

พัฒนาการผลิตและหน้าที่ทางสังคม ของผ้าไหมสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

Production Development and Social Function of San Kamphang Silk, Chiang Mai Province

วัลลภ ทองอ่อน^{1/}

Wallop Thong-on^{1/}

Abstract: The objectives of this research investigating the production development of San Kamphang silk and its social roles are 1) to study and analyze the locational change of production site 2) to study development and process of the change in its production 3) to study the factors that influence the change in production 4) to study change in the silk's social function and 5) to analyze social network that affects the production process. It is found that San Kamphang silk has originated from the group of merchants who traveled to the communities and introduced the use of silk instead of cotton to skilled villagers. Villagers received wages for their skill, while the merchants were the providers of materials, weaving pattern, color scheme, as well as marketing management. The production increased significantly after Chiang Mai had been developed to be a tourism destination. San Kamphang silk was promoted as the symbol of the San Kamphang. This made San Kamphang become a well known tourism site and attracted many handicraft men and women to flow into the areas. Eventually, San Kamphang has been promoted by government and private agencies, to be the handicraft route of Chiang Mai. The silk production sites have thus been moved closer to the San Kamphang main road. The most important social function of San Kamphang silk is its use to indicate the social and economic status of the owner. This is different from the northeastern region's silk which is used as the symbol of rites of passage for females. Tourism activities greatly influence the changes in types of the products and production techniques. The social network of the investors has significant influence on the design process, style, color scheme, and more importantly, on the production and production cessation of San Kamphang silk.

Keywords: Production development, social function, San Kamphang silk

^{1/}คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร 62000

^{1/}Faculty of Humanities and Social Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Kamphaeng Phet 62000, Thailand

บทคัดย่อ: การศึกษาพัฒนาการผลิตและบทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งหน่วยผลิต ศึกษาพัฒนาการและกระบวนการการเปลี่ยนแปลงการผลิต ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิต ศึกษาหน้าที่ทางสังคมและ และวิเคราะห์โครงสร้างทางสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิต ศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่าการผลิตผ้าไหมสันกำแพงมีพัฒนาการมาจากการริเริ่มของกลุ่มพ่อค้าที่ทำการติดต่อค้าขายระหว่างชุมชนในสมัยโบราณได้นำเส้นใยไหมเข้ามาทอแทนที่ผ้าฝ้ายในเขตชุมชนสันกำแพง ลักษณะของการว่าจ้างชาวบ้านเป็นแรงงานทักษะในการทอ ในขณะที่กลุ่มพ่อค้าเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ ออกแบบ ลวดลาย สีเส้นและดำเนินการการตลาด การผลิตเจริญขึ้นเมื่อเชียงใหม่ถูกพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ผ้าไหมสันกำแพงได้รับการพัฒนาให้เป็น “สัญลักษณ์ทางพื้นที่” เป็นของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยวและได้มีส่วนผลักดันให้อำเภอสันกำแพงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีส่วนดึงดูดงานหัตถกรรมอื่น ๆ เข้าสู่อำเภอสันกำแพงจนทำให้ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลและเอกชนให้เป็นเส้นทางสายหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ แหล่งผลิตผ้าไหมจึงเคลื่อนย้ายติดกับถนนสายหลักของสันกำแพงและเข้าใกล้ตัวเมืองมากขึ้น หน้าที่ทางสังคมของผ้าไหมสันกำแพงที่สำคัญคือเป็นเครื่องนุ่งห่มที่แสดงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สวมใส่ การท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิตทั้งทางเทคนิคการผลิตและประเภทของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มผู้ลงทุนมีอิทธิพลสูงต่อการผลิต การออกแบบ ลวดลายและสีเส้น ตลอดจนการยกเลิกการผลิตและการดำรงอยู่ของผ้าไหมสันกำแพง

คำสำคัญ: พัฒนาการการผลิต หน้าที่ทางสังคม ผ้าไหมสันกำแพง

คำนำ

ในล้านนาผ้าทอจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมจากอดีตเป็นผลงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอันเปี่ยมด้วยคุณค่าทั้งด้านรูปแบบที่งดงาม วิธีการทอที่ละเอียดอ่อน ประณีต ซับซ้อน และทั้งคุณค่าทางวิชาการซึ่งสะท้อนถึงความเป็นมา ความสัมพันธ์และวิถีชีวิตของกลุ่มชนผู้ผลิต (ทรงศักดิ์ และแพทรีเซีย, 2533; ปวินรัตน์, 2556) แหล่งผลิตผ้าทอในล้านนาจะอยู่ในลักษณะของหมู่บ้านที่มีความชำนาญเฉพาะด้านโดยจะผลิตเพื่อสนองความต้องการในชุมชนและแลกเปลี่ยนระหว่างท้องถิ่นใกล้เคียง (Le May, 1930)

