

ผู้ประกอบการจีนรุ่นใหม่กับการเปลี่ยนวัฒนธรรมการค้าชายแดน ภาคเหนือไทย¹

อรัญญา ศิริผล²

บทคัดย่อ

การเคลื่อนย้ายของคนจีนรุ่นใหม่เข้ามายังชายแดนภาคเหนือตอนบนไทย ปรากฏชัดเข้มข้นมากขึ้นในช่วงทศวรรษ 2000 ภายหลันโยบายการเปิดชายแดน เศรษฐกิจระดับภูมิภาคระหว่างจีนกับประเทศลุ่มน้ำโขงมีผลดำเนินการอย่างจริงจัง บทความนี้สำรวจสถานการณ์ดังกล่าว มุ่งความสนใจกรณีศึกษาการเคลื่อนย้ายของผู้ประกอบการจีน “รุ่นใหม่” ในอำเภอเชียงแสน หนึ่งในเมืองชายแดน จังหวัดเชียงรายที่เชื่อมต่อกับจีนตอนใต้ผ่านลาวและพม่า งานศึกษานี้เสนอว่าผู้ประกอบการจีนรุ่นใหม่ได้ใช้ยุทธวิธีอันหลากหลายในการทำการค้าชายแดน โดยเฉพาะระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบเงินที่ยืดหยุ่น และช่องว่างทางกฎหมาย ทำให้พวกเขาสามารถส่งสมประสงค์ ขยายการค้าข้ามชาติและการเคลื่อนย้ายในภูมิภาคได้อย่างดี ขณะที่ผู้ค้าท้องถิ่นไทยกลับไม่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทใหม่ ทำให้พวกเขาเริ่มเผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการจีนรุ่นใหม่, วัฒนธรรมการค้าชายแดน, ภาคเหนือไทย, เชียงแสน, เครือข่ายความสัมพันธ์แบบเงินชายแดน

¹ ส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายของคนจีนเข้าสู่ประเทศไทย: กรณีศึกษาชุมชนชายแดนไทยในเขตภาคเหนือตอนบน” ภายใต้ชุดโครงการวิจัยเรื่อง Variegated Dragon: Territorialization and Civilising Mission in Southeast Asia” ที่มี ศ.ดร.ยศ สันตสมบัติ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นหัวหน้าโครงการ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

² คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

New flows of Chinese migrants have appeared in northern Thailand since the 2000s when open-border and economic regionalization policies between China and Mekong countries began to be implemented. This article explores this new phenomenon by focusing on case studies of “new” Chinese entrepreneurs in Chiang Saen, a border town in Chiang Rai Province, which connects southern China via Laos and Myanmar. This article contends that the new Chinese entrepreneurs have diversified their businesses in this border region. They have intensively utilized “flexible *guanxi*” connections as strategies to achieve their economic goals. In this respect, the multiple layers of “flexible *guanxi*” and flexible regulations have helped them to enlarge their transnational economic transactions and regional flows. As a result, the Thai traders in locality have faced high competition in new border trade situation. The new context in changing border trade patterns become an emerging challenge for Thai traders.

Keyword: New Chinese Entrepreneur, Border Trade Culture, Northern Thailand, Chiang Saen, Border *guanxi*

นับตั้งแต่ทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา การเรืองอำนาจทางเศรษฐกิจของจีน ผ่านการสนับสนุนของรัฐจีนด้านการค้าการลงทุน โครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมคนจีนเคลื่อนย้ายออกนอกประเทศ เกิดขึ้นและดำเนินมาอย่างต่อเนื่องภายใต้บริบทการเชื่อมโยงภูมิภาคไร้พรมแดนในประเทศลุ่มน้ำโขง (ยศ สันตสมบัติ, 2557: 59-86; Siripon, 2015: 147-166; Chinh, 2015: 53-84) บริเวณชายแดนภาคเหนือตอนบน เป็นหนึ่งในอาณาบริเวณที่ช่วยให้เห็นชัดถึงอิทธิพลจีนที่เคลื่อนตัวลงมาตั้งแต่ทศวรรษ 1990 และภายหลังการเปิดชายแดนเศรษฐกิจระดับภูมิภาคอย่างเข้มข้นหลังทศวรรษ 2000 ผู้ประกอบการจีนรุ่นใหม่จำนวนมากได้ทดลองมาค้าขาย ใช้ยุทธวิธีอันหลากหลายเชิงเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อสร้างความสำเร็จให้ตน ขณะที่กลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นไทย เมื่อทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม

และวัฒนธรรมเดิมที่เคยถือต่อการค้าในอดีตเริ่มเสื่อมพลังไม่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทใหม่ ต่างเริ่มเผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่มากขึ้นเรื่อยๆ

บทความนี้เป็นงานศึกษาทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจชายแดน นำเสนอข้อมูลสนามชายแดนอำเภอเชียงแสน ภาคเหนือตอนบนของไทยช่วงปี พ.ศ. 2554 สำนักรูปแบบการค้าชายแดนของคนจีนรุ่นใหม่กับการใช้ยุทธวิธีทางเศรษฐกิจและการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนที่ยืดหยุ่น (flexible guanxi) ในการค้าเศรษฐกิจชายแดน สำหรับ “จีนรุ่นใหม่” ในที่นี้ คือ Xinyimin ตามคำเรียกขานของรัฐบาลจีน หมายถึง คนจีนแผ่นดินใหญ่ที่เดินทางออกนอกประเทศหลังจีนปฏิรูปเศรษฐกิจเปิดประเทศทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ซึ่งแตกต่างจากจีนโพ้นทะเลอพยพย้ายถิ่นกลุ่มเสื้อผืนหมอนใบในช่วงก่อนหน้า (Khun, 2008) สำหรับรัฐบาลจีน คนจีนรุ่นใหม่เหล่านี้ถูกให้ภาพความสำคัญในฐานะ “ทรัพยากร” อันล้ำค่า (Nyiri, 2002) ที่ไม่ว่าเดินทางไปทำอะไร เช่น เรียนหนังสือ ลงทุนทำการค้า แรงงาน แม้ว่าคนเหล่านี้อาจไม่กลับมายังแผ่นดินแม่อย่างถาวร แต่อาจสร้างช่องทางสังคมเศรษฐกิจนอกแผ่นดินจีนไว้สำหรับอนาคต รัฐบาลจีนเสนอภาพจีนรุ่นใหม่เป็น “ผู้รักชาติ” (patriotic) ที่ไม่เพียงประสบความสำเร็จในธุรกิจยกระดับฐานะตนเองและวงศ์ตระกูลได้เท่านั้น แต่ยัง “สร้างชื่อเสียงให้แก่แผ่นดินแม่” (Nyiri, 2002: 331) ที่มีส่วนสำคัญในการสร้าง “จีนยุคใหม่” ด้วย สำหรับคนจีนรุ่นใหม่โดยตัวเขาเอง ไม่ว่าจะต่างระดับการศึกษา พื้นฐานทางสังคม หรือวิธีการเคลื่อนย้าย พวกเขาต่างเชื่อมโยงกันด้วยชุดความคิดทางศีลธรรมว่าด้วยการได้รับโอกาสพิสูจน์ตัวเองว่าเป็น “พลเมืองที่ดี” (good citizens) ผ่านการประสบความสำเร็จนอกบ้าน ดังนั้น การเปิดกว้างสู่โลกภายนอก การทำงานหนัก และความพยายามพัฒนาปรับปรุงตนเอง แข่งขันกับคนอื่นเป็นการตอบรับความคิดเรื่องความทันสมัยแบบจีน (alternative Chinese modernity) และการสร้างการเรืองอำนาจของจีนในสังคมจีนยุคใหม่ (Ong, 2005: 1-34; Nyiri, 2011: 113)

บทความแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน *ส่วนแรก* วางการค้าท้องถิ่นในบริบทประวัติศาสตร์การค้าภูมิภาค ซึ่งสะท้อน “ความเป็นการค้าข้ามถิ่น” ในภูมิทัศน์วัฒนธรรมการค้าของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สร้างสรรค์ระบบการค้าทางไกลทางบกมายาวนานนับตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 บนเขตภูเขาและพื้นราบของอาณาบริเวณชายแดนเอเชีย (mountainous Asian frontier) ของจีน ลาว ไทย พม่า (Giersch, 2006; Tambiah 1977) *ส่วนที่สอง* สำนักรการค้าข้ามถิ่นในบริบทการสร้างภูมิภาค

