู่บ้างก็มีเพียงสินค้าหัตถกรรมและวัตถุโบราณที่คัดสรรมาเป็นพิเศษซึ่งจะมีวางจำหน่ายอยู่บนอาคารเชียงใหม่ในทบาศาร์ชั้น 2 และชั้น 3 เป็นส่วนใหญ่ สินค้าประเภทนี้มักมีราคาแพงและมีขนาดใหญ่ยากต่อการถือติดมือกลับไป นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินชมและซื้อหาสินค้าที่มีราคาย่อมเยาและขนาดกะทัดรัดที่มีวางจำหน่ายอยู่ทั่วไปในในทบาศาร์โดยเฉพาะตามร้านแผงลอยและล้อเข็นริมทาง

ร้านล่อเซ็นริมทางเหล่านี้คือคู่แข่งอันสำคัญของศูนย์การค้าและลานการค้าในที่นี้ คือแหล่งรายได้หลักของพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ที่มีถึง 885 ราย (ลำนนาไทยนิวส์, 16-31 ธันวาคม 2553 : 2) ในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ จนถึงกับกล่าวได้ว่าเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ในปัจจุบันคือตลาดของร้านล่อเซ็นริมทาง ภาพของร้านล่อเซ็นริมทางที่ตั้งวางขนานกันไปบนสองฟากข้างของถนนข้างคลานคือสิ่งที่เห็นกันอย่างชินตาในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

หากไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่มีความพิถีพิถันในการเลือกสรรสินค้าเป็นพิเศษ ชาวของที่ถูกวางจำหน่ายตามร้านล่อเซ็นริมทางเหล่านี้ มีคุณสมบัติพอที่จะใช้เป็นของฝากของที่ระลึกได้

แม่คาร้านล่อเซ็นชาวลิซอผู้หนึ่งให้ข้อสังเกตว่า “พวกนี้ (นักท่องเที่ยว) ก็แปลกเนาะชอบเดินซื้อกันแต่ข้างนอก (ตามร้านล่อเซ็นริมทาง)” แม่คาร้านล่อเซ็นชาวอาข่าที่มาร่วมสนทนาคอยให้คำยืนยันว่า “ใช่ บนไนท์ (ตัวอาคารเชียงใหม่ไนท์บาซาร์) ในเชียงใหม่ (เดอะพลาซ่าเชียงใหม่ที่ถูกเรียกด้วยชื่อเก่าตามความเคยชิน) อะไรนี่ไม่ค่อยอยากเดินเข้าไป ไม่รู้ทำไม” แม่คาร้านล่อเซ็นเห็นว่า “อันนี้มัน เดินข้างนอกนี่มันง่ายกว่า ก็เดินตรงไปๆ เรื่อยๆ อันนั้นมันต้องเลี้ยวขึ้นไป เลี้ยวเข้าไปยังจี่ (ทำมือเลี้ยวไปทางขวาประกอบ)”

คงไม่ใช่นักท่องเที่ยวทุกคนจะเห็นด้วยกับคำอธิบายนี้ แต่โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินชมสินค้าแบบเป็นแนวยาวต่อเนื่องกันไปตามร้านล่อเซ็นริมทางจริง แม่คาร้านล่อเซ็นชาวอาข่าอีกรายหนึ่งซึ่งเคยเช่าลิคชขายของอยู่ในกาแลไนท์บาซาร์แต่ในตอนนี้ได้ปิดกิจการร้านข้างในแล้วออกมาเช่าที่ร้านล่อเซ็นขายอยู่ริมทางก็กล่าวว่า “ข้างนอกนี่ คนเดินผ่านเยอะกว่าคะ ข้างในไม่ค่อยมีคนมาดู (สินค้า)”

แต่ไม่ว่าใครจะขายได้มากขึ้นหรือใครจะขายได้น้อยลง ทั้งศูนย์การค้า
ลานการค้าและร้านล่อเซ็นริมทางก็ยังคงตั้งดำรงอยู่ด้วยกันในตลาดอันมากด้วย
อำนาจและความกำกวม⁴ ที่เรียกว่าเชียงใหม่ในทบาศาร์

