

พัฒนาการการผลิตและบทบาททางสังคมของ  
ผ้าไหมล้านกำแพง อำเภอล้านกำแพง  
จังหวัดเชียงใหม่

วัลลภ ทองอ่อน

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ  
กระทรวงศึกษาธิการ  
ประจำปีงบประมาณ 2537

## กิติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้สำเร็จลง โดยความช่วยเหลือของบุคคลหลายฝ่าย ขอขอบคุณคุณสุดแดน วิสุทธีลักษณ์ คุณพัชรีบุญย์ เจริญผิว และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เส้นห์ ญาณสาร ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาและขอขอบคุณชาวบ้านในหมู่บ้านต่าง ๆ ของอำเภอสันกำแพง ผู้ประกอบการทุกคนที่ช่วยกรุณาอำนวยความสะดวกหลังตอบคำถามที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

คุณค้ำอันปรารถนาที่สุดของงานชิ้นนี้ อยากรให้อยู่ที่สามารถเป็นจุดริเริ่มในจุดใหม่ ๆ ของปัญหา ที่นำไปสู่กระบวนการการค้นหาอันเป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดของการเรียนรู้

กุศลผลบุญอันพึงเกิดแก่งานชิ้นนี้ ขอให้ เป็นจุดเชื่อมถึงความเคารพรักไปยัง พ่อ ยาย และป้า ผู้ที่เดินทางล่วงไปก่อน ตั้งจะ เน้นคำสอน ไศลกบทหนึ่งที่ว่า

**"ชีวิตถูกสวมใส่**

**คล้ายตั้งผ้ากาสาเย็บหนึ่ง**

**ปลดเปลื้องมันออกอีกครา**

**หนทางที่แท้ทอดยาวอยู่ในหัวใจเท่านั้น**

**กายสังขารทั้งหลาย คือ ทุกข์"**

...

วัลลก ทองอ่อน



Title : Production Development and Social Function of Sankamphang Silk  
Sankamphang District , Chiang-Mai Province

Author : Mr. Wallop Thong-on

### **Abstract**

The objectives of this research are 1) to study and analyze the locational change of Production Unit 2) to study about development and process of its production changing 3) to study the factors that influence production changing 4) to study the social function and function changing 5) to analyze social network that effect the production process

It is found that Sankamphang Silk is originated by the group of merchants who traveled among the communities and introduced the use of silk instead of cutton to the skilled villagers. Villagers received wages for their skill, while the merchants were the providers of material , weaving pattern, color scheme, as well as marketing management.

The production increased significantly after Chiang-Mai had been developed to be a tourism destination. Sankampang Silk was accepted as the spatial symbol souvenir. This made Sankamphang becoming a well known tourism site and induced many handicraft industries to flow into the area. Eventually, Sankamphang has been promoted, by government and private agencies, to be the handicraft route of Chiang-Mai. The silk production works have been moved closer to the Sankamphang main road.

The most important social function of Sankamphang Silk is 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 female.

Tourism activities greatly influence the changing of types of products and production techniques. While the social network of the investor has significant influence on the design process, style, color scheme, and more important, on the production and production cessation of Sankamphang Silk.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
สารบัญตาราง	ค
สารบัญภาพประกอบ	ง
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 แนวคิดและวรรณกรรมปริทัศน์	2
1.4 นิยามศัพท์	9
1.5 ขอบเขตของการศึกษา	10
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	10
<b>บทที่ 2 พื้นที่ศึกษา</b>	<b>12</b>
2.1 สภาพทั่วไปของอำเภอสันกำแพง	13
2.2 สภาพทางสังคม	16
2.3 สภาพทางเศรษฐกิจ	19
2.4 การเมืองการปกครอง	22
2.5 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาของอำเภอสันกำแพง	24
2.6 รายชื่ออดีตผู้ดำรงตำแหน่งนายอำเภอสันกำแพงถึงปัจจุบัน	25
<b>บทที่ 3 กระบวนการผลิตและแหล่งผลิต</b>	<b>29</b>
3.1 กระบวนการผลิตไหมสันกำแพง	29
3.2 แหล่งผลิตผ้าไหมสันกำแพง	33
3.3 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งแหล่งผลิตผ้าไหมสันกำแพง	35

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>การเปลี่ยนแปลงการผลิตบทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง</b>	36
4.1 ประวัติของการผลิตไหมสันกำแพง	36
4.2 ลักษณะและความเปลี่ยนแปลงของผ้าไหมสันกำแพงจากยุคแรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน	39
4.3 โครงข่ายทางสังคมในการผลิตผ้าไหมสันกำแพง	46
4.4 กลยุทธ์ทางการตลาดของผ้าไหมสันกำแพง	47
4.5 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของไหมสันกำแพงให้เป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่	58
4.6 บทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง	62
4.7 สภาพปัจจัยของการผลิตไหมสันกำแพง	67
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผลและอภิปรายผล</b>	73
5.1 การผลิตผ้าไหมสันกำแพงเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาตลาด	73
5.2 ผ้าไหมสันกำแพงคืองานหัตถกรรมที่ถูกพัฒนาให้ขึ้นเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่	74
5.3 โครงข่ายทางสังคมมีอิทธิพลต่อการผลิต การดำรงอยู่ และการเปลี่ยนแปลงการผลิต	75
5.4 บทบาทสำคัญของผ้าไหมสันกำแพงอยู่ในฐานะเครื่องแสดงฐานะทางสังคมและทางเศรษฐกิจของผู้สวมใส่	76
5.5 ผ้าไหมสันกำแพงคงความเป็น "ศิลปพื้นบ้าน" น้อย	77
<b>บรรณานุกรม</b>	79
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	81

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	แผนที่แสดง เขตปกครองอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	28
3.1	กีทอผ้าไหม	31
3.2	แผนผังแสดงแหล่งผลิต	34
4.1	ผ้าชิ้นไหมสันกำแพง "ชิ้นลายก่าน" หรือ "ชิ้นลายเคียน" เกิดจากการวางไหมสลับนเส้นยืน เฉพาะเชิง	40
4.2	ผ้าชิ้นไหมสันกำแพง "ชิ้นลายก่าน" หรือ "ชิ้นลายเคียน" ทั้งผืน	41
4.3	การทอยกดอกรูปช้างในผ้าคลุมผมที่นำเทคนิคการทอเข้ามาเสริมในช่วงหลังเทคนิคดังกล่าวได้มาจากจังหวัดลำพูน	43
4.4	ผ้าคลุมผม ปรากฏการทอยกดอก "รูปช้าง"	44
4.5	ผ้าคลุมผม สินค้าที่พัฒนาขึ้นในช่วงหลัง ปรากฏการสอดด้นทองในการทอ	45
4.6	"สาวงามสันกำแพง" เป็นสัญลักษณ์ควบคู่ไปกับการทอผ้าไหมสันกำแพง	54

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงจำนวนพื้นที่ตำบล ประชากร คริวเรือน	27
4.1	ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบ ตลาด กับช่วงเวลาในการผลิตไหมเส้นกำแพง	66

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ไม่มีชนกลุ่มใดในโลกที่ต้องเผชิญกับความยากแค้นในการดำรงชีวิต โดยใช้เวลาและพลังงานทั้งหมดเพื่อหาอาหาร สร้างที่อยู่อาศัย และแสวงหาปัจจัยอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดจนไม่มีเวลาผลิตงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจหรือความงามเลย (ปรานี วงษ์เทศ, 2525) การทอผ้าเป็นทั้งหัตถกรรมและศิลปะที่เกิดขึ้นจากวิธีการอย่างง่าย ๆ และผ่านขั้นตอนของการพัฒนามาเป็นเวลานานทั้งด้านการเลือกสรรวัสดุและการพัฒนากระบวนการผลิต ในกระบวนการพัฒนาเหล่านี้ อาศัยการค้นคว้าศึกษาและทดลองสืบทอดกันมาตลอดชั่วชีวิตของคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งจนเกิดเป็นผลงานที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชนเป็นพัฒนาการที่ยาวไกล (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2530) ทำให้เกิดศิลปะที่มีรูปแบบเฉพาะชุมชนที่มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของการทำมาหากิน การตั้งถิ่นฐาน ตลอดจนผ่านพิธีศิลปะที่มีลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะดังกล่าวจัดได้เป็น "ศิลปะพื้นบ้าน" ดังเช่นผ้าชิ้นตีนจกของบ้านหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย (ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม, 2535)

ในล้านนาผ้าทอจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมจากอดีตเป็นผลงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านอันเปี่ยมด้วยคุณค่าทั้งด้านรูปแบบทั้งงดงาม วิธีการทอที่ละเอียดประณีต ซับซ้อน และทั้งคุณค่าทางวิชาการ ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นมา ความสัมพันธ์ และวิถีชีวิตของกลุ่มชนผู้ผลิต (ทรงศักดิ์ ปรารงค์วัฒนากุล และ แพทรีเซีย แน่นหนา, 2523) แหล่งผลิตผ้าทอในล้านนาจะอยู่ในลักษณะของหมู่บ้านที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยจะผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในชุมชนและแลกเปลี่ยนระหว่างท้องถิ่นใกล้เคียง (Le May, 1930)

ผ้าไหม เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านอย่างหนึ่งของไทย ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะต่างจากผ้าไหมแหล่งอื่น ๆ อันเนื่องมาจากกรรมวิธีการผลิตอันเป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันการทอผ้าไหมยังมีอยู่เกือบทุกภาค สำหรับในภาคเหนือแหล่งทอที่มีชื่อเสียงคือ การทอผ้าไหมในพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

แหล่งผลิตผ้าไหมล้านกำแพงเป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงและสำคัญยิ่งมาตั้งแต่อดีต มีกระบวนการการผลิตที่แตกต่างไปจากแหล่งอื่น ในปัจจุบันการผลิตได้เปลี่ยนจากการผลิตแบบหัตถกรรมพื้นบ้านเข้าสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรมหัตถกรรม กระบวนการการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมดังกล่าวส่งผลต่อกระบวนการผลิต เช่น วัตถุประสงค์ การย้อม การทอ ลวดลาย สีส้น เป็นต้น จากการเปลี่ยนแปลงการผลิตดังกล่าวส่งผลให้บทบาทของผ้าไหมที่มีต่อสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปด้วย ลักษณะปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งการเปลี่ยนแปลงการผลิตและบทบาททางสังคมของผ้าไหมล้านกำแพง จัดเป็นแหล่งเฉพาะ สมควรแก่การศึกษา