แบบใหม่ภายใต้โครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ที่ทำให้เชียงแสนกลายเป็นเมืองท่าเชื่อมโยงจีนกับภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของผู้คน สินค้าและวัฒนธรรมข้ามแดน *ส่วนที่สาม* นำเสนอการปรับตัวของผู้ค้าจีนรุ่นใหม่ในบริบทการค้าภูมิภาค การใช้ยุทธวิธีต่างๆ ในการทำการค้าผ่านระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนที่ยืดหยุ่น ทำให้ผู้ค้าจีนสังสรรค์และสร้างความสำเร็จในเศรษฐกิจชายแดน และ *ส่วนที่สี่* คือการปรับตัวของผู้ค้าท้องถิ่นภายใต้การแข่งขันกับผู้ค้าจีนรุ่นใหม่

เชียงแสนกับพลวัตการเปลี่ยนภูมิทัศน์วัฒนธรรมการค้าข้ามแดน

เชียงแสนในบริบทประวัติศาสตร์การค้าข้ามถิ่น นับตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 18 เชียงแสนปรากฏตามหลักฐานประวัติศาสตร์ว่าเป็นเมือง “ชุมทางการค้าทางไกล” (long-distance trade) ของกลุ่มผู้ค้าหลักจีนยูนนาน (Yunnanese Chinese) และกลุ่มไทใหญ่และชาติพันธุ์อื่นผ่านเส้นทางบก (overland trade) เชื่อมโยงล้านนา (เชียงราย เชียงใหม่) กับอาณาบริเวณตอนเหนือของลาว พม่า ตอนกลาง และจีนตอนใต้ โดยเฉพาะรัฐฉานในพม่า หลวงพระบางในลาว และยูนนานในจีน (Girsch, 2006) ข้อมูลของ Forbes (1987 อ้างใน Berlie, 2000: 224) ให้ภาพการค้าข้ามถิ่นว่า ช่วงฤดูหนาวและแล้งแต่ละปี ผู้ค้าจีนยูนนานมักใช้ “ล่อ” ราว 700 – 1,000 ตัวเป็นพาหนะบรรทุกสินค้าจากยูนนาน ขนฝ้ายดิบ ฝิ่น ชา เครื่องปรุงยาจีน ผ้าสักหลาด มิดดาบ เครื่องเงิน น้ำมันงา ขี้ผึ้ง ครั่ง และของป่า ฯลฯ เข้ามาตามเส้นทางการค้าทางไกลเพื่อค้าขายในล้านนา (ธเนศวร, 2538: 25; Hill, 1998: 41) นอกจากเส้นทางบกแล้ว เส้นทางการค้าล่าน้ำโขงเป็นอีกเส้นที่เชื่อมโยงการค้าบริเวณล้านนากับตอนเหนือและผ่านลงใต้ไปยังเมืองน่าน หลวงพระบาง โดยเฉพาะเส้นทางระหว่างเชียงแสนกับหลวงพระบางผ่านล่าน้ำโขง

เชียงแสนในฐานะชุมทางการค้าของภูมิภาคเริ่มเข้มข้นขึ้นในช่วงสมัยอาณานิคมฝรั่งเศส (ค.ศ.1893-1945) เมื่อฝรั่งเศสตั้ง “สถานีการค้า” (commercial agencies) ขึ้นที่เชียงแสนเพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้าของตนแข่งขันกับอังกฤษและเยอรมัน ซึ่งครองตลาดในเชียงใหม่ เชียงตุง ในรัฐฉาน แคว้นสิบสองปันนาและจังหวัดทางตอนใต้ของจีนเวลานั้น (Le May, 1926 อ้างใน Walker, 1999: 35, Walker, 2003: พิรพล, 2545: 16) งานวิจัยของวาสนา ละอองปลิว (2549) เสนอว่า ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง บทบาทหลักของการค้าแถบนี้อยู่ในกำมือของผู้ค้าจีนยูนนาน

กับการค้าทางไกล ขณะที่การค้าทางน้ำเป็นการค้าท้องถิ่นที่คนเชียงแสนและสองฝั่งโขงเข้าไปมีส่วนร่วม จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่สอง (หลัง ค.ศ. 1954) ที่คนท้องถิ่นเริ่มเกี่ยวข้องกับการค้าทางไกลมากขึ้นผ่านการค้าทางบก โดยเฉพาะกลุ่มไทใหญ่ที่ตั้งรกรากในเชียงแสนเป็นเวลานาน เช่น ไทใหญ่จากบ้านสบรวกจำนวนหนึ่งค้าขายระหว่างเขตรอยต่อภาคเหนือกับหมู่บ้านต่างๆ ในรัฐฉาน ซึ่งเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของคนไทใหญ่ในพม่า การค้าส่วนใหญ่ใช้ “วัวต่าง” บนเส้นทางบกค้าขายช่วงฤดูหนาวและแล้งหลังว่างเว้นงานพืชสวนไร่นาที่มีเวลามากพอ หนทางสะดวกเดินทางง่ายและมีพืชผลเกษตรให้แลกเปลี่ยน เส้นทางหลักที่คนท้องถิ่นเชียงแสนใช้สมำเสมอคือ แม่สาย-ท่าขี้เหล็ก-เชียงตุง หรือบางส่วนข้ามแม่น้ำรวกไปยังหมู่บ้านไทใหญ่ในรัฐฉานและเดินทางค้าขายตามหมู่บ้านที่อยู่ใกล้ลำน้ำโขง นำสินค้าหลักอุปโภคบริโภค เช่น เกลือ หม้อ เทียน ไม้ขีดไฟ พริก น้ำมันก๊าด เครื่องนุ่งห่มที่ซื้อหาจากตัวเมืองเชียงรายไปขาย ขณะที่แลกเปลี่ยนซื้อหาของป่า เขากวาง ดีหมี่ น้ำผึ้ง กลับมาขายยังเชียงแสนและส่งต่อไปเชียงใหม่ (วาสนา ละอองปลิว, 2549: 64)

แต่ในช่วงต้นทศวรรษ 2500 (ค.ศ.1957) เส้นการค้าทางบกเข้าสู่พม่าและจีนยูนนานพบความลำบากมากขึ้น เพราะความขัดแย้งทางการเมืองของพม่า รัฐไทยปิดชายแดนควบคุมความมั่นคงอย่างเข้มข้น การหลีกเร้นเส้นการค้าที่มีอุปสรรคทำให้ผู้ค้าท้องถิ่นเชียงแสนหันมาใช้เส้นทางลำน้ำโขงมากขึ้น หลังปี พ.ศ. 2500 การค้ากับชุมชนฝั่งลาวเริ่มใช้เรือยนต์ที่เรียกกันในหมู่ไทใหญ่ว่า “เรือคูลเลอร์” โดยใช้เส้นแม่น้ำโขงขึ้นล่องไปถึงท่าเรือเมืองเชียงกก (Xiengkok border port) ในเขตลาวหรือท่าเรือสบหลาย (Soulei border port) ในพม่าใกล้ชายแดนจีนตอนใต้เพื่อเข้าถึงสิบสองปันนา ส่วนใหญ่นำสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น หมวก น้ำมันก๊าด ถ่านไฟฉาย ยาสิฟีน ด้าย เข็มเย็บผ้า ยาแก้ปวด ไปขาย ขณะที่ฝั่งลาวบางส่วนยังใช้ “เรือถ่อ” ตามเส้นทางน้ำโขงที่ใช้แรงคนบนลำน้ำขนาดใหญ่ จึงยังไม่นิยมข้ามมาซื้อของจากเชียงแสนเท่าไรนัก ลักษณะการค้าเช่นนี้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องจนถึงทศวรรษ 2520 (ค.ศ. 1977) หลังลาวเปลี่ยนการปกครองสู่ระบอบสังคมนิยม ส่งผลให้การจัดการชายแดนเข้มข้นมากขึ้น รัฐบาลิเน้นควบคุมดินแดน รักษาความมั่นคงของชาติ ประกาศปิดชายแดนไทย-ลาว ทำให้ผู้ค้าท้องถิ่นที่เคยค้าขายข้ามแดน (ไทย-ลาว-พม่า) ทางเรือลดลงอย่างรวดเร็ว บางส่วนเลิกทำการค้า ขณะที่บางส่วนใช้เครือข่ายของผู้ค้าเดิม เช่น เครือญาติ ชชาติพันธุ์และความเป็นเพื่อน ลักลอบทำการค้าบนข้อจำกัดของพรมแดนทางการเมือง ผู้ค้าท้องถิ่นในช่วงเวลานี้มักถูกจำกัดอยู่ใน