ผ้าไหมเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านอย่างหนึ่งของไทยที่มีลักษณะเด่นเฉพาะแตกต่างจากผ้าไหมแหล่งอื่น ๆ เนื่องจากการมีวิธีการผลิตอันเป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันยังมีการทอผ้าไหมอยู่ทุกภาค สำหรับในภาคเหนือสันกำแพงเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สำคัญแหล่งหนึ่งเป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญมาตั้งแต่อดีต ชุมชนดั้งเดิมในอำเภอสันกำแพงตามหลักฐานสันนิษฐานว่าอพยพมาจากพืนาญเลา แขวงเมืองเชียงแสน ปัจจุบันอยู่ในเขตจังหวัด

เชียงราย มาตั้งถิ่นฐานอยู่แถบริมแม่น้ำแม่ฮอน ต่อมาเมื่อชุมชนขยายตัวขึ้นจึงได้รับการยกฐานะเป็น “แขวงแม่ฮอน” อยู่ในการปกครองของนครเชียงใหม่ จนกระทั่งถึง พ.ศ. 2445 รัชสมัยพระเจ้าอินทรวโรธ ได้มีการย้ายที่ทำการแขวงแม่ฮอนมาที่บ้านสันกำแพงและได้ชื่อว่า “อำเภอสันกำแพง” มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2448

การค้าไหมของล้านนาในช่วงแรกเกิดขึ้นเนื่องจากการเกิดการค้าขายระหว่างเมืองในล้านนา พ่อค้าระหว่างเมืองได้นำผ้าไหมจากจีนเข้ามาขายในเชียงใหม่ ซึ่งรับต่อมาจากประเทศพม่า และญวนนานประเทศจีน โดยผ้าไหมจะถูกลำเลียงมาทางบกโดยพ่อค้าชาวจีนฮ่อ เงี้ยว และคนไทย โดยมีเส้นทางการค้าที่สำคัญคือ เส้นทางมะละแหม่ง แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ผ้าไหมจึงเป็นสินค้าราคาสูง (ปลาย่อ, 2537; ชูลิทธิ, 2537)

ต่อมาเริ่มมีการผลิตไหมขึ้นที่สันกำแพง โดยกลุ่มพ่อค้าสันกำแพงที่ได้เดินทางค้าขายระหว่างพื้นที่ ได้นำไหมดิบเข้ามายังเชียงใหม่และทอไหมแทนผ้าฝ้ายแต่เดิม ไหมสันกำแพงจึงเกิดขึ้นและมีกระบวนการเกิดการค้าขาย และการผลิตที่แตกต่างจากแหล่งอื่น การผลิตได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งวัตถุดิบ

การย้อม ลวดลายและสี สัน ส่งผลให้ไหมสันกำแพงมีเอกลักษณ์ทางพื้นที่ และถูกสร้างให้เป็นสินค้าของที่ระลึก เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ในยุคการท่องเที่ยวเกิดขึ้นไหมสันกำแพงจึงมีกระบวนการผลิต บทบาทหน้าที่ การดำรงอยู่และการสูญหายของแหล่งผลิตที่มีลักษณะเฉพาะ อันเป็นปรากฏการณ์ที่มีความสำคัญในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะนำไปสู่การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งผลิตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาพัฒนาการและกระบวนการเปลี่ยนแปลง การผลิตจากระบบหัตถกรรมพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรมของผ้าไหมสันกำแพง
2. ศึกษาหน้าที่ทางสังคมและความเปลี่ยนแปลงของหน้าที่ทางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (quantitative research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

มุ่งศึกษากลุ่มประชากรจาก 3 กลุ่มประกอบด้วย ชาวบ้านผู้ผลิตไหมสันกำแพงจำนวน 30 ราย เจ้าของโรงงานและร้านค้าไหมสันกำแพงจำนวน 10 โรงงาน และประชาชนทั่วไปที่มีอายุมากกว่า 50 ปีที่เคยใช้ผ้าไหมสันกำแพง จำนวน 30 ราย