ร้านล่อเซ็นกับอาชาเรขาย

ร้านคาริมทางเท้าในเชียงใหม่ในทบาศาร์มีอยู่ 2 ประเภท หนึ่ง คือ ร้าน
ล่อเซ็นริมทางที่จะตั้งหันหน้าร้านเข้าหาตัวอาคารพาณิชย์ ร้านล่อเซ็นประเภทนี้
ถ้าผู้ค้าจับจองที่นั้นได้ด้วยตัวเองมาตั้งแต่ต้นจะไม่ต้องเสียค่าที่ สองคือ ร้านค้า
แผงลอยริมทางที่จะตั้งร้านชิดมาทางหน้าอาคารพาณิชย์โดยหันหน้าร้านออกหา
ถนน ร้านแผงลอยริมทางเหล่านี้จะจ่ายค่าเช่าที่ให้กับศูนย์การค้าหรือลานการค้า
ที่ตนไปตั้งอยู่ แต่ไม่ว่าจะเป็นร้านคาริมทางประเภทใดก็ล้วนอำนวยความสะดวก
ด้านการท่องเที่ยวและซื้อหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ร้านคาริมทางที่แน่นขนัด
ไปทั้งสองฟากข้างของถนนข้างคลานนี้มีสินค้าหัตถกรรมที่ดูซ้ำๆ กันให้นักท่อง
เที่ยวได้ซื้อหากันอย่างมากมาย มากจนถึงขนาดที่แม่ไม่ต้องเลี้ยวซ้ายเลี้ยวขวา
เข้าไปดูสินค้าที่วางขายในศูนย์การค้าเช่นเชียงใหม่ในทบาศาร์ กาแลในทบาศาร์
สินค้าตามร้านคาริมทางเหล่านี้ก็มีวางไว้ให้เลือกมากเกินพอ ด้วยทำเลที่เข้าถึงได้
ง่ายคือเพียงแค่เดินผ่านไปตามรายทางก็ซื้อหาได้ ทำให้ร้านล่อเซ็นและแผงลอย
ริมทางเหล่านี้กลายมาเป็นทำเลทองของเชียงใหม่ในทบาศาร์ไป กระทั่งร้านค้า
ตามศูนย์การค้าในนี้ก็ยังไม่มีย่านนักท่องเที่ยวเดินผ่านในแต่ละคืนมากเท่ากับร้าน
ริมทางเหล่านี้



ร้านล่อเซ็นริมทางย่านเชียงใหม่ไนท์บาซาร์

อย่างไรก็ดี ผู้ที่เดินผ่านตามหน้าร้านริมทางเหล่านี้ก็หาได้มีเพียงนักท่องเที่ยว เทียว การเดินของนักท่องเที่ยวมาตามหน้าร้านค้าริมทางมีความหมายต่อผู้ค้าว่าเป็นการเดินของ “ลูกค้า” ที่ผ่านมาท่องเที่ยวชมและซื้อหาสินค้า แล้วถ้าเปลี่ยนจากลูกค้ามาเป็นผู้ผ่านทางกลุ่มอื่นเล่า การเดินของพวกเขาจะมีความหมายเช่นไร ตอบรรดาผู้ค้าตามร้านริมทาง

ร้านแผงลอยและล่อเซ็นริมทางนี้โดยส่วนใหญ่จะตั้งร้านหันเผชิญหน้ากันบนทางเท้าเส้นเดียวกัน ทำให้มีช่องว่างตรงกลางเพียงแคบๆ ที่จำเป็นต้องสงวนเอาไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เป็นเส้นทางเดินชมสินค้าที่วางเรียงรายอยู่ทั้งทางซ้ายและขวา หากเดินผ่านไปบริเวณร้านที่ตั้งวางสินค้าล้ำเขตทางเดินเข้ามามาก

กระทั่งการเดินในลักษณะแถวเรียงหนึ่งผ่านไปก็นับว่าลำบาก ยิ่งหากเป็นจังหวัดที่มีลูกค้าหยุดชมดูสินค้าที่หน้าร้านนั้นก็ยิ่งเดินผ่านไปแทบไม่ได้

พลังความต้องการทางเศรษฐกิจของผู้ค้าจะมีอิทธิพลอย่างเข้มข้นต่อการผลิตความหมายให้กับพื้นที่ในทำนองว่าพื้นที่ตรงไหน ขนาดเท่าใดที่ควรถูกใช้เป็นทั้งวางสินค้าและพื้นที่ตรงไหน ขนาดเท่าใดที่ควรสงวนไว้เป็นทางเดินให้กับลูกค้า หรือแม้แต่การผลิตความหมายให้กับ “ตัวของผู้ที่จะเข้ามาใช้พื้นที่” แห่งนั้นว่าเป็นผู้ที่สมควรหรือไม่ที่จะเข้ามาใช้พื้นที่ริมทางเท่านั้น ตัวอย่างเช่น หากผู้เดินคนนั้นเหยียบย่างเข้ามาในตลาดยามค้าคืนแห่งนี้ด้วยความหมายหรือท่าทีที่ทำให้ผู้ค้าถอดรหัสออกมาได้ว่า “เป็นลูกค้า” คนผู้นั้นก็จะได้รับสิทธิของการเข้ามาในพื้นที่ทางเดินในฐานะลูกค้า แต่หากผู้ค้าประเมินแล้วเห็นว่าผู้เดินที่กำลังก้าวเข้ามา “เป็นผู้ค้ากลุ่มอื่น” เช่น อาชาเรขายผู้มี ความหมายต่อผู้ค้าว่าเป็น “ชาวเขาที่เข้ามาแย่งลูกค้า เกะกะ บังหน้าร้าน” ผู้เดินกลุ่มนี้ก็จะได้รับการกำหนดความหมายให้ว่าเป็นผู้ที่ไม่ควรมีสิทธิในการเข้ามาค้าขายที่นี่ เช่นที่เคยมีการกล่าวกันในที่ประชุมของผู้ประกอบการย่านไนท์บาซาร์เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547 ว่า “จะห้ามอาชาที่เดินๆ ขายไม่ให้เดิน เพราะว่าพวกนี้ไปเกะกะหน้าร้านเค้า”