กลุ่มผู้ค้ารายใหญ่ของเชียงแสนและบางส่วนของแม่สายที่นำสินค้าจากไทยเข้าไปขายในลาวผ่านชายแดนไทย-พม่า ก่อนจะส่งสินค้าจากพม่าเข้าไปในลาวอีกครั้ง เพื่อหลบหลีกข้อจำกัดของการปิดชายแดนโดยรัฐ (วาสนา ละอองปลิว, 2549)

จากการค้าข้ามถิ่นสู่การค้าข้ามชาติในกระบวนการสร้างภูมิภาคแม่น้ำโขง

การเปลี่ยนแปลงการค้าท้องถิ่นขนาดใหญ่ในเชียงแสนเกิดขึ้นช่วงทศวรรษ 2530 หลังการเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจของไทยและภูมิภาค การชูนโยบาย “เปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า” ของชาติชาย ชุณหะวัณ นายกรัฐมนตรีสมัยนั้นและบริบทการเมืองที่ผ่อนคลายในภูมิภาคนำไปสู่ความร่วมมือใหม่ภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Great Mekong Sub-region Cooperation Program: GMS) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย ไทย ลาว พม่า และมณฑลยูนนานของจีนก่อนจะขยายพื้นที่ครอบคลุมไปยังเวียดนามและกัมพูชา โดยธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) สนับสนุนงบประมาณและวิชาการ

ภายใต้กรอบความร่วมมือดังกล่าว เชียงแสนกลายเป็น 1 ใน 3 อำเภอชายแดนจังหวัดเชียงราย (อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ และอำเภอแม่สาย) ถูกคัดเลือกให้พัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เกิดการก่อสร้างโครงการพัฒนาต่างๆ เช่น ท่าเรือเชียงแสน เส้นทางคมนาคมขนส่งทางน้ำระหว่างเชียงแสนกับมณฑลยูนนานบนลำน้ำโขง เส้นทางคมนาคมทางบกระหว่างเชียงแสนกับพื้นที่อื่นเพื่อขนส่งสินค้าเข้าสู่ท่าเรือและเป็นเส้นทางกระจายสินค้าออกจากท่าเรือเชียงแสนจะพบว่า บริเวณริมแม่น้ำโขงในบริเวณที่ว่าการอำเภอเชียงแสน (และปัจจุบันขยายออกไปยังท่าเรือเชียงแสนแห่งที่ 2 บริเวณสบคำห่างจากตัวอำเภอเชียงแสนประมาณ 5 กม.) ได้กลายเป็น “เมืองท่า” เต็มไปด้วยเรือสินค้า โกดังเก็บสินค้า ท่าเทียบเรือขนถ่ายสินค้าทั้งของรัฐและเอกชนเพื่อกระจายสินค้าจากยูนนานไปยังพื้นที่อื่นทั้งในไทยและลงไปยังทางใต้หรือขนกลับไปขายยังมณฑลยูนนาน รวมถึงการเข้ามาของคนต่างถิ่นมากขึ้น ทั้งในฐานะผู้ประกอบการ แรงงานรับจ้างที่มาพร้อมธุรกิจนำเข้าส่งออกที่ตอบรับการค้าภูมิภาค

อาจกล่าวได้ว่าหลังปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา การเปลี่ยนเชียงแสนไปสู่ “เมืองท่า” ศูนย์กลางขนส่งสินค้าทางน้ำเชื่อมโยงการค้าภูมิภาคระหว่างไทย-จีนตอนใต้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อผู้ค้าข้ามถิ่นดั้งเดิม ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการค้า

ข้ามชาติในบริบทการสร้างภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ในที่นี้ขอแบ่งออกเป็น 2 ช่วงที่น่าสนใจ และแตกต่างกัน กล่าวคือ

ยุคเริ่มต้น (พ.ศ.2537-2540) ถือเป็นยุคเฟื่องฟูของผู้ค้าท้องถิ่นเชียงแสน ปี พ.ศ. 2537 คือช่วงเวลาที่เปิดให้อำเภอเชียงแสนทำการค้ากับจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) ผ่านล่าน้ำโขงอย่างเป็นทางการ ช่วงเวลานี้กลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นหลายรายเข้าไปมีส่วนร่วมทำการค้าในระดับภูมิภาคกับกลุ่มผู้ค้าจีนโดยตรงที่มากับลำเรือในการเปิดขึ้นของล่าน้ำโขง ในเชิงองค์กรไม่เป็นทางการ ผู้ค้าท้องถิ่นรวมตัวเป็นกลุ่ม “ผู้ค้าเชียงแสน” อย่างหลวมๆ และถือว่าเป็น “รุ่นบุกเบิก” หลังนโยบายที่ส่งเสริมเศรษฐกิจที่มองเห็นสู่ทางการค้าแบบใหม่กับการเข้ามาของจีน และคาดหวังจะมีส่วนแบ่งทางการค้าผ่านทางน้ำ (ล่าน้ำโขง) ในรูปแบบการค้านำเข้า-จัดส่งไปยังรายย่อย ที่มีสินค้าหลักในกลุ่มผัก ผลไม้ สินค้าพืชผลเกษตร ปุ๋ย ยา อุปกรณ์จากเมืองจีน

ในการรวมกลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นเชียงแสนมี 2 กลุ่มหลักที่มีรากฐานจากกลุ่มผู้ค้าข้ามถิ่นเดิม และผู้ค้าที่เคยค้าขายรายย่อยกับเครือญาติจีน *กลุ่มแรก* คือกลุ่มเดิมที่เคยทำการค้าวัว-ควายไปยังพม่าและจีนตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกที่สอง โดยขนวัวควายผ่านทางพม่าไปยังสิบสองปันนา จีนตอนใต้ กลุ่มนี้มีภูมิสายสัมพันธ์ทางธุรกิจกับคู่ค้าในจีนอยู่ก่อนแล้ว เพียงแต่เปลี่ยนเส้นทางขนส่งมาสู่เส้นทางปลอดภัยและมีความแน่นอนกว่าในเชิงเปรียบเทียบกับทางบกในพม่า โดยหันมาใช้แม่น้ำโขงแทน ในกรณีนี้การใช้เครือข่ายเดิมเมื่อครั้งทำการค้าข้ามถิ่นกับคนจีนในพม่า ทำให้รู้จักมักคุ้นกับคนจีนพูดภาษาจีนได้ จากนั้นเมื่อภูมิภาคขยายตัวทางเศรษฐกิจ กลุ่มผู้ค้าชาวพม่าจึงชักชวนให้ค้าขายกับผู้ค้าจีน โดยนอกจากทำธุรกิจค้าวัวควายแบบเดิมแล้ว กลุ่มนี้ยังขยายไปสู่สินค้านำเข้าผลไม้จีน เช่น แอปเปิ้ล สาที่จากจีนตอนใต้เข้ามาขายในเชียงแสนและกระจายไปยังแม่สาย เชียงราย เชียงใหม่ และกรุงเทพฯ ส่วน *อีกกลุ่ม* คือ กลุ่มผู้ค้ารายย่อนำเข้าผลไม้และสินค้าอุปโภคจากพม่าและจีนผ่านเส้นทางบกเข้าสิบสองปันนามาก่อน ในช่วงเริ่มต้นมีเพียง 4-5 ราย ซึ่งบางคนขยับขยายกลายเป็นผู้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนำเข้าส่งออกสินค้ากับจีนในเชียงแสน ขณะที่ผู้ค้าท้องถิ่นอีก 3-4 รายในช่วงเริ่มต้นได้พยายามเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดค้าผัก ผลไม้กับผู้ค้าจีนที่ขนส่งมาทางเรือล่องแม่น้ำโขงด้วย แต่ทำได้เพียงไม่ถึง 5 ปีก็ล้มเหลว เพราะไม่อาจสู้ผู้ค้าไทยที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งมีทุนทางเศรษฐกิจมากกว่า จึงผันอาชีพไปทำกิจการอื่นในตลาดเชียงแสนหรือที่อื่น

ในกลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นไทยที่ประสบความสำเร็จ จะพบว่ามีเงื่อนไขสำคัญ คือ พื้นฐานเครือข่ายชาติพันธุ์จีน เช่น พี่จำ หนึ่งในผู้ประสบความสำเร็จ เป็นคนจีน (ฮ่อ) ยูนนาน เดิมโตบนดอยแม่สลองและเคยมีประสบการณ์ (พ.ศ. 2531-2532) นำสินค้าไทย เช่น มะขาม มังคุด น้ำปลา ซีอิ๊วขาว ฯลฯ ไปขายในสิบสองปันนา (ผ่านทางพม่า) สายสัมพันธ์ผ่านการค้าและพื้นฐานภาษาจีนและความเป็นจีน (ยูนนาน) ทำให้พี่จำทดลองนำเข้าผลไม้จีนมาขายในเชียงราย ระยะแรกเปิดร้านขายปลีก/ส่งผลไม้จีนอยู่ในสามเหลี่ยมทองคำ จากนั้นเริ่มขยายตัวผ่านการสั่งของในจีนและขนส่งผ่านเรือลำน้ำโขง กระจายไปตามแหล่งตลาดที่ตนมีเครือข่ายอยู่ในเชียงแสน แม่สาย เชียงราย เชียงใหม่ ส่วนกรณีอาหลิวก็คล้ายกับพี่จำ อาหลิวเป็นแม่ค้ารายย่อยชาวจีนยูนนาน จากดอยแม่สลอง ขายสินค้าที่ระลึกในสามเหลี่ยมทองคำตั้งแต่อีก่อน พ.ศ. 2530 เมื่อเปิดเส้นทางเดินเรือลำน้ำโขงทำให้สินค้าจำนวนมากจากจีนเข้าสู่ท่าเรือเชียงแสน อาหลิวหา路子ทำการค้าใหม่จากคำแนะนำของญาติจีนให้รู้จักกับ “อาพาน” หญิงจีนยูนนาน เจ้าของร้านขายส่งเห็ดแห้ง อาหลิวได้นำเข้าเห็ดหอมจากจีนมากระจายยังกลุ่มผู้ค้าในเชียงราย เชียงใหม่ จากนั้นขยายประเภทสินค้าหลากหลายขึ้น จากเห็ดแห้งไปยังผลไม้และอาหารแปรรูปผ่านความช่วยเหลือจากผู้ค้าจีนยูนนานแนะนำต่อไปยังผู้ประกอบการจีน เจ้าของสินค้าอื่นในจีนอีกทอดหนึ่ง

ทั้งสองกลุ่มนี้ เมื่อเริ่มเปิดเส้นทางลำน้ำโขงช่วงแรก พวกเขาไม่ได้ใช้เรือขนส่งสัญชาติจีนอย่างเป็นทางการเป็นระบบเหมือนปัจจุบัน แต่เริ่มต้นด้วยระบบขนส่งที่เรียกว่า “เรือลาว” เรือรับจ้างขนาดเล็ก (บรรทุกได้ 20-30 ตัน) ขนส่งสินค้าเกษตร ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง พืชผัก ผลไม้ ดอกไม้และสิ่งทอ ขึ้นล่องจากท่าเรือสบห้วย ไกล่ฮายแดนจีนเดินทางตามลำน้ำโขงเข้ามาแม่ น้ำรวก และจอดรอรับส่งของบริเวณสบรวก อ.เชียงแสน การขนส่งแต่ละครั้งในช่วงเริ่มต้นคึกคักมาก เพราะไม่มีคู่แข่งสำคัญ มีเพียงกลุ่มผู้บุกเบิก 7-8 ราย พวกเขาเล่าว่า “เรือลาวที่ส่งสินค้าจากจีน บางครั้งมาทีละ 7-8 ลำ จอดรอส่งของไปถึงกลางแม่น้ำโขง เพราะคิวขนถ่ายสินค้านาน” สถานการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นเพื่อรองรับการค้าขยายตัวที่สามเหลี่ยมทองคำด้วย เพราะมีการสั่งของนำเข้าจากร้านค้า ซึ่งผู้ค้าท้องถิ่นไทยนำเข้ามาจากจีนเพื่อกระจายต่อไปให้ผู้ค้ารายย่อยไปขายปลีกต่อไป

ช่วงเวลานี้ ถือว่าเป็นช่วงก่อนที่เรือใหญ่สัญชาติจีน (ขนาด 100-300 ตัน) เข้ามาใช้ลำน้ำโขงอย่างเข้มข้น ซึ่งยังไม่พบว่า มีคนจีนเข้ามาทำธุรกิจเองมากนัก บทบาทการค้าหลักตกอยู่กับผู้ค้าท้องถิ่นไทยที่ทำหน้าที่เป็น “ผู้ติดต่อ” สื่อกกลาง

นำเข้าส่งออกสินค้าจากจีนมายังไทยแล้วกระจายไปส่วนอื่นของประเทศ หากจะมีคนจีนเข้ามาเชียงแสนบ้างก็เป็นเพียงเพื่อ “ส่งของ” ดูแลสินค้าและเก็บเงินกลับบ้าน ไม่ได้คิดเข้ามาตั้งฐานการค้า หรือเปิดบริษัท ขยายเครือข่ายการค้าเฉกเช่นปัจจุบัน

ยุคที่สอง ผู้ค้าจีนชายแดน (พ.ศ.2540-ปัจจุบัน) ถือเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง เริ่มพบว่า การค้าท้องถิ่นใช้ “เรือลาว” วิ่งขึ้นล่องบนลำน้ำโขงจากไทยสู่จีนลดน้อยลง ด้วยเพราะเรือใหญ่ที่เข้ามาขนถ่ายสินค้าไม่ได้ทั้งในแง่ขนส่งและการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นกับผู้ค้ารายใหญ่ที่ทวีมากขึ้น อีกทั้งปัญหาภายในของกลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นเองที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ขาดเงินทุนหมุนเวียน และปัญหาแข่งขันกันเอง รวมทั้งการเริ่มใช้แม่น้ำโขงอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะท่าเรือเชียงแสนทั้งสองแห่งรองรับการขึ้นลงสินค้าของเรือใหญ่สัญชาติจีนที่เชียงแสน การเปิดขึ้นของข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) ระหว่างจีนกับไทยหลังปี พ.ศ. 2546 ได้ทำให้ตลาดผลไม้และสินค้าอื่นของจีนตอนใต้ยิ่งขยายมากขึ้น สามารถส่งผลไม้และสินค้าล่องตามลำน้ำโขงเพื่อขายให้กับพ่อค้าในไทยในราคาถูก

บริบทการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้กลายเป็นเงื่อนไขที่ผู้ค้าจีนเริ่มพัฒนาบทบาทใหม่ จาก “ผู้จัดส่ง” สินค้าจีนมาเป็น “ผู้นำเข้าส่งออก” ด้วยตัวเอง ผู้ค้าจีนเหล่านี้เริ่มสร้างเครือข่ายทั้งเก่าและใหม่ด้วยการเข้ามาหาซื้อผลไม้จากไทยนำไปขายต่อในจีนมากขึ้น ผู้ค้าจีนบางกลุ่มได้ตั้งบริษัทนำเข้าส่งออกในเชียงแสน เพื่อนำเข้าส่งออกสินค้าด้วยตัวเอง ซึ่งเริ่มส่งผลกระทบต่อผู้ค้าท้องถิ่นรุ่นบุกเบิกในช่วงต้น เพราะเท่ากับตัดตอนการค้าที่ผู้ค้าท้องถิ่นเคยเป็นตัวกลางเป็น “ผู้ติดต่อ” นำเข้าส่งออกสินค้าเดิม กลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นเชียงแสนบางส่วนตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวพยายามจัดการปัญหาในช่วงแรกด้วยการรวมตัวเป็น “สมาคมผู้ค้าท้องถิ่น” เพื่อต่อต้านบทบาทที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะเรียกร้องไม่ต้องการให้ผู้ค้าจีนจัดตั้งบริษัทนำเข้าส่งออกในเชียงแสน ซึ่งทำได้เพียงระยะหนึ่งเท่านั้น

กลุ่มผู้ค้าจีนที่เข้าในช่วงเวลานี้ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้ค้าจีนยุคบุกเบิก ที่ผันตัวเองจากผู้จัดหาสินค้าจีนให้แก่ผู้ค้าท้องถิ่นไทยไปสู่การเป็นผู้ค้าข้ามแดนเอง หรือบางคนส่งลูกหลานเข้ามาสานต่อธุรกิจการค้าไปพร้อมกับการมาศึกษาต่อ เช่น เรียนหนังสือภาษาไทยที่มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงราย ส่วนอีกกลุ่มคือ ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกสินค้าที่เริ่มเข้ามาทำธุรกิจในช่วงหลัง มีทั้งจดทะเบียนบริษัทถูกต้องตามกฎหมาย ขณะที่บางส่วนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการเงินหรือพนักงาน/ลูกหลานที่ช่วยจัดการเรื่องการนำเข้าส่งออกสินค้าผ่าน