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าวิธีการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมายหรือประเด็นคำถามร่วมกับชุมชนในการ แสวงหาคำตอบ
2. การสืบค้นและรวบรวมหลักฐานประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เป็นลายลักษณ์อักษรและไม่เป็นลายลักษณ์อักษรของชุมชน

2.1 แหล่งของข้อมูลขั้นต้นหรือข้อมูลปฐมภูมิ (primary sources) เป็นแหล่งของข้อมูลที่ได้จากหลักฐานของชุมชนโดยมุ่งรวบรวมดังนี้

1) เอกสารชุมชน (community documents) หรือบันทึกที่รายงานโดยผู้อยู่ในเหตุการณ์หรือเป็นพยานของเหตุการณ์ของชุมชน ได้แก่ เอกสารหรือบันทึกของทางราชการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ประกาศ ระเบียบสถิติต่าง ๆ โฉนด ใบอนุญาต ใบรับรอง เป็นต้น หรือเอกสารหรือบันทึก เช่น จดหมาย บันทึก สัญญาต่าง ๆ พิณยกรรม หนังสือ และหลักฐานทางภาพและเสียงของชุมชน เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด แผนที่

2) โบราณวัตถุ (remains or relics) ได้แก่ ผ้าไหม เครื่องมือเครื่องใช้ ภาชนะ

3) คำให้การหรือหลักฐานทางคำพูด (oral testimony) ได้แก่ เรื่องที่พูดโดยชุมชนหรือผู้มีส่วนร่วมในเหตุการณ์

2.2 แหล่งของข้อมูลชั้นรองหรือข้อมูลทุติยภูมิ (secondary sources) เป็นแหล่งของข้อมูลที่ได้จากรายงาน หรือถ่ายทอดมาจากข้อมูลขั้นต้นที่เกี่ยวกับชุมชนสันกำแพง

3. การวิเคราะห์หลักฐาน การตรวจสอบหลักฐาน การประเมินความน่าเชื่อถือการประเมินคุณค่าของหลักฐาน และการตีความ

4. การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) การรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นประวัติศาสตร์ชุมชน โดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (moderator) และประเด็นของกระบวนการผลิตโดยเน้นกลุ่มผู้รู้เห็น (witness seminar) เหตุการณ์ในอดีต

5. แผนที่ความคิด (mind map) เป็นวิธีการช่วยบันทึกความคิดเพื่อให้เห็นภาพความคิดที่หลากหลาย มุมมองที่กว้างและชัดเจนและนำเสนอต่อชุมชนเพื่อให้เห็นภาพโดยง่าย

6. การสัมภาษณ์ (interview) การรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นวิธีการสื่อสารสองทาง (two-way communication) มีการสนทนาระหว่างผู้ให้ข้อมูลกับผู้ต้องการทราบข้อมูล โดยมีประเด็นที่ผู้วิจัยวางโครงไว้ล่วงหน้า และมีการสรุปและนำเสนอองค์ความรู้ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive data) มีภาพ แผนภูมิ ตารางประกอบ

ผลการศึกษา

การศึกษาพัฒนาการการผลิตและบทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง อำเภอสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่ มีผลการศึกษาดังนี้

1. พัฒนาการของการผลิตไหมสันกำแพง สามารถจำแนกได้เป็น 3 ช่วง คือ 1) การผลิตในยุคแรกเริ่ม (ก่อน พ.ศ. 2478) เกิดขึ้นจากกลุ่มพ่อค้าสันกำแพงนำไหมดิบเข้ามาในเชียงใหม่และว่าจ้างชาวบ้านที่ทอผ้าฝ้ายเป็นแรงงานแล้วส่งขายในท้องถิ่นและประเทศพม่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ในช่วงแรกเป็นผ้าชิ้นเช่น ผ้าชิ้นลายเลียน (สีพื้น) ผ้าชิ้นลายเคียนลาย หรือ ลายก่าน (ลายสลักสีในแนวนอน) และลายตาราง แหล่งผลิตในยุคแรกได้แก่บ้านสันเหนือ ต่อมาได้กระจายไปบ้านสันใต้ บ้านป่าหว บ้านป่าสักขวาง บ้านปุดา บ้านป่าไผ่ บ้านทรายมูล และบ้านป่าเล้า 2) ยุคทองของผ้าไหมสันกำแพง (พ.ศ. 2478-2525) เป็นยุคที่กลุ่มผู้ลงทุนสามารถเปิดตลาดผ้าไหมในกรุงเทพฯ ได้และเกิดการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟระหว่างกรุงเทพฯ-เชียงใหม่พัฒนาขึ้น เชียงใหม่ถูกพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยว ตลอดจนการสนับสนุนของรัฐที่เข้ามาส่งเสริมอุตสาหกรรมพื้นบ้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้ปรับเป็น ผ้าผืน ผ้าโพกศีรษะ เนคไท ชุดร่อนน้ำชา ปลอกหมอนอิง ฯลฯ และ 3) ยุคหลัง (หลัง พ.ศ. 2525) การท่องเที่ยวมีบทบาทสูงในการผลิตและการตลาด มีการปรับตัวจาก “ไหมสันกำแพง” สู่ “ไหมไทย” ที่มีตลาด