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งหน่วยผลิตผ้าไหมล้านกำแพง อำเภอ ล้านกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาถึงพัฒนาการและกระบวนการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากการผลิตในระบบ หัตถกรรมพื้นบ้าน สู่ระบบอุตสาหกรรมหัตถกรรม
3. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิตผ้าไหมล้านกำแพง
4. ศึกษาถึงบทบาททางสังคมและความเปลี่ยนแปลงทางบทบาทของผ้าไหมล้านกำแพง ต่อชุมชนในสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป
5. ศึกษาและวิเคราะห์โครงข่ายทางสังคม (Social Network) ที่ส่งผลต่อการผลิตผ้าไหมล้านกำแพง

## 1.3 แนวคิดและวรรณกรรมปริทัศน์

เพื่อให้องค์ความรู้ครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาจึงได้แบ่งการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ด้าน คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงงานหัตถกรรมพื้นบ้านและบทบาททางสังคมของผ้าและความมีชื่อเสียงของเมืองที่มีอิทธิพลต่อการผลิต

## 1. กระบวนการเปลี่ยนแปลงงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

1.1 กระบวนการเปลี่ยนแปลงงานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นงานหัตถกรรมพื้นเมือง ศรีศักดิ์ วัลลิโกดม (2525) ได้แบ่งศิลปท้องถิ่น (folk art) ออกเป็นศิลปสองระดับ คือ ระดับ "พื้นบ้าน" และระดับ "พื้นเมือง" โดยได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "ศิลปพื้นบ้าน" หมายถึงศิลปกรรมที่มีรูปแบบเฉพาะของชุมชนหมู่บ้าน (village) ที่อาจจะเป็นชุมชนเดียวหรือหลาย ๆ ชุมชนที่มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องความเป็นมาของเผ่าพันธุ์ การทำมาหากินและการแยกอยู่อย่างโดด ๆ ห่างไกลจากการติดต่อกับชุมชนเมือง ตัวอย่างทางด้านศิลปพื้นบ้าน เช่น ผ้าขึ้นตีนจกของชาวบ้านลาวพวน ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผ้าขึ้นตีนจกของชาวบ้านที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ส่วน "ศิลปพื้นเมือง" หมายถึง ศิลปที่มีรูปแบบแพร่หลายอย่างกว้าง ๆ จนเป็นลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของหลาย ๆ ท้องถิ่น อาจจะพบทั้งในหมู่บ้านและในเมือง เช่น ผ้ามัดหมี่ ซึ่งพบได้แพร่หลายทั่วไปเกือบตลอดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลักษณะของศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยสรุปจะต้องมีลักษณะดังนี้ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2535)

1. มีการถ่ายทอดด้วยปากเปล่า
2. กำเนิดหรือที่มาของความคิดเป็นพื้นบ้าน คือ มีลักษณะเป็นตามประเพณี (Conservative) และมีได้เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม
3. ผลงานนั้น ๆ ต้องดำรงอยู่ในชุมชน มีความเกี่ยวข้องกับชุมชน มีบทบาทหน้าที่และเป็นเครื่องแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น
4. ชุมชนที่เป็นเจ้าของมักไม่รู้หนังสือ สมาชิกส่วนใหญ่ มีการเกี่ยวข้องติดต่อกันแบบตัวต่อตัวไม่ต้องอาศัยสื่อกลางใด ๆ
5. ศิลปินหรือปัจเจกชนที่ผลิตหรือสร้างงานพื้นบ้านมิได้ผลิตเป็นอาชีพแต่จะทำหลังจากว่างงานในอาชีพหลักอันได้แก่การทำนา ทำไร่
6. สังคมแบบพื้นบ้านมิได้อยู่โดดเดี่ยวแยกออกจากสังคมอื่น แต่มีความสัมพันธ์ทางสังคมกับสังคมใหญ่ที่มีอารยธรรมและพัฒนามากกว่าด้วย
7. มีลักษณะเศรษฐกิจแบบ Self - Sufficiency คือ เศรษฐกิจที่เลี้ยงตัวเองได้
8. เป็นสังคมที่เคร่งประเพณีและศาสนา

นอกจากนี้ ปรานี วงษ์เทศ (2535) ยังได้สรุปถึงปัจจัย 3 ประการที่จะประกอบเป็น ศิลปพื้นบ้าน คือ 1) มีความต่อเนื่องเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันกับอดีต 2) มีความแตกต่างซึ่งเป็น ผลมาจากพลังสร้างสรรค์ของบุคคลหรือกลุ่ม 3) เป็นลักษณะที่เกิดจากการเลือกสรรของชุมชน ซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบ ที่สำคัญศิลปพื้นบ้านจะมีคุณประโยชน์ใช้สอย (Function) มากเมื่อ เทียบกับศิลปพื้นเมืองซึ่งจะเน้นความสวยงามเป็นลักษณะเด่นกว่า

ในปัจจุบันศิลปพื้นบ้านมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คือในด้านการสูญสลายตัวและ ในด้านการเปลี่ยนแปลงเป็นศิลปพื้นเมือง ทั้งนี้ ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม (2535) และ ปรานี วงษ์เทศ (2535) ได้ให้ความเห็นว่าเกิดจากการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันอย่างสะดวกระหว่างเมือง กับหมู่บ้าน ทำให้วัฒนธรรมของส่วนกลางหรือประเพณีหลวงหรือวัฒนธรรมสมัยใหม่เข้าไปแทนที่ เมื่อ ศิลปพื้นบ้านได้เปลี่ยนแปลงและถูกปรับตัวให้เป็นศิลปพื้นเมืองสิ่งที่สามารถเห็นได้อย่างเด่นชัดคือ

1) การเปลี่ยนแปลงประโยชน์ใช้สอย (function) ของงานศิลป ศิลปไม่ได้ทำหน้าที่ตอบสนอง ต่อชุมชนตามหน้าที่เดิมของงาน เช่นผ้าซิ่น ถูกนำไปเป็นผ้าปูโต๊ะ เครื่องจักสาน ลอบ ไซ ถูกนำไป ตกแต่งบ้าน เป็นต้น และ 2) การเปลี่ยนแปลงศิลปพื้นบ้านเป็นศิลปพื้นเมืองจะเป็นการเปลี่ยนแปลงควบคู่ไปกับการผลิตแบบมวล (Mass Production) แต่ยังคงเป็นการกระทำด้วยมืออยู่ 3) การเปลี่ยนแปลงจากศิลปหัตถกรรมกลายเป็นงานหัตถกรรม ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลต่อ เนื่องจากการผลิตแบบมวลทำให้ขาดความงาม ความสุนทรีย์ภาพลงไป งานที่ออกมาจึงมีลักษณะ เป็นเพียงสินค้า เช่น เครื่องจักสานในปัจจุบัน 4) ชุมชนไม่ได้เป็นผู้รังสรรค์งาน ตลาดจะเป็น ตัวกำหนดประเภท รูปแบบ สีสน ฯลฯ ของงานดังเช่นเครื่องแกะสลักไม้ของจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบจะเป็นไปตามการสั่งซื้อ (order) ซึ่งได้รับจากต่างประเทศ

1.2 กระบวนการเปลี่ยนแปลงงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็น งานหัตถกรรม อุตสาหกรรม งานศิลป งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในส่วนที่ไม่เกิดการสูญสลายในบางส่วนเกิดการ เปลี่ยนแปลงเป็นงานหัตถกรรมพื้นเมืองซึ่งเปลี่ยนแปลงควบคู่ไปกับการผลิตแบบมวลตามแนวคิดของ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2530) จะมองว่ากรรมวิธีการผลิตแบบพื้นบ้าน โดยอาศัยแรงงานและมีมือด้วย กรรมวิธีอย่างง่าย ๆ จะเป็นต้นกำเนิดให้เกิดการพัฒนาไปสู่ระบบอุตสาหกรรมและการผลิตแบบ

มวล เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงการผลิตดังกล่าวเกิดขึ้นสิ่งที่ได้สูญเสียไปในการเปลี่ยนแปลงก็คือ  
 1) ความเป็นศิลปะ ความเป็นประณีต 2) ความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะชุมชน เฉพาะชาติพันธุ์ 3)  
 หน้าที่และประโยชน์ใช้สอย (ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม, 2535; ปราณี วงษ์เทศ, 2535)

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2534) ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงของหัตถกรรมพื้นบ้านตาม  
 แนวคิดของ Ivan Vitanyi และ Maria Sagi ว่าการเปลี่ยนแปลงจะมีพัฒนาการ 3 กระแส  
 หลักคือ 1) วัฒนธรรมพื้นบ้านมีแนวโน้มที่ถูกผนวกให้เข้ากับวัฒนธรรมแห่งชาติที่มีรูปแบบคล้ายคลึง  
 กันทั่วประเทศ 2) วัฒนธรรมพื้นบ้านจะดำรงอยู่ต่อไปด้วยการเป็นเครื่องพักผ่อนหย่อนใจ เปลี่ยน  
 บทบาทหน้าที่ต่อสังคมใหม่ 3) วัฒนธรรมพื้นบ้านจะกลายเป็นวัฒนธรรมกรรมกร กล่าวคือจะถูกฟื้นฟู  
 ในรูปของศิลปมวลชน หรือมีเนื้อหาสาระไปในทางการเมือง อย่างไรก็ตาม สุดแดน วิสุทธิลักษณ์  
 (2534) ได้สรุปแนวคิดของ Graburn (1976) ที่ต่อเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงว่าแม้ว่างานหัตถ-  
 กรรมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตามถึงจะเปลี่ยนไปสู่ผู้ใช้ชนนอกกลุ่ม หรือเพื่อการท่องเที่ยว งาน  
 หัตถกรรมที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะพยายามดำรงภาพพจน์ หรือสัญลักษณ์บางอย่างของชาติพันธุ์  
 ไว้ (Ethnic image) กระบวนการเปลี่ยนแปลงงานศิลปหัตถกรรมจะทำให้เกิดรูปลักษณ์ของ  
 งานศิลปหัตถกรรม 2 ด้าน คือ

1. ศิลปเพื่อการใช้งานมิใช่เพื่อการค้า งานศิลปจะถูกสร้างขึ้นภายในชุมชน  
 และใช้ในชุมชน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะมีในด้านการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต  
 และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

2. ศิลปเพื่อการค้าและการท่องเที่ยว งานศิลปจะถูกเปลี่ยนแปลงโดยรสนิยม  
 ของผู้บริโภคและความพยายามของผู้ผลิต ทำให้งานศิลปหัตถกรรมกลายเป็น "พื้นบ้านเทียม"  
 (Pseudo-traditional arts) ที่มีแต่ความงามตามความนิยมของตลาด แต่ขาดความเข้าใจ  
 ทางด้านความหมายทางสัญลักษณ์เดิม ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในด้าน 1) ขนาดและรูปร่าง  
 (Form) 2) การผลิตที่ง่ายขึ้น (Simplification) 3) ลักษณะเป็นตกแต่ง (Decoration)  
 มากขึ้น และ 4) มีการแบ่งงานกันทำ (Diversion) (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2534)