การประสานงานกับคนไทย เดินทางเข้ามาในช่วงฤดูกาลผลไม้จากจีนนำเข้ามา ส่วนใหญ่กลุ่มเหล่านี้มาจากมณฑลเสฉวน ซานซี ยูนนาน แหล่งตลาดกระจายผลไม้ในจีนเมื่อถึงช่วงเวลาฤดูกาลผลไม้ในไทยออก พวกเขาจะเช่าบ้านริมน้ำโขงคอยดูแลกิจการและเมื่อเสร็จภารกิจก็กลับประเทศ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มผู้ค้าจีนที่มาสำรวจดูทางการค้าส่งออก เช่น พืชเกษตร ผลไม้ไทย ลำไย ทุเรียน มังคุด จากนั้นค่อยๆ มองหาการทำธุรกิจที่เป็นไปได้ ซึ่งส่วนใหญ่มาเกี่ยวกับเรือสินค้า หรือใช้เส้นทางถนน R3A หรือ R3B จากมณฑลตอนใต้ของจีนเข้าสู่ลาวและเชียงราย (เชียงใหม่ หรือแม่สาย)

ผู้ประกอบการจีนกับยุทธวิธีการค้าข้ามชาติ

ดังที่กล่าวมาแล้ว ส่วนใหญ่ในเขตเชียงแสน มีกลุ่มผู้ค้าจีนจัดการนำเข้าส่งออกสินค้า ในกลุ่มนี้มีทั้งที่ตั้งบริษัทจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ขณะที่บางส่วนเป็นกลุ่มผู้ค้ารายย่อยอิสระที่ทดลองเข้ามาหาสินค้าเพื่อไปกระจายต่อในจีน แต่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา การเข้ามาประกอบธุรกิจการค้าของผู้ค้าจีนมีความเข้มข้นมากขึ้นและมียุทธวิธีอันหลากหลายในการทำการค้า ไม่ว่าจะเป็น การหาแหล่งวัตถุดิบนำเข้าส่งออก การกระจายตลาด การติดต่อประสานงานเรื่องราคา ต่อรองแหล่งผลิต ภาษีเพื่อเป้าหมายลดต้นทุนทำกำไรและเพื่อให้ธุรกิจราบรื่นประสบความสำเร็จ

ที่ผ่านมา ความสำเร็จในการประกอบการของจีนมักกล่าวถึง กวนซี (guanxi) หรือระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีน ที่หมายถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีแบบแผนวัฒนธรรมจีนในการสร้างและขยายความสัมพันธ์ออกไปหลายทิศทาง และอ้างความสัมพันธ์เหล่านี้ในระยะยาวด้วยการให้ความช่วยเหลือเชิงแลกเปลี่ยนอย่างไม่เป็นทางการ สร้างความไว้วางใจต่อคนที่ขยายออกไปสู่การค้าและอื่นๆ เช่น การใช้ความเป็นเครือญาติ ความเป็นเพื่อนที่เป็นพื้นฐานการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มนักธุรกิจจีนโพ้นทะเล เช่น ในเกาะปีนังและทางภาคใต้ของไทย (Cushman, 1988) หรือการสานสัมพันธ์แบบส่วนตัวเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและอำนวยความสะดวกให้ความช่วยเหลือเมื่อประสบภาวะวิกฤต ทำให้ผู้ประกอบการใหม่มีโอกาสขยายธุรกิจได้ง่ายสะดวกขึ้น (ภูวดลทรงประเสริฐ, 2547; Hefner, 1998: 15-16, Weller, 1998: 78-103) อย่างไรก็ตามระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนมักถูกเลือกใช้อย่างเหมาะสมและในเงื่อนไขเฉพาะเสมอ เช่น งานของ Hsing (1997) พบว่า ระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีน

ระหว่างนักลงทุนได้พบกับเจ้าหน้าที่รัฐท้องถิ่นในภาคใต้ของจีนเกิดขึ้นบนเงื่อนไขเฉพาะประวัติศาสตร์คนได้เห็นว่าเคยอยู่มณฑลฟูเจี้ยนมาก่อนที่จะอพยพออกจากจีนและการใช้ภาษาถิ่นฮกเกี้ยน ซึ่งเป็นเงื่อนไขให้หลุดพ้นจากการควบคุมของรัฐจีนส่วนกลาง หรืองานของ Gomez และทีม (โปรดดูใน Menkhoff & Gerke, 2004) ที่ชี้ให้เห็นมิติทางการเมืองของระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนอันซับซ้อนและขึ้นกับเงื่อนไขเชิงสถานการณ์ที่คนจีนต้องเผชิญในโครงสร้างอำนาจของประเทศนั้น

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ค้าจีนข้ามแดนในระดับกลางและเล็กได้ปรับใช้ระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนอย่างยืดหยุ่น (flexible guanxi) ในสร้างสายสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ตอบแทนในธุรกิจทางการค้าอย่างน่าสนใจอยู่ 3 ประการ คือ

ประการแรก ระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบจีนผ่านการใช้ภาษาจีนและล่ามคนไทยเชื้อสายจีนในท้องถิ่น เพื่อสร้างความยืดหยุ่นเชิงพื้นที่ ทำให้เกิดการทำธุรกรรมวงจร ในที่นี้ หมายถึง การจัดการกลไกการค้าครอบคลุมทั้งระบบ ตั้งแต่นำเข้า ส่งออก หาแหล่งวัตถุดิบจากสวนหรือโรงงานกลับไปยังตลาดในจีน การสร้างความยืดหยุ่นเชิงพื้นที่เกิดขึ้นจากผู้ค้าจีนที่เดิมทำการค้าขายแดนเจียงแสนได้ทดลองขยายโครงข่ายการกระจายสินค้านำเข้าส่งออกจากชายแดนไปสู่ศูนย์กลางกรุงเทพฯ เพื่อขยายฐานการตลาด พวกเขาเริ่มจากการทดลองใช้เครือข่ายพี่น้องญาติของตนไปทำธุรกิจในกรุงเทพฯ และใช้ล่ามภาษาจีนที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีนในการจัดหาสินค้าวัตถุดิบจากสวนเกษตร

ตัวอย่างของอาปิงกับอาเหลียง พี่น้องจีนที่มาจากคุนหมิงเข้ามาเจียงแสนเพื่อทำธุรกิจจัดส่งสินค้าเกษตรผลไม้ อาปิงผู้พี่ เป็นคนดูแลนำผลไม้จากจีนมาส่งยังท่าเรือเจียงแสน ควบคุมการขนส่งจากเจียงแสนไปถึงตลาดไท (โดยเช่าห้องชั้นล่างของตึกแถวในตลาดไทเพื่อทำสำนักงาน โดยมี “น้อย” ภรรยาคนไทยแต่งงานตามกฎหมาย ทำธุรกรรมในประเทศไทยแทนชื่ออาปิง ซึ่งเป็นชาวต่างชาติ และรับภาระงานธุรการ รวมทั้งงานเอกสารทั้งหมด) รวมถึงควบคุมการกระจายผลไม้ขายส่งให้กับพ่อค้าไทยที่มารับซื้อเพื่อไปขายปลีกต่อไป อาปิง นอกจากดูแลตลาดส่งผลไม้จากจีนเข้าไทยแล้ว ในขากลับ อาปิงมีหน้าที่จัดซื้อผลไม้จากไทยส่งลงเรือที่ท่าเรือเจียงแสนไปให้ครอบครัวตนเองในจีนรับผลไม้ที่ทำเรือจิ่งหง (สิบสองปันนา) เพื่อกระจายออกไปขายในจีนอีกต่อหนึ่งด้วย ส่วน “อาเหลียง” ปักหลักอยู่ที่เชียงรายแต่งงานกับ “หล้า” สาวอำเภอเจียงแสนเพื่ออาศัยซื้อผลไม้ (คนไทยเชื้อสายจีน) เปิดบริษัทนำเข้า

ส่งออกตั้งอยู่ริมท่าเรือเชียงแสน ทำหน้าที่จัดทำเอกสารตามพิธีการนำเข้าส่งออกสินค้าทางเรือของทั้งพี่ชายและของตน โดยเฉพาะผลไม้ให้ถูกต้องตามขั้นตอนกฎหมายศุลกากรทั้งไทยและจีน