อ้าซ่าเรขายกำลังขายสินค้าอยู่บนทางเดินระหว่าง
หนารานแผงลอยและลอเซ็นริมทาง

แน่นอนว่าความคิดจากที่ประชุมในคราวนั้นยังไม่ได้กลายมาเป็นมติของที่ประชุม แต่ก็สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบขัดแย้งกันระหว่างผู้ค้าร้านแผงลอยและลอเซ็นริมทางกับอ้าซ่าเรขายซึ่งมีกลุ่มลูกค้าอันเดียวกันคือ บรรดานักท่องเที่ยว

ในลักษณะภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะดังที่กล่าวไป แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ค้าร้านแผงลอยและลอเซ็นริมทางทุกร้านจะต้องรังเกียจอ้าซ่าเรขาย บ่อยครั้งที่เราจะเห็นอ้าซ่าเรขายที่จะไปนั่งกินกวยเตี๋ยว

กับเพื่อน จะไปห้องน้ำหรือจะไปธุระอื่นใดปลดตะกร้าจากบ่ามาวางฝากไว้ใต้ร้าน
 ล้อเซ็นที่คุ้นเคยกันก่อนไปทำธุระ อาชาเราขายบางรายที่เดินและยืนขายมานาน
 จนเมื่อยขาอาจหันไปขอนั่งเก้าอี้พลาสติกของผู้คารานล้อเซ็นที่วางอยู่เป็นการ
 ชั่วคราวก็ได้ ผู้คารานล้อเซ็นบางรายก็สั่งอาชาเราขายให้เย็บหมวกแบบอาชาที่
 ทำขายนักท่องเที่ยวนำส่งให้ร้านของตน ผู้คารานล้อเซ็นบางรายก็ยอมทนนั่งฟัง
 อาชาเราขายหลายคนที่มาหยุดพักสนทนากันหนารานของตนด้วยเสียงอันดังเป็น
 พักใหญ่ ก่อนจะหันไปบอกอาชาเราขายว่า “ไปขายของกันได้แล้ว”

แต่ผู้คารานล้อเซ็นรายหนึ่งที่รำคาญกับการมาเย็นจับกลุ่มสนทนากันของ
 อาชาเราขายจนถึงกับต้องลุกขึ้นมาเอาไม้กวาดฟาดตัวล้อเซ็นที่เป็นโลหะอย่าง
 แรง 2-3 ทีเพื่อไล่พวกอาชาเราขายออกไปจากหน้าร้านของตนก็มีให้เห็นเช่นกัน



ขณะเดินเรขายสินค้าชาวอำเภอมักหยุดยืนพูดคุยกัน

อาชาเรขายบางคนก็พยายามเสนอขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวที่กำลังยืนชมสินค้าของร้านล่อเซ็นอยู่จนทำให้บรรยากาศการต่อรองระหว่างผู้ค้าร้านล่อเซ็นกับนักท่องเที่ยวรายนั้นต้องสะดุดชะงักลงไป ก่อให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่อาจจะได้มาหากไม่มีอาชาเรขายมารบกวน ขณะที่ชาวอาชาเรขายส่วนใหญ่ไม่ได้มีนิสัยเช่นนี้ “นะคุณนั่นสิเดี่ยวเคา (ผู้ค้าร้านล่อเซ็น) ก็มาด่าให้หรือก เคา (นักท่องเที่ยว) กำลังซื้อของอยู่ ก็ไปขายของให้เคา” อาชาเรขายรายหนึ่งชี้ชวนให้ดูพฤติกรรมของอาชาเรขายวัยกลางคนคนหนึ่งที่มีกกระทำเช่นนั้น จนเป็นที่รู้กันทั้งในหมู่ชาวอาชาเรขายด้วยกันและผู้คนอื่นๆ ในบริเวณนั้น

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าร้านล่อเซ็นริมทางกับอาชาเรขายในแง่หนึ่งกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่มีนัยทางชาติพันธุ์ด้วย คือ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ไทยที่มักจะได้ครอบครองทำเลทางการค้าที่ดีกว่าซึ่งในที่นี้คือ ร้านล่อเซ็นริมทางกับกลุ่มชาติพันธุ์ชายขอบของสังคมไทยเช่นชาวอาชาเรขาย อย่างไรก็ตามมีประเด็นที่ควรใส่ใจคือ ผู้ค้าที่นั่งขายสินค้าอยู่ตามร้านล่อเซ็นริมทางในเชียงใหม่ในทศวรรษที่หกวันนี้ส่วนใหญ่ไม่ใช่คนไทย ไม่ใช่คนเมือง แต่เป็นชนชาติพันธุ์บนที่สูง (เช่นม้ง ลีซอ อาชา ฯลฯ) เป็นชนชาติพันธุ์จากประเทศพม่า (เช่น ลีซอ ระวัง คะฉิน มิว อาชา พม่า ฯลฯ) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าร้านล่อเซ็นริมทางกับอาชาเรขายในปัจจุบันจึงเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้มีเพียงความขัดแย้ง