## 2. บทบาททางสังคมของผ้า

นอกเหนือจากประโยชน์ทางด้านเครื่องนุ่งห่ม ผ้ายังมีบทบาทหน้าที่ทางสังคม ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงความหมายทางวัฒนธรรม (Cultural Significance) โดยสามารถจำแนกถึงบทบาททางสังคมของผ้าได้ดังนี้

2.1 ผ้าในฐานะของเครื่องผ่านสภาวะ (Rites of Passage) ผ้ามีบทบาทต่อผู้ผลิตโดยมีความหมายสื่อถึงการผ่านสภาวะไปสู่สภาวะ ดังเช่นการทอผ้าของผู้หญิงในภาคอีสาน "การทอผ้าเป็น" จะเป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้หญิงอีสานผ่านกระบวนการอบรม ขัดเกลาทางสังคมและเป็นเสมือนพิธีกรรมที่ผ่านสภาวะสู่ความเป็นผู้หญิง โดยเริ่มแรกวัยเด็กผู้หญิงอีสานจะเรียนรู้การทอผ้าควบคู่ไปกับงานบ้าน เมื่อเป็นสาวต้องสามารถทอผ้าให้เป็นอย่างน้อย 3 อย่าง คือ เลื่อดำ ต้ำแพ้ว ชิ้นไหม (เลื่อผ้า ผ้าย้อมคราม ผ้าขาวม้า และผ้าถุงไหม) จึงจะสามารถแต่งงานได้ ผ้าจึงแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผู้หญิงกับคู่ครอง และเป็นการประกาศความพร้อมในการแต่งงาน นอกจากนี้การผลิตผ้าเพื่อเป็นของกำนัลให้กับพ่อและสามี ลูกหรือเครือญาติ เป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงเป็นผู้ธำรงรักษาระบบครอบครัวและสังคมในชุมชน (สุริยา สมุทคุปต์, 2532; H.Leedom Lefferts, 1990 อ้างใน สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2534)

ในสังคมล้านนาไทยผู้หญิงล้านนาในอดีตจะสวมใส่เสื้อผ้าที่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันในงานพิธี เช่น ผ้าชิ้นตีนจก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสภาวะของผู้สวมใส่ แสดงความสามารถในการทอผ้าของผู้ใส่ เป็นการแสดงสภาวะของครอบครัวที่มีความพร้อม ความสมบูรณ์มากกว่า ดังนั้นผู้หญิงล้านนาจึงหัดทอผ้าตั้งแต่วัยเด็กเพราะถือเป็นคุณสมบัติของสตรีและเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้ครอบครัวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2530)

2.2 ผ้าในฐานะเป็นสัญลักษณ์แห่งการสื่อสารทางวัฒนธรรม จากการศึกษาถึงกระบวนการทอผ้าที่แตกต่างกันในเรื่องของชาติพันธุ์ ความเชื่อแตกต่างในด้านภูมิประเทศ ระยะทางเกิดการแยกกันอยู่อย่างโดด ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้ามีความต่างกัน จากความต่างดังกล่าวทำให้สามารถสื่อสารถึงนัยสำคัญของความต่างนั้น ได้ดังเช่น เลื่อผ้าของชาวเขาจะเต็มไปด้วยสีสัน โดยเฉพาอย่างยิ่งผ้าในเครื่องแต่งกายของผู้หญิง ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความเชื่อในแต่ละเผ่า จึง

ทำให้มีความหมายในด้านการสื่อ การจำแนกแยกแยะเผ่าพันธุ์ (The national Museum of Ethnology, 1992) ส่วนในการทอผ้า โดยเฉพาะผ้าชิ้นที่เป็นแบบดั้งเดิมของชนเผ่าไทก์จะมีลักษณะลวดลายและวิธีการทอที่มีความเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของแต่ละแห่งซึ่งจะแสดงการสื่อสารถึงภูมิปัญญา และสถานภาพของผู้ทอหรือผู้ใช้ที่สะท้อนถึงชาติพันธุ์ของตนเอง (ทวีศักดิ์ ปรากฏ์วัฒนากุล และแพทริเซีย แน่นหนา, 2533)

2.3 ผ้าในฐานะส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรมและศาสนา ผ้าจะมีความเกี่ยวข้องกับด้านของวัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรม และศาสนา กระบวนการผลิตผ้าแต่โบราณเป็นกระบวนการที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีอยู่รอบตัวเพื่อใช้ประโยชน์ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจที่สั่งสมกันมาของบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคนในการใช้สิ่งแวดล้อม ลักษณะของการรู้จักใช้วัสดุจากสิ่งแวดล้อมดังกล่าวเป็นการเน้น โดยเฉพาะต่อกระบวนการที่ซับซ้อนและมีขั้นตอนในการนำผลิตผลจากพืชมา ใช้บริโภคและทำประโยชน์ (Pelzer, 1945 อ้างใน ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม และสุจินต์ วงษ์เทศ, 2525)

ในประเทศอินโดนีเซียผ้าที่ตกแต่งเป็นลวดลายใช้แขวนทำธง เสื้อผ้าและใช้เป็นของขวัญแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งนักชาติพันธุ์วรรณชาวต่างชาติได้วิเคราะห์ว่ามีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ผ้าที่ใช้แขวนรอบ ๆ บริเวณงานพิธีกรรมเป็นเครื่องป้องกันผีร้าย ผ้าที่ประดับบนธงปลายเสามีความสำคัญเสมือนส่วนผสมขององค์ประกอบของตัวแทนผู้ชายและผู้หญิงในชุมชน และผ้ายังเป็นเครื่องแสดงถึงตำแหน่งและบทบาททางสังคม นอกจากนี้ในอินโดนีเซียผ้าจะหมายถึงสินค้าที่เป็นของเพศหญิงที่จะถูกนำไปแลกเปลี่ยนกับอาวุธ หรืองานโลหะอื่น ๆ ซึ่งมีคุณค่าในแง่ที่เป็นเพศชาย การแลกเปลี่ยนจะทำหน้าที่เสมือนเป็นรูปแบบของสัญญาหรือข้อผูกพันที่พ้องมีต่อกันระหว่างกลุ่ม ส่วนชาวเขาในพิธีกรรมจะใช้ด้ายหรือผ้าเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างโลกของมนุษย์และโลกของภูตผี (ปรานี วงษ์เทศ, 2525) สอดคล้องกับ Lyman (1968) (อ้างในปรานี วงษ์เทศ, 2535) ได้ศึกษาชาวเขาในภาคเหนือของไทยพบว่าชาวเขาใช้ด้ายหรือผ้าเป็นสะพานเชื่อมระหว่างโลกของมนุษย์และโลกของภูตผี เวลาจะเข้าทรงจะใช้ผ้าพันศีรษะพาดไปที่ประตูเป็นช่องทางให้ผีเข้ามา

ในล้านนาผ้าและวัสดุที่ใช้ทอผ้า (ด้าย) ก็มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความเชื่อและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านอันได้แก่การทำ "ตุง" ในประเพณีทานตุง หรือทำ "ตุงโจย"

เพื่อแขวนเป็นพุทธบูชา ตามหน้าวัด หรือหน้าสิ่งปลูกสร้างที่ทำการฉลองในงานปอยหลวง การทอดยั้งยาวถือได้ว่ายิ่งได้อานิสงส์มาก แม้แต่ในพิธีศพก็ใช้ผ้าดิบสีขาวมาทำตุงสามหาง เป็นคติชาวบ้านที่เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนต้องตาย การถือธงขาวนำหน้าศพเป็นการยอมแพ้ ส่วนชายสามแฉกอาจหมายถึงพระรัตนตรัย (สงวน โชติสุขรัตน์, 2512 อ้างในวิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2533)

ส่วนตุงที่ทำเพื่อทำบุญอุทิศให้กับผู้ล่วงลับหรือถวายเพื่อเป็นปัจจัยส่งกุศลให้แก่ตน ในชาติหน้าจะมีไม้คั่นเป็นปล้อง ๆ คล้ายกับชั้นบันได ซึ่งถือว่าเป็นทางไต่ขึ้นไปสู่สวรรค์ โดยจะมีไม้คั่น 16 อัน อันหมายถึง สวรรค์ 16 ชั้น ตามความเชื่อในคัมภีร์พุทธศาสนาเรื่องไตรภูมิ (ทรงศักดิ์ ปรารงค์วัฒนากุล และแพทริเซีย แน่นหนา, 2533)

2.4 ผ้าในฐานะเป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและบทบาทหน้าที่ของผู้สวมใส่ในสังคม ผ้าเป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและบทบาทหน้าที่ทางสังคมของผู้สวมใส่ ผ้าจึงเป็นวัสดุหลักที่เข้ามามีบทบาทในการแต่งกายและเป็นเครื่องบอกฐานะทางสังคมของผู้แต่ง เป็นเครื่องแบ่งชั้นวรรณะของผู้คน แม้ในปัจจุบัน (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2530)

3. ความมีชื่อเสียงของเมืองที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมอุตสาหกรรม การศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมเชิงประวัติ ทำให้ทราบว่าหน่วยธุรกิจอุตสาหกรรมที่ประสบผลสำเร็จใหญ่โตในปัจจุบันได้เริ่มมาจากหน่วยธุรกิจเล็ก ๆ มาก่อนทั้งสิ้น (Chapman and Walker, 1978) โดยจะมีการผลิตเพื่อตอบสนองตลาดท้องถิ่น กิจกรรมในด้านการผลิตและผลิตผลการผลิตจะผลิตเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องมือการเกษตร เสื้อผ้า เป็นต้น (Smith, 1981)

หน่วยผลิตสินค้าในระยะแรกเริ่มจะอยู่ในแหล่งที่ผู้ประกอบการอาศัยอยู่ ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นกลางลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในด้านการลงทุน และแหล่งดังกล่าวยังเป็นแหล่งสินเชื่อ (Credit) แหล่งทุน แหล่งสารสนเทศของผู้ประกอบการ (Webber, 1967) ต่อมาเมื่อหน่วยผลิตขยายตัวเป็นระบบอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรม มักจะถูกสนับสนุนให้เคลื่อนย้ายออกไปสู่บริเวณที่รัฐจัดในรูปนิคมอุตสาหกรรมที่เตรียมความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคไว้ให้ หรือแหล่งอื่นนอกชุมชนที่พักอาศัย แต่การผลิตในบางครั้งไม่ได้เคลื่อนย้ายไปแหล่งที่มีความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคดังกล่าว ยังถูกแรงเฉื่อยทางอุตสาหกรรม (Industrial inertia)