ตอนแรกที่อาปิงขยายสาขาไปกรุงเทพ เขาใช้วิธีซื้อผลไม้โดยส่งผ่านผู้ค้าคนกลางไทยที่นำผลไม้จากสวนไปส่งที่ตลาดไท แต่ภายหลังรู้ช่องทางมากขึ้น เริ่มเดินทางไปถึงสวนผลไม้เอง โดยใช้ “น้อย” ภรรยาคนไทยแปลบ้าง หรือใช้ล่ามภาษาจีน คนไทยท้องถิ่นช่วยประสานเจ้าของสวนผลไม้บ้าง แล้วส่งจองกับเจ้าของสวนผลไม้ล่วงหน้า วิธีนี้นอกจากจะทำให้ได้สินค้าคุณภาพดีและมีสินค้าขายแล้วราคารับซื้อยังถูกด้วย เพราะอาปิงเหมาซื้อแบบยกสวนโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง คนไทยอีกต่อไป และเมื่อรู้จักเจ้าของสวนมากขึ้น ก็เริ่มต่อรองง่ายขึ้น หากสวนหนึ่งไม่ยอมขายก็ไปหาสวนอื่น ภายหลังก่อนเมื่ออาปิงรวมกลุ่มผู้ค้าจีนที่ทำธุรกิจคล้ายกันไปรับซื้อผลไม้ตามสวนก็ยิ่งสร้างอำนาจต่อรองให้กลุ่มผู้ค้าจีนเหล่านี้ด้วย กรณีเช่นนี้เกิดขึ้นกับผู้ค้าจีนขนาดกลางและเล็กที่นำสินค้ากลับไปขายยังตลาดทั่วไปในจีนตอนใต้

อย่างไรก็ตาม หากเป็นกรณีผู้ประกอบการจีนขายในตลาดใหญ่ในจีน เช่น ในห้างสรรพสินค้าที่ต้องการสินค้าคุณภาพก็จะใช้วิธีต่างไปเล็กน้อย เช่น หยางปิงผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จีนและจัดส่งสินค้าไทยไปจีนใช้วิธีจัดหาวัตถุดิบผลไม้ด้วยการ “เหมาจากโรงงาน” ที่คัดเกรดคุณภาพได้แทนที่จะเหมาจากสวน เพื่อให้ได้ผลไม้อุปกรณ์สำหรับตลาดห้างสรรพสินค้าจีน หยางปิงใช้เครือข่ายความสัมพันธ์แบบ “เพื่อน” คนไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพฯ รู้จักมายาวนานและพูดภาษาจีน เป็นผู้จัดหาผลไม้ไทยให้ (ถ้าโยบแบ่ หึง มังคุด ส้มโอ) มีมูลค่าการส่งออกในตลาดจีนไม่ต่ำกว่า 20 -30 ล้านบาท/รอบ

กรณีตัวอย่างของกลุ่มผู้ค้าจีนนำเข้าส่งออกสินค้าเหล่านี้ขยายตัวไปทั่วทั้งในกลุ่มผลไม้ พืชผักในภาคกลางและตะวันออก กลุ่มลำไยอบแห้งและยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งใช้วิธีการที่ไม่ได้ตั้งฐานบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ขยายไปสู่ใจกลางเมือง ผ่านเครือข่ายความสัมพันธ์แบบเงินที่ยึดหยุ่นเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ สิ่งที่น่าสนใจอีกประการ คือ การที่ผู้ค้าจีนพยายามเข้าไปมีบทบาทควบคุมกลไกการค้าแบบ “ครบวงจร” ตั้งแต่การนำเข้าผลไม้จากจีนมายังไทยผ่านลำน้ำโขง โดยกองเรือขนส่งสินค้าสัญชาติจีนมาขึ้นที่เชียงแสน ผ่านพิธีการศุลกากรโดยบริษัทนำเข้าส่งออกชาวจีน (แต่งงานกับคนไทยเชื้อสายจีน หรือตั้งบริษัท

ร่วมกับคนไทย ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป) โดยมีผู้ค้าจีนคุมลงมาส่งและกระจายสินค้าเองถึงตลาดไท กรุงเทพฯ ขณะที่ชากลับส่งผลไม้กลับไปยังจีนผ่านการกว้นซื้อจากสวนโดยตรงของกลุ่มผู้ค้าจีนรวมตัวกันหรือเหมาจากโรงงานคัดเกรดโดยอาศัยเครือข่ายความสัมพันธ์กึ่งสืบบายัดหมุน ส่งขึ้นไปลงเรือสินค้าสัญชาติจีนที่เชียงแสนเพื่อนำขึ้นไปขายต่อในจีนผ่านทางลำน้ำโขง

ประการที่สอง กลยุทธ์การต่อรองกับเจ้าหน้าที่รัฐบริเวณชายแดน จากงานศึกษา พบว่า มีการสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ค้าจีนกับนายด่านศุลกากรให้เกิดไว้วางใจต่อกัน (trust) ในแบบต่างๆ ที่มีใช้การให้เงินตอบแทนเพียงอย่างเดียว เช่น การให้ของขวัญในวันสำคัญ การเข้าร่วมงานชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความคุ้นเคย ที่ส่งผลต่อการพึ่งพากันในอนาคต ดังกรณีอาปิงเล่าว่า “นายด่านคนท้องถิ่นคุ้นเคยกัน ใจดีและช่วยเหลือก็แจ้งสินค้าเข้าออกไม่จำเป็นต้องตรงกับความเป็จริง มีสินค้าเข้า 100 กล่อง แจ้ง 50 กล่อง แล้วให้ของขวัญตอบแทนเล็กน้อย ก็สามารถนำสินค้าเข้ามาได้” หรือผู้ค้าจีนบางรายมีการขายหรือตัวแทนคนไทยมักให้คนไทยช่วยอำนวยความสะดวกติดต่อศุลกากร เจริญอย่างเจียบๆ ที่เรียกว่า “เคลียร์ไต้โต๊ะ” เช่น นำเข้า 100 กิโลกรัม แจ้งว่า 60-70 กิโลกรัม อย่างไรก็ตาม การทำเช่นนี้ได้ จะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถแต่ละคนและลักษณะเฉพาะของสถานการณ์

ประการที่สาม การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ใหม่ ผู้ค้าจีนเชียงแสนเลือกใช้ 2 รูปแบบคือ รูปแบบแรก การแต่งงาน ซึ่งมีทั้งแต่งงานจริงมีชีวิตครอบครัวร่วมกันทั้งแบบล้มเหลวหรืออยู่กันด้วยดีกับจ้างแต่งงาน กับรูปแบบที่สอง คือ ขยายความสัมพันธ์ผ่านเพื่อนสู่เพื่อน

รูปแบบแรก การแต่งงาน งานศึกษามีกรณีตัวอย่างผู้ค้าจีนที่มากับเรือสินค้าเข้ามาแต่งงานกับคนในพื้นที่เชียงแสนจำนวนมาก มีทั้งคู่ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตคู่ แต่จำนวนมากล้มเหลว ในกลุ่มที่แต่งงานส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มหญิงไทยเชื้อสายจีน ที่มีทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนยูนนานแถบแม่ฮ่อง และไทยเชื้อสายจีนในกลุ่มลูกหลานจีนแคะ ฮกเกี้ยน ไทหล่า กวางตุ้ง ฯลฯ

กรณีตัวอย่าง อาลีจากจังหวัด (เชียงรุ่ง) ยูนนาน ทำธุรกิจส่งออกลำไยไปยังจีน ประสบความสำเร็จในธุรกิจ แต่งงานกับคนไทยอยู่กันต่อเนื่อง อาลีเข้ามาเชียงแสนเมื่อ พ.ศ. 2545 ผ่านทางเรือขนส่งสินค้าจากจีน โดยรู้จักกับอาเงิน จิน มาเลเซียที่ทำธุรกิจส่งลำไยไปจีน จากนั้น ทั้งสองร่วมทำธุรกิจส่งลำไยไปจีนได้ 5 ปี