ความขัดแย้งนั้นยังคงดำรงอยู่เพราะที่นี้คือพื้นที่แห่งผลประโยชน์ที่เรียกว่าตลาด แต่เจตสีหรือระดับของความขัดแย้งในที่นี้ดูมีความหลากหลาย ข้าบางที่ยังมีการเกื้อกูลพึ่งพากันให้เห็น ขึ้นอยู่กับ “ความหมาย” ที่ผู้ค้าแต่ละฝ่ายกำหนดให้แก่กัน (เช่น การเป็นคนทำมาหากินเหมือนกัน การเป็นชาวคอยที่ไม่ค่อยรู้มารยาทธรรมเนียมทางการค้า การเป็นคู่แข่งทางการค้า การเป็นสิ่งที่เกะกะหนารานน่ารำคาญ การเป็นเพื่อนที่พอจะพูดคุยได้ การเป็นคนกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน การเป็นคนชายขอบเหมือนกัน ฯลฯ) หรือ ขึ้นอยู่กับสภาวะการณ์เฉพาะ

หน้าทางการค้าที่กำลังดำเนินอยู่ ขึ้นอยู่กับสภาวะอารมณ์ตลอดจนจิตนิสัยเฉพาะกลุ่มเฉพาะตัวของผู้นั้นๆ

ผู้ประกอบการร้านล่อเซ็นเข้าถึงที่ทางทำการค้าด้วยทุนทางสังคม (เช่น การเป็นผู้ค้ารุ่นแรกๆ ที่เข้ามาจับจองที่นั้นได้ด้วยตัวเองตั้งแต่ต้น ทำการค้าตรงบริเวณนั้นมายาวนานจนเป็นที่รู้จักของผู้ค้าละแวกนั้นในฐานะผู้มาก่อนที่มากด้วยประสบการณ์) และทุนทางเศรษฐกิจ (เช่น การเป็นผู้ค้าที่มาเช่าที่ริมทางเท้าของผู้อื่นทำการค้า) แต่ชาวอาข่าเรขายผู้มีทุนทางเศรษฐกิจเพียงน้อยนิดต้องใช้ร่างกายและความเป็นชาติพันธุ์ของตนมาเป็นพื้นที่ทำการค้า แต่พื้นที่ทำการค้านี้มีลักษณะเด่นอยู่ประการหนึ่งคือ “เคลื่อนไปมา” ในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ได้ตามใจจะมียกเว้นก็เพียงตามศูนย์การค้าและลานการค้าที่ห้ามชาวอาข่าเข้ามาเดินเรขายสินค้าสภาพการณ์เช่นนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญอันหนึ่งที่ทำให้ชาวอาข่าเรขายต้องเดินเรขายสินค้าอยู่เฉพาะตามทางเท้าและพื้นที่ที่ไม่มีใครสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้เช่นตามสี่แยกและถนนทางเข้าตลาดอนุสาร การเดินเรขายได้เฉพาะตามทางเท้าส่งผลให้ชาวอาข่าเรขายต้องกลายมาเป็นคู่ของความสัมพันธ์ทางผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันกับผู้ประกอบการร้านล่อเซ็นริมทางอยู่เสมอเพราะทั้งคู่มุ่งหน้าทำการค้ากับลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ซึ่งอันที่จริงลูกค้ากลุ่มนี้หรือนักท่องเที่ยวก็ยังเป็นลูกค้าที่สำคัญของศูนย์การค้าและลานการค้าในย่านนี้ด้วยเช่นกัน

ขณะที่ร้านล่อเซ็นริมทางทำการค้าโดยอาศัยทุนทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ชาวอาข่าเรขายกลับต้องใช้ร่างกายกับความเป็นชาติพันธุ์มาเป็นตัวเสริมทุนทางเศรษฐกิจที่มีอยู่อย่างจำกัดของตน นี่เป็นเทคนิควิธีอันหนึ่งซึ่งพอจะช่วยให้ชาวอาข่าเรขายทำมาหากินอยู่ในตลาดแห่งนี้ได้ด้วยทุนเท่าที่มีอยู่

การทำมาหากินอยู่ในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ของชาวอาข่าเรขายเป็นการทำมาหากินที่สัมพันธ์อยู่กับ “ความหมาย”⁵ ของความเป็นอาข่าเรขายซึ่งได้ถูกสร้างขึ้นมาอย่างหลากหลายทั้งโดยตัวอาข่าเรขายเอง โดยผู้อื่น (ผู้ค้าอื่นๆ เจ้า

หน้าที่บ้านเมือง นักท่องเที่ยว) และโดยสถานการณ์ที่เป็นเงื่อนไขเฉพาะหน้าหรือบรรยากาศทางการค้า ณ ขณะนั้น