กว้างขึ้น เกิดร้านค้า โรงงาน แหล่งแสดงสินค้า เช่น ชินวัตรพาณิชย์ บริษัทเล่งหงส์ไหมไทย บริษัทเลอบอมบิค บริษัทเชียงใหม่ซิลค์ ฯลฯ มีห้างร้านโรงงานบนถนนเชียงใหม่-สันกำแพง ใช้ความมีชื่อเสียงเดิมของสันกำแพงเป็นแหล่งผลิต รูปแบบสินค้าแทบทั้งหมดตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. การผลิตผ้าไหมสันกำแพงเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาตลาด (market oriented) การผลิตผ้าไหมสันกำแพงถึงแม้จะเป็นงานหัตถกรรมท้องถิ่นของชาวบ้านแต่จัดเป็นงานหัตถกรรมที่พึ่งพาตลาด จากการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์ การเริ่มต้นการผลิตก็เกิดจากเงื่อนไขทางด้านการค้า กล่าวคือ เกิดจากกลุ่มพ่อค้ากองคาราวานวัวต่างที่เดินทางเร่ขายสินค้าในระหว่างเมืองในทางภาคเหนือ พม่า และตอนใต้ของจีน ได้จัดซื้อเส้นไหมและนำมาทอในเขตสันกำแพง เมื่อได้ผ้าไหมก็นำเข้าสู่ระบบการค้าแบบกองคาราวานอีกครั้งหนึ่ง เมื่อการคมนาคมทางรถไฟและทางถนนได้เชื่อมโยงเชียงใหม่กับกรุงเทพฯ การค้าแบบกองคาราวานจึงเริ่มหยุดลง เชียงใหม่เริ่มมีการเชื่อมโยงกับกรุงเทพฯ มากขึ้นทั้งการค้าและการท่องเที่ยว ในช่วงปี พ.ศ. 2500 เชียงใหม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น การเดินทางเข้าสู่เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวของงานหัตถกรรมในเชียงใหม่ให้ตอบสนองนักท่องเที่ยวมากขึ้น อันได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และผ้าไหมสันกำแพง

Table 1 San Kamphang silk production development

Production development	Entrepreneur	Material resources	Production	Image marketing	Social Function	Location
Initial period (before 1935)	-Local merchants	- Myanmar, China silk thread	- Silk Sinhs (skirt fabric)	- San Kamphang silk	- The social and economic status of the owner	-San Kamphang Village
Golden period (1935-1982)	- Local merchants networks	- China, Japan silk thread	- Fabric - Headdress, turban - Necktie - Tea set pads - Pillowcase	- San Kamphang silk -Chiang Mai silk	- Souvenir	-San Kamphang town
3) Post-golden period (after 1982)	-Business groups -Enterprise -Firm	- China, Japan silk thread and Northeast Thailand region	- Tourism souvenir	-Thai silk	- Souvenir	- San Kamphang- Chiang Mai Rode (handicraft route of Chiang Mai)