ดึงดูดให้โรงงานอยู่ในพื้นที่เดิมทั้งนี้เนื่องจาก 1) ทุณในการผลิตบางประเภทไม่มีความคล่องตัวในการเคลื่อนย้าย เช่น เครื่องจักรกล 2) ทุณในการผลิตบางประเภทไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์ เช่น ที่ดิน โรงงาน (Smith, 1981; McNee, 1974)

นอกจากนี้ปัจจัยในด้านความมีชื่อเสียงเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองจะเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับเชิงเศรษฐกิจแต่จะมีอำนาจดึงดูดให้หน่วยธุรกิจที่ผลิตสินค้าแบบดั้งเดิมของเมืองผูกพันกับพื้นที่บางพื้นที่ที่มีชื่อเสียง จากการศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก ในจังหวัดเชียงใหม่ของ วัลลก ทองอ่อน (2535) พบว่าโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกส่วนมาก จะตั้งอยู่ในเขตอำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากความมีชื่อเสียงของอำเภอสันกำแพงทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงในอดีตเป็นแหล่งพบเตาเผาจำนวนมาก เช่น เตาวัดเชียงแสน เตาวัดป่าตึง เตาวัดตันโจ๊ก เตาวัดจำปาบอน จัดเป็นแหล่งผลิตที่มีลักษณะเด่นเฉพาะพื้นที่สูงเป็นที่รู้จักในชื่อ "เครื่องถ้วยสันกำแพง" ซึ่งจะสามารถเห็นได้อย่างเด่นชัดในด้านกลยุทธ์การตลาดกล่าวคือ แหล่งผลิตจะจัดโรงงานให้มีลักษณะที่แสดงการผลิตให้ผู้ซื้อทุกโรงงาน เพื่อเป็นการยืนยันถึงแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียง (วัลลก ทองอ่อน, 2535)

#### 1.4 นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นการจำกัดขอบเขตของความหมาย คำศัพท์จึงได้ให้นิยามศัพท์ไว้ดังต่อไปนี้

1. ผ้าไหมสันกำแพง หมายถึง ผ้าไหมที่ถูกผลิตขึ้นในเขตการปกครองอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. บทบาทหน้าที่ (function) ของผ้าไหม หมายถึง การศึกษาบทบาทหน้าที่ของผ้าไหมสันกำแพงที่รับใช้หรือสนองต่อผู้ใช้หรือชุมชนในด้าน 1) เครื่องผ่านสภาวะ 2) การสื่อสารทางวัฒนธรรม 3) เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรม และศาสนา 4) เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

### 1.5 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาผ้าไหมล้านกำแพงครั้งนี้มีขอบเขตในการศึกษาด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มประชากร ศึกษาโดยมุ่งได้รับข้อมูลจากประชากร 3 กลุ่ม อันประกอบด้วย
  - 1) ชาวบ้านผู้ผลิตผ้าไหม ทั้งที่ยังดำเนินการผลิตในปัจจุบันและเคยผลิตในอดีต ซึ่งปัจจุบันได้เลิกการทอผ้าแล้ว เพื่อมุ่งได้รับข้อมูลด้านกระบวนการผลิต และพัฒนาการผลิต
  - 2) เจ้าของโรงงานและร้านค้าผ้าไหมล้านกำแพงในอำเภอล้านกำแพง เชียงใหม่ เพื่อมุ่งได้รับข้อมูลด้านพัฒนาการผลิต
  - 3) ประชาชนทั่วไปที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เพื่อมุ่งได้รับข้อมูลในด้านบทบาททางสังคมของผ้าไหมล้านกำแพง
2. พื้นที่ศึกษา พื้นที่ศึกษาใช้เขตการปกครองอำเภอล้านกำแพง จังหวัดเชียงใหม่เป็นหลักในการวิเคราะห์

### 1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ข้อมูลที่มุ่งได้รับมี 2 ประเภท คือ

1.1 ข้อมูลเบื้องต้น เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมโดยตรงจากแหล่งข้อมูลโดยวิธีการดังต่อไปนี้

- 1) การสำรวจพื้นที่ศึกษา มุ่งศึกษาด้านการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง
- 2) การสัมภาษณ์ มุ่งศึกษากลุ่มประชากรทุกกลุ่ม โดยใช้แบบนําสัมภาษณ์
- 3) การสังเกต มุ่งศึกษาลักษณะต่าง ๆ ของหน่วยผลิต

1.2 ข้อมูลขั้นที่สอง เป็นลักษณะข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่มีการศึกษา ค้นคว้า ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งได้รับข้อมูลจากสำนักหอสมุดและห้องสมุด คณะสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่เป็นหลัก

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลมุ่งเก็บข้อมูลทั้งจากการตรวจเอกสาร และการสัมภาษณ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1) การวิเคราะห์กลุ่มประชากรชาวบ้านผู้ผลิตผ้าไหมทั้งที่ดำเนินการผลิตและเลิกดำเนินการผลิตเพื่อศึกษาด้านกระบวนการผลิตและพัฒนาการผลิต 2) การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งหน่วยผลิต ศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของหน่วยผลิต 3) การวิเคราะห์บทบาททางสังคมของผ้าไหม วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยเปรียบเทียบกับแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม

4. การนำเสนอข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การตรวจเอกสาร การวิเคราะห์ข้อมูล นำมาเสนอโดยการบรรยายโดยมีรูปภาพ แผนที่ แผนภูมิประกอบ

## บทที่ 2 พื้นที่ศึกษา

ตามหลักฐานศิลาจารึกที่ค้นพบ ณ วัดเชียงแสน ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง ทำให้สันนิษฐานว่าชาวอำเภอสันกำแพง อพยพมาจาก พันทนุกูเลา แขวงเมืองเชียงแสน (ปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงราย) มาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมบ้านแม่ออน

ในศิลาจารึกพบข้อความว่า "เมื่อพระเจ้าศิริลัทธมมังกร มหาจักรพรรดิราชาธิราช" เป็นหมื่นดาบเรือน ในปีวอก สัมพุทธศก (เบสิกสัน) จุลศักราช 850 เดือน 6 ขึ้น 8 ค่ำ วันพุธ หมื่นดาบเรือน ได้มีจิตศรัทธาชักชวนบรรดาทนายกและทายิกาทั้งหลายมาประชุมกันเพื่อสร้างวิหาร พระเจดีย์ และหอไตรปิฎก เมื่อสร้างเสร็จได้ขนานนามวัดที่สร้างขึ้นว่า "สาสิกัญญาหันทาราม" ซึ่งวัดนี้คือ วัดเชียงแสน ในปัจจุบัน

นอกจากนั้นชาวบ้านในหลายท้องที่ของอำเภอ เป็นไทยยองและไทยลื้อ มีสำเนียงพูดคล้ายชาวบ้านในอำเภอเชียงแสน จึงเป็นข้อสันนิษฐานว่า ชาวอำเภอสันกำแพงอพยพมาจาก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ต่อมาเมื่อชุมชนเจริญขึ้นได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอ ซึ่งในสมัยนั้น เรียกว่า "แขวงแม่ออน" อยู่ในปกครองของนครเชียงใหม่ จนกระทั่งถึง พ.ศ. 2445 รัชสมัยของพระเจ้าอินทรวโรรส ได้เกิดกบฏเงี้ยวที่อำเภอแพร่ ที่แขวงแม่ออน มีชาวเงี้ยว 11 คน มีอาวุธครบมือบุกปล้นโรงกลั่นสุราที่บ้านป่าไผ่ ตำบลแช่ข้างแล้วเผาที่ทำการแม่ออน เสียหายหลายหลัง ดังนั้นในปี พ.ศ. 2448 ทางการจึงได้ย้ายที่ทำการแขวงแม่ออนมาปลูกสร้างที่บ้านสันกำแพง นับตั้งแต่นั้นมาจึงได้ชื่อว่า "อำเภอสันกำแพง" มาจนทุกวันนี้

ในปี พ.ศ. 2537 กระทรวงมหาดไทย ได้แบ่งพื้นที่บางส่วนของอำเภอสันกำแพง รวม 6 ตำบล ยกฐานะเป็นกิ่งอำเภอ เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2537 ณ โรงเรียนบ้านออนหลวง หมู่ที่ 6 ตำบลออนเหนือ

## 2.1 สภาพทั่วไปของอำเภอสันกำแพง

### สภาพทางภูมิศาสตร์

**ที่ตั้ง** อำเภอสันกำแพง อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ ไปทางทิศตะวันออก ตามเส้นทางหลวงหมายเลข 1006 (เชียงใหม่-สันกำแพง) ประมาณ 13 กิโลเมตร

**พื้นที่** มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 217.5132 ตารางกิโลเมตร

### อาณาเขต

**ทิศเหนือ** ติดต่อกับอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ลำห้วย สันเขาและคันทาเป็นแนวแบ่งเขต

**ทิศตะวันออก** ติดต่อกับตำบลบ้านสหกรณ์ ตำบลลอนกลาง ตำบลทาเหนือ กิ่งอำเภอแม่ออน โดยใช้สันเขาเป็นแนวแบ่งเขต

**ทิศใต้** ติดต่อกับอำเภอแม่ทา อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่ออน

**ทิศตะวันตก** ติดต่อกับอำเภอเมืองและอำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ลำน้ำกวงเป็นแนวแบ่งเขต

### ภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอสันกำแพง เป็นที่ราบและพื้นที่ภูเขาทั้งสองลักษณะ พื้นที่ทำการเกษตรมีโดยทั่วไปของอำเภอ และป่าไม้ในส่วนของพื้นที่ภูเขา การตั้งบ้านเรือนเกาะกลุ่มกันตามแนวถนนภายในตำบล

**พื้นที่ราบ** ส่วนใหญ่อยู่ทางตอนกลางของอำเภอ รวมทั้งเขตสุขาภิบาลสันกำแพง และสุขาภิบาลต้นเปาอยู่ในระดับความสูงประมาณ 300 เมตร ลาดเอียงไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ โดยบริเวณลุ่มน้ำแม่ออน ประกอบไปด้วย ตำบลลอนใต้ ตำบลร้องวัวแดง ตำบลแช่ช้าง ตำบลสันกำแพง และ

ตำบลววกค้ำง และบริเวณลุ่มน้ำแม่กวง ลำน้ำแม่ปู้คา ประกอบด้วย ตำบลสันกลาง ตำบลแม่ปู้คา และตำบลห้วยทราย

พื้นที่ภูเขา อยู่บริเวณทางทิศตะวันออกของอำเภอ ประกอบไปด้วยทิวเขาเรียงขนานกันตามแนวทิศเหนือ-ใต้ ระหว่างทิวเขา เป็นพื้นที่ราบเชิงเขา และที่ราบลุ่ม ทิวเขาส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองระดับอำเภอ และตำบล