ตัวอย่างเช่นอาชาร่ายหลายรายแต่งชุดอาชาหรือหยิบจับสิ่งที่เป็นของอาชาขึ้นมาสวมใส่ก่อนจะออกมาเดินเรขาย แม้บางรายที่ไม่ได้สวมชุดอาชาก็ยังคงต้องสะพายตะกร้า (กระจาดพลาสติกสีเหลืองที่นำผ้ามาผูกเป็นสายสะพาย) ออกมาเดินเรขายและแวะพักจับกลุ่มยืนสนทนากันเสียงดังด้วยภาษาอาชา จนบางครั้งนักท่องเที่ยวก็จะหันมามองและด้วยเหตุที่ชาวอาชาร่ายนิยมใส่หมวกอาชา (ทั้งหมวกทำขายและหมวกทำใช้เอง) ข้าบางรายก็สวมชุดอาชาทำให้เป็นที่สะดุดตาจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลายรายต้องหยุดถ่ายภาพอาชาร่ายกลุ่มนั้นไว้ อาชาร่ายบางรายที่แต่งชุดอาชาอันโดดเด่นออกมาและอาชาแม่ลูกอ่อนที่สะพายลูกน้อยซึ่งสวมหมวกเด็กอาชาไว้ด้านหลังก็มักจะมีนักท่องเที่ยวมาขอถ่ายรูป แม้แต่อาชาร่ายซึ่งแต่งกายด้วยชุดลำลองแล้วนำหมวกอาชาที่ทำขายมาสวมไว้ก็ยังมีนักท่องเที่ยวมาขอถ่ายรูป แม้จะเป็นแค่หมวกที่ทำขึ้นมาเพื่อขายก็สามารถสร้างความหมายในแง่ของความเป็น “คนอื่น” ให้เกิดขึ้นในสายตาของ “นักท่องเที่ยวผู้มากไปด้วยความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงออกจากความจำเจในชีวิตประจำวันแม้เพียงชั่วคราวด้วยการวิ่งเข้าไปหาความเป็นคนอื่น (Otherness)” (Craik, 1997 : 114) ได้ สำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งความเป็นอาชาซึ่งในที่นี้หมายถึง “ความเป็นคนอื่นอันแปลกตา” ดูจะเป็นสิ่งที่มีความหมายมากไปกว่า “การเป็นคนเดินเรขายสินค้า” ไปๆมาๆ ในเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ เช่น สตรีชาวฝรั่งเศสผู้หนึ่งหันมาเห็นป้าอาชาร่ายเดินผ่านมาเธอรีบหันกล้องถ่ายรูปมาทางป้าอาชาผู้นั้น สบตากับป้าแล้วทำท่าขี้นมาที่กล้องของตัวเองเป็นทำนองขอถ่ายรูป ซึ่งป้าอาชาร่ายก็เข้าใจ ยิ้มรับและหยุดยืนให้ถ่ายภาพจนพอใจ แล้วจึงก้าววางออกไปขายของต่อ

นอกจากนักท่องเที่ยวแล้ว “ความเป็นคนอื่นอันแปลกตา” ของอาชาร่ายยังมีความหมายต่อตัวพื้นที่ในเวทีการท่องเที่ยวด้วย

แม่ในแง่หนึ่งชาวอำเภอเขาเราขายอาจถูกมองว่าเป็น “ตัวเกะกะ” ทางเดิน
หนารานของร้านล่อเซ็นและแผงลอยริมทาง จนถึงกับเคยถูกนำมาเป็นประเด็น
ในที่ประชุมของผู้ค้าในเชียงใหม่ในทศวรรษ (เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547) ว่า
จะไม่ให้ชาวอำเภอเขาเรามาเดินเรขายสินค้าในนี้อีกต่อไป ซึ่งนี่เป็นความหมายที่ผู้
คารานล่อเซ็นริมทางผลิตให้กับชาวอำเภอเขาเราขาย แต่ในอีกแง่หนึ่งความเป็นอำเภอเขา
เราขายยังมีความหมายหรือนัยสำคัญต่อตัวพื้นที่ ประเด็นนี้เห็นได้จากปฏิกิริยา
ของเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งแตกต่างไปจากกลุ่มผู้คารานล่อเซ็นริมทาง อำเภอเขาเราขาย
หนึ่งเล่าว่า “เมื่อวานเค้า (เจ้าหน้าที่เทศกิจ) มาบอกให้แต่งชุด (อำเภอเขาเรา) มาเดิน
ขายแต่งยังงี้ (ชุดลำลอง เสื้อยืดกางเกงขาสั้น) จะไม่ให้ขายนะ” เธอกล่าว
ต่อไปว่า “แต่เค้าก็มาบอกบ่อย หลายครั้งแล้วตั้งแต่ปีก่อน (พ.ศ. 2552) นะ แต่
ก็ยังไม่ได้แต่งชุดกัน ยังพูดกันว่าสงสัยเดียวพวกเค้าจะมาจับจริงๆ เพราะยังไม่
แต่งชุดกันเลย” ซึ่งตามความจริงมีชาวอำเภอเขาเราจำนวนหนึ่งนิยมแต่งชุดอำเภอเขาออก
มาเดินเรขายอยู่แล้วเพียงแต่ไม่ได้แต่งกันทุกคนอย่างพร้อมเพรียง