อภิปรายผล

พัฒนาการผลิตของผ้าไหมสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเริ่มต้นเกิดจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนขนาดเล็กที่มุ่งผลิตเครื่องใช้ในครัวเรือนมาก่อนแล้วจึงเติบโตและขยายขึ้นเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดของ Smith (1981) Chapman and Walker (1978) แต่แตกต่างกันที่การผลิตของผ้าไหมสันกำแพงเกิดจากการดำเนินงานของโครงข่ายทางเครือข่ายของกลุ่มพ่อค้าจีนในท้องถิ่นที่เข้ามาริเริ่มดำเนินการ เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นในภาคเหนือ เช่น เซรามิกไม้สัก สอดคล้องกับการศึกษาในอุตสาหกรรมประเภทอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ของปลาย้อ (2530) แหล่งผลิตในช่วงแรกเกิดขึ้นในชุมชนและกระจายขึ้นตามโครงข่ายของการคมนาคมอันได้แก่ การขนส่งทางบกคือถนนสายสันกำแพง-เชียงใหม่และเคลื่อนตัวเข้าใกล้เมืองมากขึ้นเนื่องจากพัฒนาการของการท่องเที่ยวของเมืองแตกต่างจากการศึกษาโรงงานเซรามิกของเชียงใหม่ที่เคลื่อนตัวออกสู่ชนเมืองมากขึ้น (ปลาย้อ, 2530; วัลลภ, 2535) ส่วนด้านบทบาททางสังคมผ้าไหมสันกำแพงอยู่ในฐานะเป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมและทางเศรษฐกิจของผู้สวมใส่ ในขณะที่บทบาทเป็นเครื่องผ่านสภาวะและเป็นเครื่องแสดงความเป็นผู้หญิงน้อยชาวบ้าน (ผู้หญิง) มีหน้าที่เพียงแรงงานทักษะรับจ้างทอผ้า ตลาดจะเป็นตัวกำหนดผลิตภัณท์และรูปแบบของผลิตภัณท์เนื่องจากในช่วงหลังการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ได้มีอิทธิพลต่อการปรับผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยว

“ผ้าไหมสันกำแพง” คงความเป็นงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านน้อย แต่ได้ปรับให้ตอบสนองเงื่อนไขทางการค้า การท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้านจุดขายของการค้าผ้าไหมสันกำแพงยังคงพยายามเน้นถึงจุดขายในด้านความเป็นศิลปะท้องถิ่น ศิลปะพื้นบ้าน ดังนั้นผ้าไหมสันกำแพงจึงอยู่ในรูปลักษณะของ “พื้นบ้านเทียม” ที่มีความงามตามความนิยมของตลาด ไม่มีความหมายทางด้านสัญลักษณ์เดิม มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้าน 1. ขนาดและรูปร่าง (form) ให้แปรเปลี่ยนไปจากเดิม 2. มีลักษณะเป็นของตกแต่ง (decoration) มากกว่าของ

ใช้สอย และ 3. มีการแบ่งงานกันทำในแต่ละหน้าที่ แต่ลักษณะดังกล่าวของไหมสันกำแพงไม่ได้เป็นประเด็นที่ทำให้ “ไหมสันกำแพง” อยู่ในลักษณะด้วย รูปแบบของการผลิต การตลาดของผ้าไหมสันกำแพงยังคงเป็นรูปลักษณะที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว โดยเฉพาะกลยุทธ์ในการการตลาดที่ผลักดันให้ “ไหมสันกำแพง” เป็นที่รู้จักโดดเด่นจนกระทั่งสามารถเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ได้ กระบวนการดังกล่าวจึงเป็นกระบวนการที่สมควรได้รับการศึกษาและปรับปรุงเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนางานหัตถกรรมประเภทอื่น ๆ ต่อไป

สรุป

1. การผลิตผ้าไหมสันกำแพงมีพัฒนาการมาจากการค้าระหว่างชุมชนในอดีต โดยการริเริ่มของพ่อค้า การผลิตขยายตัวมากขึ้นทั้งปริมาณการผลิต และประเภทของสินค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวในช่วงหลัง รูปแบบของการผลิตอันเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่าง “กลุ่มผู้ลงทุน” ซึ่งเป็นผู้ลงทุนจัดซื้อหาวัตถุดิบการออกแบบลวดลายและสีสันทัดตลาดจนดำเนินการตลาดกับ “กลุ่มชาวบ้าน” ซึ่งเป็นแรงงานทักษะรับจ้างทอผ้าไหมมีความเด่นชัดขึ้น ต่อมาเมื่อรูปแบบของการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ผ้าไหมสันกำแพงซึ่งถูกประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องก็เริ่มลดบทบาทลง เนื่องจากมีผ้าไหมจากแหล่งอื่นซึ่งมีความเป็น “ของแท้” ที่กระบวนการผลิตเกิดจากวัฒนธรรมการพึ่งพาตนเองมีโอกาสสอดคล้องกับความนิยมของวิถีชีวิต ชชาติพันธุ์ มากกว่าได้รับความนิยมมากขึ้น การผลิตไหมสันกำแพงในระบบแบบดั้งเดิมจึงเริ่มยุติและหยุดการผลิตลงเมื่อ “ผู้ลงทุน” ได้หยุดการผลิต กลุ่มแรงงานชาวบ้านที่เคยรับจ้างทอก็ได้เปลี่ยนแรงงานเข้าสู่ภาคเกษตรและภาคบริการในที่สุด