อาเงินกลับมาบ้าน มีเพียงอาลีทำธุรกิจต่อโดยออกไปรับซื้อลำไยยังแหล่งผลิตในเชียงใหม่เพื่อส่งขายจีน หลังจากอยู่เชียงใหม่คนเดียว อาลีเรียนภาษาไทยเพิ่มเติมกับครูสอนที่ซื่อมน และสุดท้ายแต่งงานกับมนปี พ.ศ. 2550 มีลูกด้วยกัน การแต่งงานช่วยให้อาลีค้าลำไยส่งออกไปจีนง่ายสะดวกขึ้น ผ่านภรรยาคนไทยช่วยตั้งบริษัทนำเข้าส่งออก ชื่อบ้าน รณยนต์ ปัจจุบันอาลีมีเรือนส่งสินค้าจีนเป็นของตนเองลำเลียงลำไยไปยังจีน และรับส่งสินค้าอื่นไปจีนด้วยเช่นกัน

ส่วนอาหมิง จากมณฑลชานซี ทำธุรกิจ แต่งงาน แต่ชีวิตคู่ล้มเหลว อาหมิงมาไทยเมื่อปี พ.ศ. 2537 หลังพ่อแม่เสียชีวิต เข้ามาหางานทำในไทย โดยเลือกไปดอยแม่สลอง เพราะรู้ว่ามีคนจีนอาศัยอยู่ จึงทดลองไปอยู่รับจ้างทำงาน สะสมเงินทำธุรกิจอิสระของตัวเอง เปิดร้านขายชาที่สามเหลี่ยมทองคำ ต่อมา อาหมิงแต่งงานกับภรรยาคนไทย แล้วใช้ชื่อภรรยาซื้อที่ดิน 20 ไร่ปลูกยาง แต่อยู่กินไม่นานก็เลิกราปัญหาจนวายเรื่อง สัญญาซื้อขายที่ดินที่อาหมิงต้องเปลี่ยนชื่อในสัญญาเป็นชื่อของเพื่อนร่วมหุ้นคนไทยแทน นอกจากนี้ การจ้างแต่งงานเพื่อให้เป็นตัวแทนทำธุรกรรมในประเทศไทยให้ ก็มีปรากฏให้เห็น แต่กรณีเช่นนี้มีความเสี่ยงสำหรับผู้ค้าเงินที่ต้องทำอย่างระมัดระวัง ขณะที่สำหรับหญิงไทยก็ต้องระวังในการทำสัญญาที่ไม่ผูกมัดก่อนหนี้สินเข้าตัว

รูปแบบที่สอง การขยายสายสัมพันธ์ผ่านเพื่อน (คนไทยเชื้อสายจีน) กรณีนี้เกิดขึ้นกับกลุ่มบริษัท หรือผู้ค้าเงินที่สนใจทำธุรกิจในไทย แต่มีข้อมูลไม่มากพอ จึงมักให้คนไทยที่ไวใจได้หรือรู้จักกันช่วยประสานจัดการให้ เช่น หาซื้อที่ดินเพื่อตั้งโรงงานนำเข้าส่งออกสินค้า โดยผู้ค้าเงินออกทุน ส่วนคนไทยดำเนินธุรกิจติดต่อให้ กลุ่มบริษัท หรือผู้ค้าเงินเหล่านี้ไม่ต้องการตั้งบริษัท เพราะเงื่อนไขตั้งบริษัทหรือจ้างตัวแทนมีรายละเอียดค่อนข้างมาก เช่น ตัวอย่างเจ๊แหว คนในเชียงใหม่ แต่งงานกับ ลุงหยงสามีจีนโพ้นทะเลมาจากกวางตุ้ง ลุงหยงมีเพื่อนคนจีนที่ต้องการทำธุรกิจลำไยอบแห้ง จึงมาหาลุงหยงให้ช่วยประสานงานให้ ที่ผ่านมา เพื่อนของลุงหยงต้องการตั้งโรงงานอบลำไยที่พะเยาอยู่แล้ว จึงบอกให้เจ๊แหวและลุงหยงพาไปดูที่ตั้งที่ดิน เมื่อถูกใจจึงขอให้เจ๊แหวและลุงหยงซื้อทรัพย์สินให้และช่วยดูแลช่วงเริ่มต้น จากนั้นเพื่อนผู้ค้าเงินก็ทำต่อไปเองได้ นอกจากนี้ เพื่อนของลุงหยงคนจีนต้องการซื้อบ้านและที่ดิน ก็ขอให้เขาซื้อเจ๊แหวไปใส่ โดยเพื่อนลุงหยงส่งเงินมาให้ทั้งหมด

การปรับตัวของผู้ค้าท้องถิ่นท่ามกลางการเข้ามาของผู้ประกอบการจากรุ่นใหม่

นับตั้งแต่ยุคเริ่มต้น พ.ศ.2537-2540 (ค.ศ. 1994-1997) ที่เคยเป็นยุคเฟื่องฟูของผู้ค้าท้องถิ่นเชียงแสนดำเนินกิจการมาไม่ถึง 5 ปี เริ่มเห็นสัญญาณการค้าเปลี่ยนมือจากผู้ค้าท้องถิ่นยุคบุกเบิกไปสู่ผู้ค้าหน้าใหม่ๆ ต่างถิ่นที่มีทุนมากกว่า หรือกลุ่มผู้ค้ารายย่อยเดิม แต่มีเครือข่ายการค้ากับผู้ค้าจีนและมีเครือข่ายความเป็นจีนที่ช่วยหนุนให้การค้ากับผู้ค้าจีนมีความเป็นไปได้รับซื้อสินค้าผลไม้จีนนำเข้า เมื่อผู้ค้าท้องถิ่นรุ่นบุกเบิกในเชียงแสนเริ่มทยอยเลิกกิจการปี พ.ศ. 2546 กลุ่มคนจีนที่เคยส่งผลไม้มาเชียงแสนเริ่มผันตัวเองมาเป็นผู้ค้าโดยตรง หากพิจารณาเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ผู้ค้าท้องถิ่นไม่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันกับผู้ค้าจากรุ่นใหม่ที่ขายแดนมี 3 ประการ คือ *ประการแรก* ปัญหาของผู้ค้าท้องถิ่นเองที่ขยายจำนวนมากขึ้นและกลายเป็นการขายตัดราคากันเองระหว่างกลุ่มผู้ค้าไทยท้องถิ่น เนื่องจาก ผู้ค้าท้องถิ่นไทยเห็นว่า การค้ารุ่งเรืองขึ้นจากขายแดนเศรษฐกิจที่เป็ดขึ้น จึงเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ผู้ค้าเหล่านี้ไม่ได้รวมกลุ่มกันมากนัก แต่กลับขายตัดราคากันเอง ทำให้เกิดปัญหา สู้ราคากันไม่ได้ ได้กำไรน้อยลง ขายไม่คุ้ม และเลิกกันไปในที่สุด

ประการที่สอง ผู้ค้าท้องถิ่นยุคบุกเบิกมี *ทุนทางเศรษฐกิจต่ำ* ขาดทุนจากการทำธุรกิจนำเข้าส่งออกสินค้าผลไม้จากจีน ในฐานะคนกลางกระจายสินค้าไปสู่ผู้ค้ารายย่อย นอกจากนี้ ยังประสบปัญหาตามเก็บเงินจากผู้ค้ารายย่อยไทยไม่ได้ พบผู้ค้ารายย่อยจ่ายเงินไม่ตรงเวลา หนี้ไม่จ่าย ส่งผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการนำกลับไปจ่ายให้แก่ผู้ค้าจีนที่พวกเขาส่งของ ทำให้กลุ่มผู้ค้ารุ่นบุกเบิกทยอยเลิกกิจการหรือเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น เช่น ให้เช่าที่ดินแก่คนจีน เปิดกิจการบ้านพัก หรือค้าขาย เป็นต้น

ประการที่สาม ผู้ค้าท้องถิ่นไทย พบว่า *ต้นทุนเริ่มสูงขึ้น* จากภาษีไม่เป็นทางการ ค่าขนส่งที่แพงขึ้นและแหล่งตลาดที่ซับซ้อนขึ้น ในที่นี้ หมายถึง ผู้ค้าท้องถิ่นเดิมพบว่ามิตินทุนแฝงที่สูง เช่น ด้านภาษีที่ขนส่งไปยังเครือข่ายตลาด โดยเฉพาะสินค้าผลไม้จีนที่ส่งไปยังจังหวัดใกล้เคียงต้องจ่ายผ่านระบบราชการหลายระบบ ทำให้ต้องสร้างสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่รัฐหลายกลุ่ม เกิดความยุ่งยากมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ค้าท้องถิ่นเดิมมีเครือข่ายตลาดค้าส่งที่ไม่กว้างมากพอ เมื่อรับสินค้าจากผู้ค้าจีนมากกลับมีเพียงตลาดท้องถิ่น หรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อกระจายสินค้าเท่านั้น ไม่อาจหาตลาดภายนอก เช่น ในกรุงเทพฯ หรือกระจายออกไปได้