เทศบาลนครเชียงใหม่มีความพยายามที่จะทำให้เชียงใหม่ในทศวรรษโดด
เด่น และวิธีการหนึ่งก็คือให้บรรดาอำเภอเขาเราขายปรากฏกายขึ้นที่ในชุดประจำกลุ่ม
ชาติพันธุ์ซึ่งน่าจะช่วยเพิ่มสีสันให้กับพื้นที่ทางการท่องเที่ยวแห่งนี้ได้ ทุกวันนี้เรา
สามารถจะพบเห็นชาวอำเภอเขาเราขายได้ในหลายพื้นที่เช่นถนนข้าวสาร ซอยนานา
ย่านพัฒนพงษ์ของกรุงเทพมหานคร ชายหาด ผับบาร์ของเมืองพัทยา หัวหิน สมุ
ญเกิด แต่อำเภอเขาเราขายตามที่เหล่านี้นั้นส่วนใหญ่จะแต่งกายด้วยชุดลำลองเพียงแต่
สะพายตะกร้าและสวมใส่หมวกแบบอำเภอเขาเราทำขาย หากทำให้อำเภอเขาเราขายแห่ง
เชียงใหม่ในทศวรรษทุกคนแต่งชุดประจำกลุ่มชาติพันธุ์ออกมาเดินเรขายสินค้า
ได้ ก็จะเป็นการสร้าง “ความแตกต่าง” ให้เกิดขึ้นกับ (1) บรรดาอำเภอเขาเราขายในเชียง
ใหม่ในทศวรรษกับบรรดาอำเภอเขาเราขายในพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งอื่น และ (2) ตัวพื้นที่
คือย่านเชียงใหม่ในทศวรรษกับพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นที่มีอำเภอเขาเราขายไปปรากฏตัว

สำหรับเจ้าหน้าที่เทศกิจที่เข้ามาตรวจตราเชียงใหม่ในทศวรรษเป็น

ระยะๆ ชาวอำเภอเราขายมีความหมายว่าเป็น “สิ่งที่ควรมี” ถ้าอำเภอเราขายรู้จัก ตกแต่ง “ร่างกาย” ให้มีความหมายในเชิงส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ ซึ่ง ความหมายที่อิงอาศัยอยู่กับ “ความเป็นชาติพันธุ์” ของชาวอำเภอเราขายทำนอง นี้ไม่ว่าจะเป็นความหมายที่มีต่อนักท่องเที่ยวหรือมีต่อเจ้าหน้าที่เทศกิจเป็นสิ่งที่ ไม่มีอยู่ในบรรดาผู้คารานล่อเช่นริมทาง ทั้งๆ ที่หลายคนเป็นชนชาติพันธุ์บนที่สูง

ความหมายของอำเภอเราขายยังสัมพันธ์อยู่กับสภาพการณ์ทางการค้าที่เป็นเงื่อนไขเฉพาะหน้าด้วย ตัวอย่างเช่น อำเภอเราขายบางรายที่มีนิสัยชอบเข้าไป สะกดเรียกลูกค้าซึ่งกำลังยืนเลือกสินค้าของร้านล่อเช่นริมทางอยู่ ก็จะถูกผู้คาราน ล่อเช่นมองว่าเป็น “ตัวรบกวน” การค้า “อย่าเพิ่งขายสิ ฝรั่งเค้ากำลังซื้อ (ของฉัน) อยู่” แม้ผู้คารานล่อเช่นรายหนึ่งกล่าวขึ้นอย่างอดกลั้นต่อไปไม่ได้ จนอำเภอเราขาย รายนั้นต้องยอมถอยออกมา แต่ในอีกวันหนึ่งต่อมา ซึ่งเป็นวันที่แม่ค้ารายเดียวกัน นั้นเพิ่งเก็บธนบัตรที่รับมาจากฝรั่งที่มาซื้อของเขากะเป๋าเสร็จด้วยสีหน้าเบิกบาน เธอกลับหันมามองอำเภอเราขายอีกรายหนึ่งที่เพิ่งเข้ามาเสนอขายสินค้าให้ฝรั่งคน นั้นด้วยสายตารรรวมดาและเดินกลับไปนั่งสนทนากับผู้คารานข้างๆ ต่อไปโดยไม่ ใส่ใจเลยว่าอำเภอเราขายรายนี้ก็กำลังยืนบังหน้าร้านของเธอ ณ เวลาที่เพิ่งขาย ของได้นี้อำเภอเราขายอาจมีความหมายต่อเธอว่าเป็น “คนทำมาหากิน” เหมือนกัน

การทำมาหากินอยู่ในเชิงใหม่ในทฤษฎีของชาวอำเภอเราขายเป็น “การทำมาหากินที่ขึ้นอยู่กับความหมาย” ชาวอำเภอเราขายสมควรจะเป็นผู้มาเดินเรขายสินค้า ในที่นี้หรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับความหมายของตัวพวกเขาที่ถูกสร้างขึ้นมาทั้งโดยตัว พวกเขาเองและโดยผู้อื่น ตามนัยนี้เราจึงกล่าวได้ว่า “ตลาดคือพื้นที่ของความ หมาย คือพื้นที่ของการสร้างความหมาย การใช้ความหมายและการปรับเปลี่ยน ความหมาย”