### ภูมิอากาศ

อำเภอสันกำแพงมีลักษณะอากาศแบบมรสุมเขตร้อน และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จึงทำให้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายนมีฝนตกชุก และในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีอากาศหนาวเย็นและแห้งแล้ง โดยมีอุณหภูมิต่ำสุดในเดือนมกราคม ประมาณ 9.9 องศาเซลเซียส และสูงสุดในเดือนเมษายน ประมาณ 39.6 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ ต่ำสุด 19.0 ในเดือนกันยายน ประมาณ 143.0 มิลลิเมตร

### ทรัพยากรธรรมชาติ

แร่ธาตุ อำเภอสันกำแพง ยังขาดการสำรวจจากแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ๆ อีกมากคงมีการขุดดินลูกรังใช้ได้เฉพาะในเขตอำเภอเท่านั้น

ป่าสงวน พื้นที่ป่าสงวน มีประมาณ 234 ตารางกิโลเมตร คือ

ป่าแม่ออน อยู่ในเขต 3 ตำบลคือ ตำบลออนใต้ ตำบลร่องวัวแดง และตำบลห้วยทราย มีเนื้อที่ประมาณ 234 ตารางกิโลเมตร หรือ 146,250 ไร่ หรือร้อยละ 49.8 ของพื้นที่ป่าสงวนทั้งหมด

### การคมนาคม

ทางบก การคมนาคมระหว่างอำเภอสันกำแพง กับจังหวัดเชียงใหม่ ระยะทาง 13 กิโลเมตร โดยพาหนะรถยนต์ทุกชนิด ใช้เวลาเดินทาง 20 นาที ถนนลาดยางแอสฟัลท์ตลอดสาย

ทางน้ำ ไม่มี

การคมนาคมภายในอำเภอ มีถนนลาดยางแอสฟัลท์ในเขตสุขาภิบาลสันกำแพง รวม 12 สาย ถนนสายหลัก จำนวน 2 สาย ลาดยางไปตำบลออนเหนือ 1 สาย และถนนสายคอนกรีต-น้ำพุร้อน ซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างอีก 1 สาย สามารถใช้สัญจรได้ตลอดฤดูกาล

### ข้อมูลแหล่งน้ำของอำเภอสันกำแพง

อำเภอสันกำแพง มีแม่น้ำสำคัญอยู่ 2 สาย คือ

1. น้ำแม่กวง ต้นน้ำเกิดจากยอดเขาในเขตอำเภอดอยสะเก็ด จัดอยู่ในลำดับน้ำที่ 5 ไหลผ่านอำเภอดอยสะเก็ด อำเภอสันทราย และไหลผ่านเขตอำเภอสันกำแพง ในเขตตำบลสันกลาง ซึ่งเป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองอำเภอสันกำแพง กับอำเภอสารภี ความยาวประมาณ 28 กิโลเมตร และประกอบด้วยลำห้วย และลำน้ำต่าง ๆ ความยาวประมาณ 238 กิโลเมตร ได้แก่ ลำน้ำแม่ออน ลำน้ำแม่ปุดา

2. น้ำแม่พวก

อ่างเก็บน้ำในเขตอำเภอสันกำแพง

1. อ่างห้วยพริก หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยทราย
2. อ่างแม่ผาแหน หมู่ที่ 7, 8 ตำบลออนใต้
3. อ่างห้วยลาน หมู่ที่ 8 ตำบลออนใต้

4. อ่างห้วยป่าไร่ หมู่ที่ 8 ตำบลออนใต้
  5. อ่างดอยโตน หมู่ที่ 8 ตำบลออนใต้
- รวมจำนวน 5 แห่ง

#### ฝายน้ำล้นในเขตอำเภอสันกำแพง

1. ฝายเหมืองเปา ตำบลร้องวัวแดง
  2. ฝายต้นบง ตำบลสันกำแพง
- รวม 2 แห่ง

## 2.2 สภาพทางสังคม

### 1. ประชากร

อำเภอสันกำแพง มีจำนวนพลเมืองทั้งสิ้น	70,573 คน
เป็นชาย      จำนวน	35,320 คน
เป็นหญิง     จำนวน	35,253 คน
จำนวนครัวเรือน	24,842 คน

### 2. สภาพการศึกษา

มีการจัดการศึกษาทั้งในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน การจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนมี 3 ระดับ

1) ระดับก่อนวัยเรียน จัดโดยเอกชนในระดับอนุบาล จำนวน 6 โรงเรียน จำนวนครู 47 คน นักเรียนชาย 52 คน นักเรียนหญิง 498 คน รวม 1,014 คน

2) ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ มีโรงเรียนในสังกัด จำนวน 59 โรงเรียน สาขา 6 สาขา และห้องเรียนเคลื่อนที่ 2 ห้อง-

เรียน จำนวนครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียน 570 คน นักเรียนชาย 3,356 คน นักเรียนหญิง 3,158 คน รวม 6,514 คน

3) ระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา มีโรงเรียนจำนวน 2 โรงเรียน 2 ระดับ คือ ระดับอำเภอ เปิดสอนทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับมัธยมระดับ ตำบล เปิดสอนเฉพาะมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวนครูทั้งสิ้น 147 คน จำนวนนักเรียน 2,589 คน เป็นชาย 1,198 คน เป็นหญิง 1,391 คน

#### การศึกษานอกระบบโรงเรียน

โรงเรียนการศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จ ระดับ 4 จำนวน 1 โรงเรียน มีนักเรียน 50 คน ครู 5 คน การสอนวิชาชีพระยะสั้น (200 ชั่วโมง) จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มสนใจ (30 ชั่วโมง) จำนวน 9 กลุ่ม การศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จ จำนวน 1 ชุด

การเรียนทางวิทยุและไปรษณีย์ จำนวน 6 กลุ่ม ครู 5 คน นักศึกษา 200 คน

ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน จำนวน 41 แห่ง ประเภทวารสาร 40 แห่ง

#### การจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหลักสูตรระยะสั้น

มีโรงเรียนสอนพิมพ์ดีดเอกชน ในความควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จำนวน 1 แห่ง ครู 1 คน ผู้เรียน 49 คน

### 3. การสาธารณสุข

โรงพยาบาล 10 เตียง	จำนวน	1 แห่ง
สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ	จำนวน	1 แห่ง
สถานีอนามัย	จำนวน	10 แห่ง
คลินิก	จำนวน	10 แห่ง
ร้านขายยาประเภท ก, ข	จำนวน	14 แห่ง

#### 4. การศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

วัด	30	วัด
สำนักปฏิบัติธรรม	31	แห่ง
พระภิกษุ	197	รูป
สามเณร	351	รูป
ที่พักสงฆ์	9	แห่ง
โรงเรียนพระปริยัติธรรม	13	แห่ง
โรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์	11	แห่ง
ครูสอนพุทธศาสนา	52	คน
นักเรียน	516	คน
ศิษย์วัด	128	คน
วัดร้าง	39	แห่ง
มัสยิด	1	แห่ง
โบสถ์คริสต์	1	แห่ง

#### 5. ประเพณีที่สำคัญ

1. รตน์ดำหัว ช่วงเทศกาลสงกรานต์ ระหว่างวันที่ 13-20 เมษายน
2. ทานสลากภัต หลังการออกพรรษา
3. ทอดผ้าป่า ตลอดปี
4. ทอดกฐิน ก่อนออกพรรษา
5. ปอยหลวง การฉลองวัดฤดู
6. งานเทศกาลร่มบ่อสร้างและศิลปะหัตถกรรมไทย จังหวัดเชียงใหม่ ณ บ่อนบ่อสร้าง

หมู่ที่ 3 ตำบลต้นเปา

## 6. การสาธารณสุขโรค

มีไฟฟ้าใช้	10 ตำบล
มีประปาใช้ในเขตสุขภาพ	4 ตำบล ดำเนินงานโดยการประปาส่วนภูมิภาค
การไปรษณีย์โทรเลข	2 แห่ง
การโทรศัพท์	1 ชุมสาย

### 2.3 สภาพทางเศรษฐกิจ

#### 1. การเกษตรกรรม

ราษฎรร้อยละ 80 มีอาชีพทางเกษตรกรรม เนื้อที่ทางเกษตรกรรมประมาณร้อยละ 30 ของเนื้อที่ทั้งหมดของอำเภอ ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ คือ ข้าว ยาสูบ ถั่วลิสง ลำไย กระเทียม

การประมง ได้มีการส่งเสริมปล่อยพันธุ์ปลานิล ปลาไน ปลายี่สก ปลาตะเพียน ปลาจิ้ง เพื่อเพาะพันธุ์และขยายพันธุ์ตามอ่างเก็บน้ำในท้องที่ จำนวน 8 แห่ง ๆ ละ 6-8 แสนตัว

#### 2. การปศุสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ที่สำคัญ ได้แก่

โคนม จำนวน 3,720 ตัว เป็นแม่โคที่กำลังรีดนม 1,443 ตัว ปริมาณน้ำนมดิบที่รีดได้วันละ 13 ตัน สมาชิกผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 641 ราย ศูนย์รีดนมดิบเอกชน 2 ศูนย์ สหกรณ์โคนม 3 ศูนย์

ไก่ จำนวน 460,500 ตัว รวม 30 ฟาร์ม

สุกร จำนวน 12,510 ตัว รวม 2 ฟาร์ม

ช้าง 1 เชือก ม้า 9 ตัว โคเนื้อ 9,560 ตัว

กระบือ 2,680 ตัว แพะ 18 ตัว แกะ 4 ตัว

ห่าน 800 ตัว เป็ด 12,100 ตัว สุนัข 14,758 ตัว

## 3. การอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ

อุตสาหกรรมในครัวเรือน การทำรม มีแหล่งผลิตรวม 17 แห่ง แกะสลักไม้ 34 แห่ง  
เครื่องเงิน 11 แห่ง ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป 32 แห่ง

อุตสาหกรรมอื่น ๆ สถานีบีบีไอยาสูบ 7 แห่ง โรงบีบีไอยาสูบ 525 แห่ง โรงสีข้าว  
119 แห่ง โรงไม้กระเพาะเปลือกถั่ว 2 แห่ง ซีเมนต์บล็อก 6 แห่ง ยาแผนโบราณ 1 แห่ง