2. ผ้าไหมสันกำแพง คือ งานหัตถกรรมที่ถูกพัฒนาให้ขึ้นเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ (spatial symbol) หลัจากเชียงใหม่เชื่อมโยงกับกรุงเทพฯ ทั้งทางรถยนต์และทางรถไฟในช่วงก่อน พ.ศ. 2500 เชียงใหม่ได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนในขณะนั้นพร้อมกับการสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยมีลักษณะเด่น คือ ธรรมชาติสวยงาม ผู้หญิงสวย วัฒนธรรมการท่องเที่ยว

ได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของประชาชน วัฒนธรรม ประเพณีได้มีบทบาทในการรับใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณีงานสงกรานต์ ประเพณีงานลอยกระทง วิถีชีวิตวัฒนธรรมบางอย่างได้ถูกสร้างขึ้น เช่น การสวมใส่ เสื้อหม้อฮ่อม การรับประทานอาหารแบบ “ขันโตกดินเนอร์” ฯลฯ เมืองเชียงใหม่จึงมีบทบาทหน้าที่ (function) เป็น “เมืองท่องเที่ยว” ภายใต้วัฒนธรรมการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบก่อนเมืองอื่น ๆ ในประเทศไทย งานหัตถกรรมพื้นบ้านได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของ “ของที่ระลึก” อันได้แก่ ไม้แกะสลัก เครื่องปั้นดินเผา เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน และผ้าไหมสันกำแพง

ผ้าไหมสันกำแพงถูกพัฒนาให้เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ภายใต้การรู้จักในชื่อของ “ไหมสันกำแพง” หรือ “ไหมเชียงใหม่” โดยเฉพาะทศวรรษในช่วงหลัง พ.ศ. 2500 ไหมสันกำแพงมีชื่อเสียงโดดเด่นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายจนเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่พื้นที่อำเภอสันกำแพงเข้าสู่แหล่งการผลิตจนทำให้ “อำเภอสันกำแพง” จึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มี “การท่องเที่ยว” เป็นจุดสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวส่งผลให้งานหัตถกรรมประเภทอื่นได้เริ่มเกิดขึ้น เช่น การทำร่มที่บ่อสร้าง การทำกระดาษสา เมื่อนักท่องเที่ยวสู่อำเภอสันกำแพงมากขึ้นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่จึงได้มาผลิตในถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพงมากขึ้นอันได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน ซึ่งได้เคลื่อนย้ายมาจากแหล่งผลิตอำเภอแมริม อำเภอหางดง และอำเภอเมืองตามลำดับ ถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพงจึงได้รับการส่งเสริมให้เป็นถนนสายหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่

ความเป็น “ไหมสันกำแพง” หรือ “ไหมเชียงใหม่” ที่เคยถูกสร้างขึ้นให้เป็นจุดของนโยบายการตลาดของร้านค้า ได้ถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นภาพลักษณ์ของ “ไหมไทย” (Thai silk) ด้วยกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ “ไหมสันกำแพง” จึงมีบทบาทในการตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติพร้อม ๆ กับความหมายของภาพลักษณ์ในเชิงพื้นที่ที่ถูกเปลี่ยนแปลงไป

3. โครงข่ายทางสังคม (social network) มีอิทธิพลสูงต่อการผลิต การดำรงอยู่ และการเปลี่ยนแปลง