ทุกส่วนในตลาดไม่ว่าจะเป็นตัวผู้คน สินค้า อาคารร้านค้า หรือแม้แต่ตัว ตลาดเองจะมีคุณค่ามากพอที่จะดำรงอยู่ ณ ที่นี้หรือไม่ย่อมต้องขึ้นอยู่กับความ

หมาย การสร้างความหมาย การถูกสร้างความหมายให้ รวมถึงการต่อรองกับ
ความหมายที่ถูกผู้อื่นสร้างไว้ให้

สรุป

เชียงใหม่ในทัศนะคือการจุดตัดของการปฏิสัมพันธ์อันเข้มข้นระหว่างทุน
ของผู้ประกอบการในระดับต่างๆ ความเป็นชาติพันธุ์กับความปรารถนาในสิ่งที่
หาไม่ได้ในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว

เชียงใหม่ในทัศนะถูกสร้างขึ้นโดยบรรดานายทุนและผู้ประกอบการ
กลุ่มต่างๆ ให้เป็นตลาดชาติพันธุ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว แต่ความเป็นชาติพันธุ์
โดยเฉพาะความเป็นชาติพันธุ์ที่ปรากฏอยู่ในสินค้าที่วางจำหน่ายอยู่ทั่วไปในพื้นที่
นี้ในทุกวันนี้เป็นความเป็นชาติพันธุ์ที่มีพลวัตเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากถูกผลิตขึ้นมา
บนความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนายทุนผู้ประกอบการ รสนิยม ค่า
นิยมของนักท่องเที่ยว และมุมมองรวมถึงความคาดหวังของผู้ที่หยิบเอาความ
เป็นชาติพันธุ์นั้นๆ มาใส่ลงไปในสินค้าที่ตนผลิตขึ้นมา เงื่อนไขเช่นนี้เป็นสิ่งที่ทำให้
เกิด “ความกำกวม” ทางชาติพันธุ์ขึ้นมาในตัวสินค้า แต่ก็ด้วยความกำกวมนี้ที่
ทำให้การค้าสินค้าชาติพันธุ์ดำรงอยู่ได้ในที่นี้ นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการอัน
แตกต่างหลากหลาย คือผู้ที่ทำให้ความกำกวมนี้มีนัยทางเศรษฐกิจ สังคมและ
วัฒนธรรมขึ้นมา

โดยทั่วไปตลาดคือพื้นที่ที่ตั้งอยู่บนฐานของเศรษฐกิจ แต่ก็ไม่ได้
หมายความว่ากระทำทุกการกระทำในตลาดจะต้องเป็นการกระทำทาง
เศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว กระทั่งการซื้อขายในหลายกรณีก็มีมิติทางสังคม
วัฒนธรรมหรือแม้แต่การเมืองอยู่ในตัว การพินิจพิเคราะห์การก่อกำเนิด
พัฒนาการของเชียงใหม่ในทัศนะ การเข้าถึงทำเลเพื่อทำการค้าของผู้ประกอบ
การกลุ่มต่างๆ ที่มีทุนและเทคนิควิธีต่างกันได้ช่วยให้เกิดความเข้าใจว่า ตลาดคือ

พื้นที่ที่มีชีวิตอยู่ได้ด้วยทั้งการกระทำทางเศรษฐกิจและการกระทำที่มีนัยทางการเมือง ทางสังคมรวมถึงทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่างๆ ที่ได้ก้าวเข้ามามีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่แห่งนี้

เมื่อตลาดไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นพื้นที่ของการเมือง และวัฒนธรรมเพื่อการดำรงอยู่ “ความหมาย” ซึ่งในที่นี้หมายถึงความหมายหรือความสำคัญของการมีอยู่ การดำรงอยู่ของทั้งตัวผู้ค้าและตัวสินค้าจึงได้ก้าวเข้ามามีความสำคัญต่อสรรพชีวิตที่กำลังใช้ตลาดเช่นเชียงใหม่ในบทบาทที่เป็นที่ทำมาหากิน ความหมายนี้เป็นสิ่งที่สัมพันธ์อยู่กับอำนาจและมุมมองของผู้อื่น (เช่น ผู้ค้ากลุ่มอื่น ผู้ประกอบการรายอื่น เจ้าหน้าที่เทศกิจ นักท่องเที่ยว ฯลฯ) เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการกำหนดตำแหน่งแห่งที่หรือคุณค่าความสำคัญให้กับผู้ค้านั้นๆ หรือสินค้านั้นๆ อย่างไรก็ดีตำแหน่งแห่งที่ที่ถูกผู้อื่นกำหนดให้นี้ก็ไม่ได้มีความหมายที่ตายตัวตามมุมมองของผู้กำหนดเสมอไป