## 4. การพาณิชย์ ธนาคาร

บริษัท 14 แห่ง ห้างหุ้นส่วนจำกัด 27 แห่ง คณะบุคคล 1 แห่ง

ร้านค้าทั่วไป 671 แห่ง โรงมหรสพ 1 แห่ง

ธนาคารออมสิน 1 แห่ง

ธนาคารกรุงเทพจำกัด 2 แห่ง

ธนาคารกรุงไทยจำกัด 1 แห่ง

ธนาคารกสิกร 1 แห่ง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ 1 แห่ง

## 5. การคลังและภาษีอากร

เงินผลประโยชน์ของแผ่นดินของอำเภอสันกำแพง รวมทั้งสิ้น 24,320,326.72 บาท

จากภาษีอากร (สรรพากร) 23,715,000.00 บาท

จากสภาตำบล 180,002.09 บาท

จากรายได้อื่นๆ (องค์การบริหารส่วนจังหวัด) 512,849.22 บาท

เงินภาษีบำรุงท้องที่ ทุกตำบล รวมทั้งสิ้น 408,516.58 บาท

จากสุขาภิบาลสันกำแพง 70,784.81 บาท

จากสุขาภิบาลต้นเปา 44,091.49 บาท

จากนอกเขตสุขาภิบาล 239,640.28 บาท

## 6. การสหกรณ์

สหกรณ์อำเภอสันกำแพง บริหารงานกลุ่มสหกรณ์ 3 ประเภท

สหกรณ์การเกษตร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรทำนา เลี้ยงหมู กระบือ ไก่ มีสมาชิก 1,325 คน

สหกรณ์เดินรถ ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพขับรถรับจ้าง 2 แถว มีสมาชิก 143 คน

สหกรณ์ทำร่มและแกะสลัก ปัจจุบันมีสมาชิก 291 คน

## 7. การท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

หนองพญาพรหม ตั้งอยู่บ้านหมู่ที่ 10 ตำบลออนใต้ เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ กว้างประมาณ 69 ไร่ ระยะทางห่างจากตัวอำเภอสันกำแพง ประมาณ 7 กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

วัดเชียงแสน เป็นวัดเก่าแก่ บริเวณใกล้วัดมีเตาเผาสังคโลกแบบโบราณ ตั้งอยู่บ้านหมู่ที่ 2 ตำบลออนใต้ ระยะทางห่างจากตัวอำเภอสันกำแพง ประมาณ 14 กิโลเมตร

วัดป่าตึง เป็นวัดเก่าแก่ เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญ และศิลาจารึกที่สร้างในสมัยติโลกราช ในราชวงศ์เม็งราย เจ้าครองนครเชียงใหม่ ตั้งอยู่บ้านหมู่ที่ 7 ตำบลออนใต้ ระยะทางห่างจากตัวอำเภอสันกำแพง ประมาณ 14 กิโลเมตร

วัดขวกค่าง เป็นวัดเก่าแก่ มีวัดอุโบสถ เช่น บ่อตาง พระนอนหล้า พระธาตุกู่คำ และเครื่องแต่งธรรม ตั้งอยู่บ้านหมู่ที่ 2 ตำบลขวกค่าง ระยะทางห่างจากตัวอำเภอสันกำแพงประมาณ 5 กิโลเมตร

### สถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

ตามเส้นทางหลวงสาย เชียงใหม่-สันกำแพง มีโรงงานอุตสาหกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านพร้อมทั้งสถานที่จำหน่ายสินค้าตลอดเส้นทาง โดยแหล่งที่มีการผลิต จำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงที่สุด คือ หมู่บ้านทำร่ม บ้านบ่อสร้าง หมู่ที่ 3 ตำบลต้นเปา สินค้า

ที่สำคัญ ได้แก่ หัตถกรรมทำร่ม ทำพัด ผ้าไหม ผ้าฝ้ายสำเร็จรูป ไม้แกะสลักต่าง ๆ เครื่องเงิน เครื่องเซรามิก และเครื่องปั้นดินเผา

#### 2.4 การเมือง

ประชาชนชาวล้านกาแพง มีความตื่นตัวและมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและการปกครองในระบอบประชาธิปไตยมากขึ้น โดยวัดได้จากสถิติการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และจำนวนบัตรเสียที่ลดลงจากการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ครั้งที่ผ่านมา

##### สถิติการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ปี พ.ศ.	มาใช้สิทธิเลือกตั้งร้อยละ	บัตรเลือกร้อยละ
2526	49.58	3.95
2529	59.12	3.62
2531	78.07	3.79
2535	78.02	3.03 (22 มีนาคม 2535)
2535	73.20	2.53 (13 กันยายน 2535)

#### 2. การปกครอง

อำเภอสังขละบุรี แบ่งการปกครองออกเป็น 10 ตำบล จำนวน 93 หมู่บ้าน มีสุขาภิบาล 2 แห่ง คือ สุขาภิบาลสังขละบุรี ซึ่งรวมพื้นที่ตำบลรายมูลทั้งหมด ตำบลสังขละบุรี บางส่วน และตำบลแช่ช้างบางส่วน และสุขาภิบาลต้นเปา ซึ่งรวมพื้นที่ตำบลต้นเปาทั้งหมด รวม 10 หมู่บ้าน

ตำบลสันกำแพง	14 หมู่บ้าน (หมู่ 11 บางส่วน หมู่ 12, 13 และ 14 บางส่วนไม่อยู่ในเขตสุขาภิบาลสันกำแพง)
ตำบลทรายมูล	7 หมู่บ้าน (อยู่ในเขตสุขาภิบาลสันกำแพงทั้งหมด)
ตำบลแช่ช้าง	9 หมู่บ้าน (หมู่ 6, 7, 8 อยู่ในเขตสุขาภิบาลสันกำแพง)
ตำบลต้นเปา	10 หมู่บ้าน (อยู่ในเขตสุขาภิบาลสันกำแพงทั้งหมด)
ตำบลร้องวัวแดง	12 หมู่บ้าน
ตำบลบวกค้าง	12 หมู่บ้าน
ตำบลสันกลาง	6 หมู่บ้าน
ตำบลออนใต้	10 หมู่บ้าน
ตำบลห้วยทราย	7 หมู่บ้าน
ตำบลแม่ป๋าคา	8 หมู่บ้าน

### 3. การรักษาความสงบเรียบร้อย

สถานีตำรวจภูธรอำเภอสันกำแพง 1 แห่ง ตูยาม 2 แห่ง

ด้านความมั่นคง ปัญหาสมรรถภาพของสมาชิก ทสปช. ได้ฝึกอบรมไปแล้ว 9 รุ่น ประเภทคุ้มครองพัฒนา 8 รุ่น สมาชิก 1,724 คน นอกจากนั้นไม่มีการฝึกอบรม สมาชิก อปพร. ฝึกอบรมแล้ว 4 รุ่น มีสมาชิก 464 คน

การลักลอบตัดไม้ทำลายป่า มักมีราษฎรลักลอบตัดไม้ในเขตป่าสงวนแล้วแปรรูปขนส่งจำหน่ายโดยใช้รถจักรยานยนต์ และรถยนต์เป็นพาหนะ ปัจจุบันนี้เมื่อมีมาตรการสั่งให้ปิดป่าไม้ การลักลอบตัดไม้ทำลายป่ายังคงมีอยู่แต่ปริมาณลดลง

## 2.5 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาของอำเภอสันกำแพง

### 1. ปัญหาสภาพแวดล้อมและการสาธารณสุขโรค

ในพื้นที่ที่เป็นเขตชุมชนของอำเภอสันกำแพง โดยเฉพาะในเขตสุขาภิบาลทั้งสองแห่งของอำเภอประสบปัญหาเกี่ยวกับขยะปริมาณมาก การระบายน้ำ น้ำเสียจากแหล่งชุมชน การขยายตัวของชุมชนอย่างไม่มีระเบียบ

### 2. ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณะและป่าไม้

ในปัจจุบันเนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของชุมชน ประชากรและที่ดินราคาสูง จึงมักเกิดปัญหาการบุกรุกที่สาธารณะและป่าไม้ เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยและทำกิน

### 3. ปัญหาการขายที่ดินทำกิน

ในปัจจุบัน ที่ดินในเขตอำเภอสันกำแพง มีราคาสูง เนื่องจากมีนายทุนมากกว้าซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไรเป็นจำนวนมาก ทำให้ราษฎรซึ่งมีอาชีพในทางเกษตรได้พากันขายที่ดินทำกินของตนเนื่องจากได้ราคาดี ทำให้ไม่มีที่ดินทำกิน ราษฎรเหล่านี้บางส่วนจึงได้บุกรุกที่สาธารณะและป่าไม้เพื่อใช้เป็นที่ทำกินและที่อยู่อาศัยต่อไป

### 4. ปัญหาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

ราษฎรส่วนใหญ่ของอำเภอสันกำแพง ประกอบอาชีพเกษตรกรรม แต่สภาพพื้นที่และภูมิประเทศไม่สามารถกักเก็บน้ำได้ตลอดปี และในบางปีเกิดภาวะฝนแล้ง ประกอบกับแหล่งน้ำชลประทานที่มีอยู่ครอบคลุมพื้นที่เพียงส่วนน้อยของพื้นที่ทางการเกษตรของอำเภอ การเกษตรกรรมของอำเภอจึงต้องอาศัยฝนเป็นหลักทำให้ประสบปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำทำการเกษตรทุกปี

## 2.6 รายชื่ออดีตผู้ดำรงตำแหน่งนายอำเภอสันกำแพงถึงปัจจุบัน

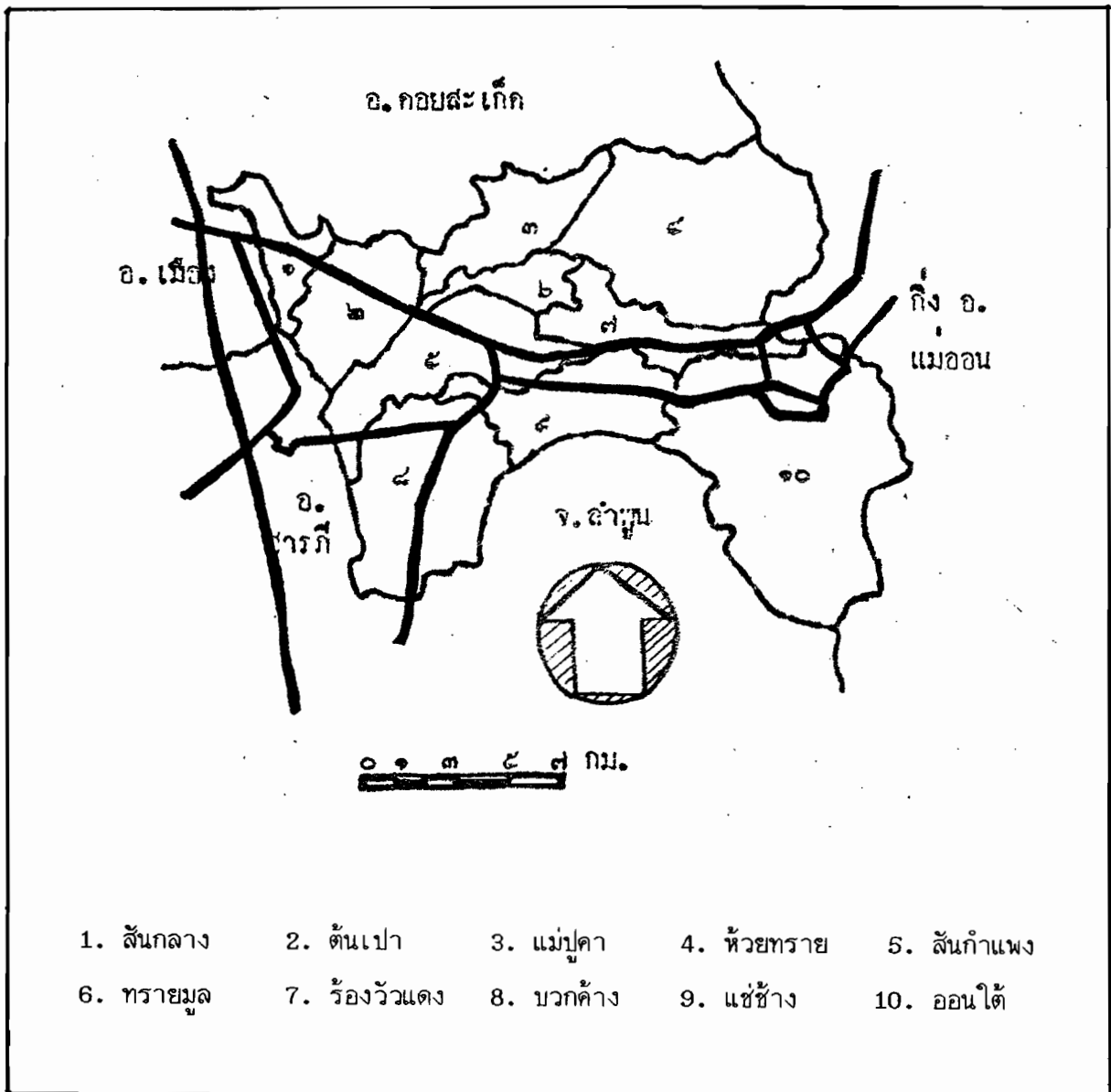
1. ร.ต.พุมิ	(พ.ศ. 2443-2444)
2. ชุนโลกสุภา (ฮวบ)	(พ.ศ. 2445-2448)
3. หลวงเกษตรอรชันธ์ (เกื้อ กากาพร)	(พ.ศ. 2448-2454)
4. หลวงปราณีนรากร (เกี มังตรีสรรค์)	(พ.ศ. 2454-2456)
5. หลวงพิทักษ์นันทเขตต์ (ผาด สานสร)	(พ.ศ. 2457-2459)
6. หลวงวิโรจน์รัฐกิจ (เปื้อง โรจนกุล)	(พ.ศ. 2459-2467)
7. หลวงสุรัตน์ราชกิจ (จำปา ลาวนานนท์)	(พ.ศ. 2468-2471)
8. หลวงนรสุขบริหาร (สนิท เจตนาพันธ์)	(พ.ศ. 2471-2472)
9. พ.ต.ต.เจ้าไชยวรเชษฐ ฒ เชียงใหม่	(พ.ศ. 2472-2478)
10. ขุนวรครุฑคนารักษ์ (บุญเรือง วรคุชตานนท์)	(พ.ศ. 2478-2479)
11. นายกิต บุญกระจาย	(พ.ศ. 2479-2480)
12. ขุนนราการ บริรักษ์ (เกี เทียมสีทอง)	(พ.ศ. 2481)
13. นายเทียบ นันทแพทย์	(พ.ศ. 2481-2482)
14. นายโบแดง จันตเสน	(15 ต.ค. 2482-27 ส.ค. 2484)
15. นายวิชาญ บรรณโสภิชัฐ	(24 ส.ค. 2484-31 ต.ค. 2489)
16. นายวิทิศ โภคะกุล	( 1 พ.ย. 2489-12 มิ.ย. 2497)
17. นายธนวัน สุวรรณสิริ	(12 มิ.ย. 2497-31 ก.ค. 2499)
18. นายสุรจิตต์ จันทรศัพท์	( 1 ส.ค. 2499-17 มิ.ย. 2502)
19. นายทองสุก สุวัตถ์	(17เม.ย. 2502-19 ก.ค. 2506)
20. นายสันต์ แก้วสุก	(19 ก.ค. 2506- 1 ม.ค. 2508)
21. นายโชดก วีรธรรม พูลสวัสดิ์	(16 ม.ค. 2508-15 ต.ค. 2508)
22. นายสวัสดิ์ วรพงษ์	(15 ต.ค. 2508- 8 ก.ค. 2512)
23. นายปรีชา กาญจนานนท์	( 8 ก.ค. 2512-28 ต.ค. 2513)
24. นายทองใบ วงศ์เชษฐา	(28 ต.ค. 2513-28 ก.พ. 2517)

25. ร.ต.ดำริ ธาราเกษม รน. (28 ต.ค. 2497-22 ต.ค. 2518)
26. นายสุเทพ โพธิ์สุวรรณ (22 ต.ค. 2518-19 พ.ค. 2520)
27. นายศักดิ์ เตชะชาญ (19 ต.ค. 2520-30 พ.ค. 2522)
28. นายสมปรารถน์ เสาวไพบูลย์ ( 1 มิ.ย. 2522-10 ม.ค. 2523)
29. ร.ต.ธานี โภคะกุล (10 ม.ค. 2523- 7 ต.ค. 2527)
30. นายอุทัย นันทาวรัตน์ ( 8 ต.ค. 2527-30 ก.ย. 2528)
31. นายภักดี ชมภูมิ่ง ( 7 ต.ค. 2529-16 ต.ค. 2530)
32. นายสุนทร มลิซ้อน (16 ต.ค. 2530-15 ต.ค. 2532)
33. นายอมรทัต นิวัติศยุกุล (16 ต.ค. 2532-15 ต.ค. 2534)
34. นายผดุง ตระกูลดิษฐ์ (11 พ.ย. 2534- 2 ต.ค. 2535)
35. นายภูมิเทร์ สันติทฤษฎีกร (26 ต.ค. 2535-ปัจจุบัน)

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนพื้นที่ตำบล ประชากร ครั้วเรือน

ลำดับ ที่	ตำบล	พื้นที่		ประชากร			ครั้วเรือน
		ไร่	ตร.กม.	ชาย	หญิง	รวม	
1.	สันกลาง	5,495	8.782	2,556	2,691	5,247	1,732
2.	ต้นเปา	9,600	15.36	5,083	4,876	9,959	3,471
3.	แม่ปกา	9,637	15.4192	3,322	3,123	6,445	1,792
4.	ห้วยทราย	30,121	46.3456	3,370	3,175	6,545	1,862
5.	สันกำแพง	9,500	15.2	6,405	7,021	13,426	4,150
6.	ทรายมูล	2,875	4.60	2,238	2,369	4,607	1,454
7.	ร่องวัวแดง	8,205	13.128	2,943	2,955	5,898	1,763
8.	บวักค่าง	19,677	31.4832	4,004	3,928	7,932	3,010
9.	แช่ช้าง	11,876	19.0016	2,609	2,537	5,146	2,116
10.	ออนใต้	28,966	48.1936	2,790	2,578	5,368	2,537
รวม		135,952	217.5132	35,320	35,253	70,573	24,842

ที่มา การวัดพื้นที่ภาพถ่ายทางอากาศ สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ สำนักผังเมือง



ภาพ 2.1 แผนที่แสดงเขตปกครองอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่  
 ที่มา เอกสารฝ่ายปกครองอำเภอสันกำแพง, 2537

## บทที่ 3

### กระบวนการผลิตและแหล่งผลิต

ไหมสันกำแพงมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในช่วง 20-30 ปีที่ผ่านมา พร้อม ๆ กับการกล่าวขานถึงจังหวัดเชียงใหม่ "ถิ่นไทยงาม" ในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว ไหมสันกำแพง จัดเป็นงานหัตถกรรมในช่วงยุคแรกๆ ของประเทศไทยที่ได้รับการสนับสนุนให้มีชื่อเสียงถึงขั้นเป็น สัญลักษณ์ (Symbol) ของสถานที่

3.1 กระบวนการผลิตไหมสันกำแพง การผลิตไหมสันกำแพงมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากการผลิตในแหล่งอื่น ๆ ซึ่ง สามารถจำแนกถึงกระบวนการผลิต ตามขั้นตอนการผลิตได้ดังนี้

1) การเตรียมเส้นไหม นับตั้งแต่มีการทอผ้าไหมสันกำแพงในยุคแรกเริ่มประมาณ 100 กว่าปี วัตถุดิบเส้นไหมแทบไม่ได้ผลิตขึ้นที่สันกำแพงเลย เส้นไหมไม่ได้เป็นวัตถุดิบที่ผลิตได้ในท้องถิ่น การผลิตช่วงแรกเส้นไหมได้มาจากประเทศพม่า ทั้งนี้เนื่องจากการติดต่อค้าขายกับพม่า ซึ่งในช่วงนี้ยังมีการติดต่อค้าขายกันมากกว่าการติดต่อค้าขายกับกรุงเทพฯ เส้นไหมได้ถูกนำเข้าสันกำแพงโดยพ่อค้าที่เดินทางระหว่างเชียงใหม่กับพม่า ในช่วงต่อมาเมื่อมีทางรถไฟเชื่อมระหว่างเชียงใหม่และกรุงเทพฯ เส้นไหมที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบนำมาจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเส้นไหมที่ส่งเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น แม้ในช่วงปัจจุบันได้มีการพยายามเลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นไหมเองภายในสันกำแพง แต่การผลิตเส้นไหมก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเชิงพาณิชย์ในด้านการผลิตเป็นวัตถุดิบมากนัก การผลิตเส้นไหมเป็นการส่งเสริมในเชิงกลยุทธ์การตลาดมากกว่า

เมื่อได้เส้นไหมมาแล้ว ก็จะถูกนำมาข้อมสีและกรอจัดแบ่งเป็นกลุ่มหรือใจ

2) การเตรียมหูก คือการเตรียมด้ายเส้นยืนก่อนที่จะนำไปทอในกี่ การเตรียมด้ายเส้นยืนนี้จะเป็นตัวกำหนด ความกว้างของหน้าผ้า ซึ่งจะมีความกว้างตามขนาดของฝืนและเป็นตัวกำหนดสีสันในด้านที่เป็นลายในแนวตั้งของผ้าในกี่ (ลายในแนวนอนของผ้าชิ้น)