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการเข้ามาของผู้ค้าเงินรุ่นใหม่เข้มข้นมากขึ้นและทำธุรกิจแบบครบวงจรนำเข้าส่งออกสินค้าจากจีน-ไทย-จีนมากขึ้น ทำให้การแข่งขันทวีสูงขึ้น และโอกาสทางเศรษฐกิจชายแดนมีความเป็นไปได้กับผู้ค้าเงินมากกว่าผู้ค้าไทย ทำให้ผู้ค้าท้องถิ่นไทยบางส่วนที่แข่งขันในเวทีการค้าไม่ได้ เริ่มปรับตัวในการทำการค้า จำนวนมากผันตัวไปทำกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเข้ามาของคนจีน หรือเลิกกิจการไปทำอย่างอื่น ซึ่งจะพบว่า ในรายผู้ค้าท้องถิ่นที่เลิกกิจการ กลับไปหาอาชีพค้าขายในระดับท้องถิ่นตลาดเชียงแสน หรือบางส่วนของที่เคยสะสมทุนได้ก็นำมาเปิดร้านสะดวกซื้อ ร้านนวด และร้านค้าทั่วไปที่เชียงแสนรับลูกค้าจากต่างถิ่น หรือบางคนมีบ้าน ตึกแถว หรือที่ดินริมน้ำ ก็นำมาให้เช่าซื้อ/หรือขายให้กับคนจีนที่มาใหม่ บางรายทำ “บ้านคนจีน” จัดหาที่พักอาศัยให้ผู้ค้าเงินที่เข้ามาซื้อสินค้าผลไม้ในเชียงแสนไปพร้อมกับอำนวยความสะดวกอื่น เช่น แจกซองตรวจคนเข้าเมืองและรับประกันให้ความช่วยเหลือด้านแปลเอกสาร เป็นล่าม เป็นต้น

สรุป

บทความนี้เป็นงานศึกษาทางมานุษยวิทยาเศรษฐกิจชายแดน ใช้ข้อมูลสนามชายแดนอำเภอเชียงแสน ภาคเหนือตอนบนในการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์วัฒนธรรมการค้าชายแดนที่มาจากอิทธิพลจีน โดยเฉพาะผ่านการเคลื่อนย้ายของผู้ค้า/ผู้ประกอบการเงินรุ่นใหม่เข้ามายังชายแดน งานศึกษานี้พบว่า บริเวณชายแดนภาคเหนือตอนบน เป็นอาณาบริเวณที่ปรากฏชัดถึงอิทธิพลจีนที่เคลื่อนตัวลงมาตั้งแต่ทศวรรษ 1990 และภายหลังการเปิดชายแดนเศรษฐกิจระดับภูมิภาคอย่างเข้มข้นหลังทศวรรษ 2000 ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงเชิงบริบทความเป็นชายแดน ผู้ค้าเงินรุ่นใหม่จำนวนมากได้ทดลองมาค้าขาย โดยใช้ยุทธวิธีทางสังคมวัฒนธรรมอันหลากหลายในการทำการค้า เช่น การสร้างระบบเครือข่ายความสัมพันธ์แบบเงินที่ยืดหยุ่น และช่องทางกฎหมาย ทำให้ผู้ค้าเงินเหล่านี้ค่อยๆ สังคมประสบการณ์และสามารถสร้างความสำเร็จในเศรษฐกิจชายแดนให้ตนเอง ขณะที่กลุ่มผู้ค้าท้องถิ่นไทย เมื่อทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเดิมที่เคยเอื้อต่อการค้าในอดีตเริ่มเสื่อมพลังไม่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทใหม่ก็กำลังเริ่มเผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่ๆ มากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ธนศวรร์ เจริญเมือง. (2538). **ไทย-พม่า-ลาว-จีน: สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ สี่เหลี่ยมวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ยศ สันตสมบัติ. (2557). **มังกรหลากสี: การขยายอิทธิพลเหนือดินแดนและพันธกิจเผยแผ่อารยธรรมในอุษาคเนย์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วาสนา ละอองปลิว (2549). **เชียงแสน: การค้า การท่องเที่ยวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่ชายแดน**. งานวิจัยในชุดโครงการ “อำนาจ พื้นที่ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์: การเมืองวัฒนธรรมของชาติในสังคมไทย”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อรัญญา ศิริผล. (2555). **เศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องการเคลื่อนย้าย : กรณีศึกษาผู้ค้าชาวจีนบริเวณชายแดนประเทศลุ่มแม่น้ำโขง**. รายงานวิจัยภายใต้ชุดโครงการ “ชนชายแดนกับปฏิบัติการข้ามพรมแดนในภาคเหนือของไทย” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ภูวดล ทรงประเสริฐ. (2547). **จีนโพ้นทะเลสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : Higher Press สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ภาษาต่างประเทศ

- Berlie, Jean. (2000). “Cross-Border Links between Muslims in Yunnan and Northern Thailand: Identity and Economic Networks”. In **Where China meet Southeast Asia: Social and Cultural Change in the Border Regions**, edited by G. Evans, C. Hutton and Kuah Khun Eng, Copenhagen: NORDIC Institute of Asian Studies.
- Chinh, Nguyen Van. (2015). “China's 'Comrade Money' and its Social – Political Dimensions in Vietnam”. In **Impact of China's Rise on the Mekong Region**, edited by Y. Santasombat, Palgrave Macmillan Publisher.

- Cushman, J. (1988). "Kinship and Friendship: Economic Ties among the Chinese Business Elites of Penang and Pennisular Siam". In **Changing Identities of the Southeast Asian Chinese Since World War II**, edited by J. Cushman and Wang Gangwu, Hong Kong University Press: Hong Kong.
- Girsch, P. (2006). **Asian Borderlands: The Transformation of Qing China's Yunnan Frontier**. Harvard University Press.
- Gomez, E. Terence. (2004). "Chinese Business Development in Malaysia: Networks, Entrepreneurship or Patronage?". In **Chinese Entrepreneurship and Asian Business Networks**, edited by T. Menkhoff and Solvay Gerke. London: Routledge.
- Hefner, Robert W. (1998). "Introduction: Society and Modernity in the New Asian Capitalism". In **Market Cultures: Society and Morality in the New Asian Capitalisms**, edited by R. W. Hefner. Oxford: Westview Press.
- Hill, Maxwell. (1998). **Merchants and Migrants: Ethnicity and Trade among Yunnanese Chinese in Southeast Asia**. New Haven Conn: Yale University Southeast Asia Studies.
- Kuhn, Philip A. (2008). **Chinese among others: emigration in modern times**. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Menkhoff, Thomas and Gerke, Solvay (eds.). (2004). **Chinese Entrepreneurship and Asian Business Networks**. London: Routledge.
- Nyiri, Pal. (2011). **Mobility and cultural authority in contemporary China**. University of Washington Press.
- Ong, Aiwha. (2005). "Anthropological Concepts for the Study of Nationalism". In **China Inside Out**, edited by P. Nyiri and J. Breidenbach, Budapest: Central European Press.

- Siriphon, Aranya. (2015). "'Xinyimin', New Chinese migrants and the Influence of the People's Republic of China (PRC) and Taiwan on the Northern Thai Border". In **Impact of China's Rise on the Mekong Region**, edited by Y. Santasombat. Palgrave Macmillan Publisher.
- Tambiah, Stanley J. (1977). "*The Galactic Polity: The Structure of Traditional Kingdoms in Southeast Asia*. In **Annals of the New York Academy of Sciences**,; 293 (1) : 69 - 97.
- Walker, Andrew. (1999). **The Legend of the Golden Boat: Regulation, Trade and Traders in the Borderlands of Laos, Thailand, China and Burma**. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Walker, Andrew. (2003). **Upper Mekong Borderline Dialogues in the Late Nineteenth and Early Twentieth Century**. A Special Lecture at Faculty of Social Science, CMU. January.
- Weller, Robert. (1998). "Divided Market Cultures in China: Gender, Enterprise, and Religion". In **Market Cultures: Society and Morality in the New Asian Capitalisms**, edited by R. W. Hefner. Oxford: Westview Press.