ตัวอย่างเช่น ชาวอาข่าเราขายที่ถูกผู้ค้ากลุ่มอื่นกำหนดความหมายให้เป็น “พวกผู้ค้าชายขอบ” ที่จะจัดการอย่างไรและเมื่อไรก็ได้ แต่ก็ด้วยความหมายที่มีนัยของ “ความด้อยกว่า” อันนี้ทำให้ชาวอาข่าเราขายสามารถสร้างพื้นที่ทำกินในแบบฉบับของตนขึ้นมาซ้อนทับกับพื้นที่ทำกินของผู้ค้ากลุ่มอื่นๆ ที่แผ่คลุมเชียงใหม่ในบทบาทไปหมดแล้วได้ แน่นอนว่าพื้นที่ทำกินอันนี้ย่อมมากด้วยปัญหา แต่ก็พื้นที่ที่ช่วยให้ชาวอาข่าจำนวนหนึ่งสามารถทำมาหากินอยู่ในเมืองใหญ่ ในฐานะของอาข่าเราขายได้

เชิงอรรถ

- 1 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “อาชวเร่ขายชาติพันธุ์ ร่างกายกับความเป็นคนอื่นที่เลียงไม่ได้” (อยู่ในระหว่างการดำเนินการ) สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- 2 รายละเอียดเกี่ยวกับความกำกวม ความจริงแท้ของสินค้าชาติพันธุ์สามารถอ่านเพิ่มเติมได้ในบทที่ 4 ของไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2554) อาชวในทบาชาร์ การค้ากับความเป็นชาติพันธุ์. เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- 3 โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน www.chongfah.ac.th
- 4 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในบทที่ 3 ของ ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์.(2554) อาชวในทบาชาร์ การค้ากับความเป็นชาติพันธุ์. เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 5 คำว่า “ความหมาย” ในที่นี้หมายถึง “ความหมายหรือความสำคัญเชิงการดำรงอยู่” ของชาวอาชวเร่ขายซึ่งเกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ทั้งกับ (ความคิดและการตีความของ) ตนเองและกับผู้อื่นในเชียงใหม่ในทบาชาร์ เป็นความหมายที่มีนัยของอัตลักษณ์ สัญญะทางสังคมและภาพตัวแทนอยู่ในตัว

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ณรงค์ พรพิริยะกุลชัย. 2518. ทำอาภาศยานเชียงใหม่ภูญแจสู่ความรู้เรื่องของลานนา. อนุสารอ.ส.ท., ปีที่ 15 ฉบับที่10: 38-50.
- ธุรกิจการเงิน. 2527. ปีที่ 3 ฉบับที่29.
- ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. 2554. อาชวในทบาชาร์ การค้ากับความเป็นชาติพันธุ์. เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ล้านนาไทยนิวส์. 2553. ปีที่4 ฉบับที่ 85 ประจำวันที่ 16-31 ธันวาคม 2553.

เวียงรัฐ เนติโพธิ์. 2552. *ทุนเชียงใหม่*. กรุงเทพมหานคร: Openbooks.

สำนักงานเทศบาลนครเชียงใหม่. 2554. เอกสารเรื่อง *ขอให้เร่งรัดดำเนินการปรับสภาพผังล้อยให้
เป็นไปตามที่กำหนดไว้*. 7 มกราคม 2554.

อายุธ วิไล. 2518. *เชียงใหม่ 2518*. อนุสารอ.ส.ท., ปีที่ 15 ฉบับที่ 10: 14-72.

Appadurai, Arjun. 1990. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy," in
Mike Featherstone. (Ed.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Moder-
nity: A Theory, Culture and Society Special Issue*. (pp: 295-310), London: Sage

Craik, Jennifer. 1997. 'The Culture of tourism,' In Chris Rojek and John Urry. (Ed.), *Touring
Cultures: Transformations of Travel and Theory* (pp: 113-136), London: Routledge.

Eck, Diana L. 1987. 'The City as a Sacred Center,' In Bardwell Smith and Holly Baker
Reynolds. (Eds.), *The City as a Sacred Center : Essay on Six Asian Countries*.
Leiden: E.J.Brill.

Massey, Doreen; Allen, John; and Pile, Steve. 1999. *City Worlds*. London: Routledge.

ภาษาญี่ปุ่น

Machimura Takashi. 1994. *Sekai Toshi Tokyo no Kouzou Tenkan: Toshi Restructuring no
Shakaigaku*. Tokyo Daigaku Shuppan Kai.

Yoshimi, Shunya. 1996. Overview Toshi to Toshika no Shakakaigaku. In Inoue, Shun et
al.(Eds.), *Toshi to Toshika no Shakaigaku*. (pp: 213-248), Tokyo: Iwanami Shoten.

สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ดวงคำ- 13/09/2001 19:25 สัญญาณในหมู่บ้าน [ระบบออนไลน์]แหล่งที่มา [http://board.Dserver.
org/L/Lanna Board/00000070.html](http://board.Dserver.org/L/Lanna Board/00000070.html)(13 September 2001)