ของผ้าไหมสันกำแพง การผลิตผ้าไหมสันกำแพงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 กลุ่ม คือ “กลุ่มผู้ลงทุน” และ “กลุ่มชาวบ้านรับจ้างทอ” กลุ่มที่มีบทบาทในการผลิตมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ลงทุน เนื่องจากเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ ออกแบบลวดลายสีสันทัน และการดำเนินการการตลาด กลุ่มผู้ลงทุนจึงเป็นกลุ่มที่ “ครอบครองความรู้” ของการผลิตและการตลาดของผ้าไหมสันกำแพง ในขณะที่กลุ่มชาวบ้านมีบทบาทเพียงแรงงานทักษะในการทอกลุ่มผู้ลงทุนที่สำคัญ ประกอบด้วย 4 กลุ่มคือ 1. กลุ่มตระกูลชินวัตร 2. กลุ่มตระกูลเพียรกุล 3. กลุ่มตระกูลพรหมชนะ และ 4. กลุ่มผู้ค้าส่งรายย่อย ทั้ง 4 กลุ่ม มีบทบาทสูงมากต่อการผลิตและการตลาด นับตั้งแต่การริเริ่มทอผ้าไหม การผลักดันให้ผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย การออกแบบลวดลายและสีสันทัน การคิดค้นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองตลาดและแม้กระทั่งการเลิกผลิต ในกลุ่มผู้ลงทุนทั้ง 4 กลุ่มมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องเชิงเครือญาติซึ่งกันและกัน และในแต่ละตระกูลก็ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผ้าไหมเป็นโครงข่าย ตัวอย่างที่ชัดเจนคือโครงข่ายของตระกูลชินวัตร ซึ่งเป็นตระกูลที่ริเริ่มการทอผ้าไหมสันกำแพงและเป็นตระกูลที่มีโครงข่ายของธุรกิจเกี่ยวกับผ้าไหมสูงสุด จากนายเชียง นางแสง ชินวัตร ซึ่งได้ดำเนินการค้าผ้าไหมเมื่อเข้าสู่รุ่นที่สองซึ่งเป็นรุ่นลูกต่างก็ดำเนินกิจการธุรกิจด้านผ้าไหม เช่น ร้าน ท.ชินวัตรไหมไทย หอประสาธน์มิตร ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ ห้างหุ้นส่วนจำกัดชินวัตรพาณิชย์ ตลาดสันกำแพง เชียงใหม่ ส. ชินวัตรไหมไทย โรงงานชินวัตรไหมไทยร้านชินวัตรเทรดดิ้งและห้างหุ้นส่วนชินวัตรแพชั่นเฮาส์ เป็นต้น กลุ่มผู้ลงทุนได้ขยายระบบการลงทุนในกิจการค้าผ้าไหมและสิ่งทอ โดยใช้ “ชินวัตร” เป็นตรา (brand) ของการดำเนินธุรกิจอันเป็นการขยายการลงทุนตามโครงข่ายทางสังคม การจำหน่าย “ผ้าไหมสันกำแพง” ได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ไปสู่ความเป็น “ไหมไทย” (Thai silk) ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมาจากต่างพื้นที่ และการทอผ้าไหมในเขตสันกำแพงในรูปแบบเดิมก็ถูกยกเลิกไปด้วย เมื่อกลุ่มผู้ลงทุนเลิกการผลิต กลุ่มชาวบ้านก็ต้องเลิกการผลิตไปด้วยเพราะกลุ่มผู้ลงทุน “เก็บความรู้” ทั้งด้านการผลิตและการตลาดไว้ แม้ว่าชาวบ้านจะพยายามเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตโดยการ

หันมาทอผ้าฝ้ายแต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จจึงหยุดการผลิตไปหน้าที่สำคัญของผ้าไหมสันกำแพงอยู่ในฐานะเป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมและทางเศรษฐกิจของผู้สวมใส่ ในขณะที่ผ้าไหมจากแหล่งอื่นมีบทบาทต่อชุมชนในด้านอื่น ๆ สูง เช่น ผ้าไหมในอีสาน มีบทบาทเป็นเครื่องผ่านสถานะ (rites of passage) และเป็นเครื่องแสดงความเป็นผู้หญิง (womanhood) แต่หน้าที่ในด้านดังกล่าวของไหมสันกำแพงมีน้อยเนื่องจากชาวบ้าน (ผู้หญิง) มีหน้าที่เพียงแรงงานที่กะรับจ้างทอผ้าผลผลิตของผ้าไหมสันกำแพงที่ออกสู่ชุมชนในรูปแบบของ “ผ้าชิ้น” จะมีบทบาทต่อชุมชนคือเป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สวมใส่ แสดงถึง “ความร่ำรวย” ในขณะที่ผู้ทอและชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่ได้สวมใส่ผู้ที่สวมใส่ก็จะได้แก่ผู้หญิงที่มีฐานะดีของชุมชน และโอกาสที่ใช้ในการสวมใส่ก็จะสวมใส่ในงานสำคัญ เช่น งานปอยหลวง ขึ้นบ้านใหม่ แต่งงาน ฯลฯ เท่านั้น จะไม่ใช่ผ้าไหมดำเนินกิจกรรมปกติในวิถีชีวิตประจำวันต่อมาจึงได้พัฒนาบทบาททางด้านการเป็นสินค้าที่ระลึกที่ตอบสนองการท่องเที่ยวในยุคหลัง

4. ผ้าไหมสันกำแพงคงความเป็น “ศิลปะพื้นบ้าน” น้อยแต่คงความเป็น “ศิลปะพื้นเมือง” หรือความเป็น “พื้นบ้านเทียม” (pseudo-traditional arts) สู่ความเป็นศิลปะพื้นบ้าน ปรานี และสุจินต์ (2535) ได้สรุปว่าจะต้องมีลักษณะ คือ 1. มีการถ่ายทอดด้วยปากเปล่า 2. มีกำเนิดหรือที่มาของความคิดเป็นพื้นบ้าน มิได้เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม 3. ผลงานนั้นจะต้องดำรงอยู่ในชุมชน 4. ชุมชนที่เป็นเจ้าของมักไม่รู้หนังสือ มีการติดต่อกันแบบตัวต่อตัว 5. การผลิตมิได้ผลิตเป็นอาชีพ 6. เป็นเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองได้ 7. เป็นที่สังคมที่เคร่งในประเพณีและศาสนาและที่สำคัญศิลปะพื้นบ้านจะมีคุณประโยชน์ใช้สอยมากเมื่อเทียบกับศิลปะพื้นเมืองซึ่งเน้นความสวยงาม ผ้าไหมสันกำแพงเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่เกิดเนื่องมาจากบริบททางการค้าเป็นหลักผลิตขึ้นเพื่อการค้าไม่ได้ผลิตเพื่อใช้สอยในชุมชน ผลผลิตที่ได้ก็เพื่อจำหน่ายนอกชุมชน ดังนั้น “ไหมสันกำแพง” จึงคงความเป็นศิลปะพื้นบ้านน้อย จากการผลิตเพื่อการค้าของผ้าไหมสันกำแพงอยู่ได้ทั้งในลักษณะของ 1. การเปลี่ยนแปลงประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมสันกำแพง

ประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมได้ถูกปรับเพื่อตอบสนองเงื่อนไขทางการค้า เช่น ผ้าชิ้น ถูกนำไปทำชุดรองน้าชา เนคไท กระเป๋า ผ้าปูโต๊ะ ผ้าตัด ประโยชน์ใช้สอยดังกล่าวได้ปรับเปลี่ยนออกไปจากเดิม 2. การผลิตแบบมวล (mass production) การทอผ้าไหมสันกำแพงแม้ว่าจะยังทำด้วยมือแต่ก็เป็นการผลิตจำนวนมากในแต่ละครั้งและแบ่งงานการผลิตอย่างชัดเจนและ 3. ตลาดเป็นตัวกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์มากกว่าชาวบ้านชุมชนเป็นตัวกำหนด (market orientation)

เอกสารอ้างอิง

- ชลธิ์ ชูชาติ. 2537. “พ่อค้าวัวตาง: ผู้บุกเบิกการค้าขายในหมู่บ้านภาคเหนือ”. เศรษฐกิจนครเชียงใหม่ จากอดีตสู่อนาคต, เชียงใหม่.
- ทรงศักดิ์ ปรางค์พัฒนากุล และแพทรีเซีย แน่นหนา. 2533. ผ้าล้านนา: ยวน ลื้อ ลาว. อัมรินทร์พรินติ้ง, กรุงเทพฯ.
- ปิ่นรัตน์ แซ่ตั้ง. 2556. การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติผ่านกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ โดยการใช้สารช่วยย้อมจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(1): 9-22.
- ปลาย้อ ทงสวัสดิ์. 2536. เศรษฐกิจนครเชียงใหม่ ยุค 2339-2484. ใน: เศรษฐกิจนครเชียงใหม่จากอดีตสู่อนาคต, เชียงใหม่.
- วัลลภา ทองอ่อน. 2535. การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งอุตสาหกรรมเชิงพฤติกรรม: กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Chapman, K., and D. Walker. 1987. Industrial Location: Principles and Politics. Basil Blackwell, New York.
- Le May, R. 1930. Siam: Nature and Industry. The Ministry of Commerce and Communication, Bangkok.
- Smith, D.M. 1981. Industrial Location of Location Decision: An Economic Geography Analysis. Wiley, New York.