การเตรียมเส้นไหมในหูกดังกล่าวในสันกำแพง ผู้ที่ทอผ้าจะเตรียมไม่ได้ทุกคน ต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญ ทั้งนี้เนื่องจากนอกจากจะเป็นการกำหนดความกว้างของผ้า สีสันของผ้าแล้ว จะ

ต้อง "เก็บเขา<sup>1</sup>" เพื่อแยกเส้นด้ายไหมเส้นยืนให้สลับกันเพื่อที่จะพุ่งเส้นด้ายไหมในแนวนอน ขึ้นตอนการแต่งหูกนี้จัดเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนการทอและเป็นตอนที่จัดได้ว่ายากที่สุดในการทอ ผู้ที่ทำได้จะมีน้อยรายและมีหน้าที่ในการแต่งหูกให้ผู้ทอคนอื่น ๆ ผู้ที่ทำได้เหล่านี้ต่อมาได้กลายเป็นผู้ที่ค้าขายผ้าไหมล้านกัมแพงรายใหญ่ ในที่สุด

3) การทอ การทอผ้าไหมในล้านกัมแพงจะกระจายออกไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ โดยลักษณะของการรับจ้างทอ กล่าวคือรับเส้นด้ายไหมมาในลักษณะของการแต่งหูกเรียบร้อยแล้ว ผู้ทอก็ทอโดยการสอดเส้นด้ายแนวนอนแล้วกระแทกด้วยฟืมให้เส้นไหมแน่น ผู้ทอจะไม่ได้มีส่วนในการกำหนดสีเส้นและความกว้างของผ้า และลวดลายใด ๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากลวดลายจะถูกกำหนดโดยคน "ฮ้วน<sup>2</sup>" ซึ่งก็คือ "ผู้จ้าง" เรียบร้อยแล้ว การทอจะทอโดยใช้กี่ ซึ่งมีอยู่ 2 ชนิด คือ กี่ธรรมดา และกี่กระตุก

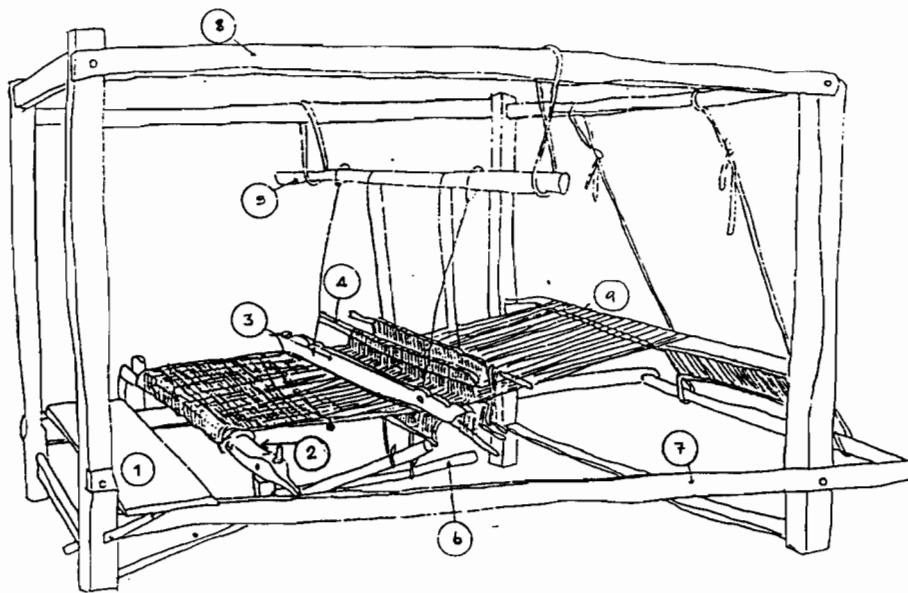
ลักษณะของกี่ที่ใช้ในการทอผ้าไหมล้านกัมแพง มีความคล้ายคลึงกับกี่ที่ทอผ้าแหล่งอื่น ๆ ของประเทศ ทำด้วยไม้และสามารถทำได้เองภายในครัวเรือนจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การทอผ้าแพร่หลายออกไปสู่หมู่บ้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และหลังจากที่มีการนำกี่กระตุกจากแหล่งอื่นเข้ามาใช้ ชาวบ้านไม่สามารถประดิษฐ์กี่กระตุกได้เอง จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิต ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป

ผู้ที่ทอส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงในหมู่บ้าน การทอจะใช้เวลาที่ว่างจากการทำนา ในหน้านา ก็ยังคงทำนาอยู่ทั้งนี้เนื่องจากไม่สามารถยืมชีผ้าได้จากการรับจ้างทอผ้าเพียงอย่างเดียว

---

<sup>1</sup>เก็บเขา คือ การนำด้ายเส้นยืนสอดอยู่กับเขา 2 ตัวในลักษณะสลับกันเมื่อเหยียบไม้ย่ำอันหนึ่งลง เขาก็จะต่างระดับกันโดยตัวหนึ่งจะยกขึ้นอีกตัวจะต่ำลงทำให้เกิดช่องว่างระหว่างไหมเส้นยืน ผู้ทอก็จะสอดไหมเส้นพุ่งได้

<sup>2</sup>ฮ้วน คือ การวางเส้นไหม เส้นยืน ลงในกี่ และเก็บเขาให้เรียบร้อย การฮ้วนจะเป็นการกำหนดความยาวของผ้าที่ทอ ความกว้างตามฟืม และลาย



ภาพ 3.1 กี่ทอผ้าไหม

ที่มา: 1) สถาพร ชวัณยู่น, รายงานการทอผ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2528

2) สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, ความเปลี่ยนแปลงของการผลิตผ้าพื้นเมืองชุมชนหาดเสี้ยว อ.ศรีสัชนาลัย จ.สุโขทัย, 2534

3) การสัมภาษณ์ 2537

คำอธิบาย 1. ที่นั่งของผู้ทอ

2. ไม้พันเครือ

3. ฝีมี่ที่กระแทกให้ด้ายไหม เส้นพุ่งแน่น

4. เขา อุปกรณ์ในการแยกไหม เส้นยืนและเส้นพุ่งสลับกัน

5. ไม้หาบเขา

6. ไม้หย่า

7-8 คานกึ่ง

9. ไม้จัดด้าย

ที่ที่ใช้ทอผ้าไหมเส้นกำแพง ในช่วงแรกเป็นที่ธรรมดา ชาวบ้านสามารถทำขึ้นใช้เองได้ ต่อมาได้มีการนำที่กระตุกเข้ามาใช้ทำให้ทอไหมได้เร็วขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากที่ธรรมดาการสอดเส้นไหมในแนวอนจะทำได้โดยการสอดด้วยมือแล้วกระแทกด้วยฟืมแล้วก็สอดเส้นไหมกลับด้วยมืออีก ทำสลับกันไปกับการเหยียบ "ไม้หย่า" เพื่อให้เขาแยกด้ายเส้นยืนสลับกันไป ส่วนที่กระตุกการสอดด้ายเส้นนอกจะทำได้โดยการชักกระตุกเส้นไหมไปกลับผู้ทอสามารถกระแทกฟืมได้เร็วขึ้นทำให้การทอไหมสะดวกและรวดเร็ว

การทอไหมเส้นกำแพง จะเห็นถึงความสัมพันธ์ของบุคคล 2 กลุ่ม คือ ชาวบ้านที่รับทอผ้าไหม (ผู้ทอ) และชาวบ้านผู้ลงทุน ซึ่งทั้งสองคนจะทำงานและมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด กล่าวคือ ผู้ลงทุน จะเป็นผู้ทำหน้าที่ 1) จัดหาเส้นไหม 2) ย้อมสี และขั้นตอนที่สำคัญที่สุดก็คือ 3) การจัดทำกร "ฮ้วน" ก็คือการวางเส้นไหมในแนวพุ่งในกึ่ง สาเหตุที่ขั้นตอนนี้มีความสำคัญก็คือ "การฮ้วน" จะเป็นการวางลวดลายและสีเส้นของผ้า และเป็นการ "เก็บเขา" คือการนำเอาเส้นไหมเส้นพุ่งใส่ฟืม ซึ่งมีความยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนี้ยังเป็นการกำหนดความยาวหรือที่เรียกว่า "เครือ<sup>1</sup>" ของผ้าที่ทอด้วย

ส่วนในด้านความกว้างของผ้า จะมีขนาดกำหนดมาตรฐาน ตามความกว้างของ "ฟืม" โดยที่จะมีมาตรฐานดังนี้

2	รูฟืม	เท่ากับ	1	เฟื้อง
4	รูฟืม (2 เฟื้อง)	เท่ากับ	1	อาน
10	อาน	เท่ากับ	1	หลบ (กว้างประมาณ 1 นิ้ว)
36 หรือ 40	หลบ	เท่ากับ	1	ฟืม

ความกว้างของ ฟืม หรือความกว้างของผ้าจะมีความยาวอยู่ 2 ขนาด คือ 36 หลบ และ 40 หลบ ผ้าชิ้นจะนิยมทอ 36 หลบเป็นส่วนใหญ่ แต่ 40 หลบก็สามารถทอได้ ผ้าชิ้นที่ได้ก็จะมีความกว้าง 36 นิ้ว และ 40 นิ้ว เมื่อนำมาทำผ้าชิ้นก็จะมีความยาวพอดี ส่วนผ้าสี่หรือที่เรียกว่า "ผ้าเลียน" ที่นิยมนำมาตัดเสื้อจะทอ 40 หลบเป็นส่วนใหญ่

<sup>1</sup> เครือ คือ ความยาวทั้งหมดของไหมเส้นยืนเมื่อทอเสร็จจะเรียก 1 เครือ สามารถนำมาตัดผ้าชิ้นได้ 15-17 ผืน หรือมีความยาวประมาณ 22.5 เมตร

ในด้านการย้อมไหมผู้ลงทุนก็จัดเป็นผู้ย้อมเอง ซึ่งทำได้โดยมี ขั้นตอนคือ

1) ต้มน้ำด่างหรือโซดาไฟ 2) ไล่สี ต้มน้ำให้เดือด 3) ไล่เส้นไหมดิบลงไป ต้มประมาณ 2 ชั่วโมงจน "ไหมสุก" ซึ่งหมายถึงไหมที่ย้อมได้ดี สามารถสังเกตุได้โดยการจับดู ความลื่นของไหม ถ้าไหมมีความลื่นแสดงว่า การย้อมจะยังไม่ได้ที่ต้องต้มต่อไปจนกระทั่งไหมนึ้ม แสดงว่าไหมสุกใช้ได้ 4) จากนั้นนำมาซักด้วยน้ำเปล่า 4-5 ครั้ง 5) นำมาไล่แบ่งข้าวเหนียว เพื่อให้ไหมเรียบไม่มีขน ซึ่งต่อมาได้มีการนำน้ำมันหมูหรือน้ำมันพืชไล่ลงไปด้วย

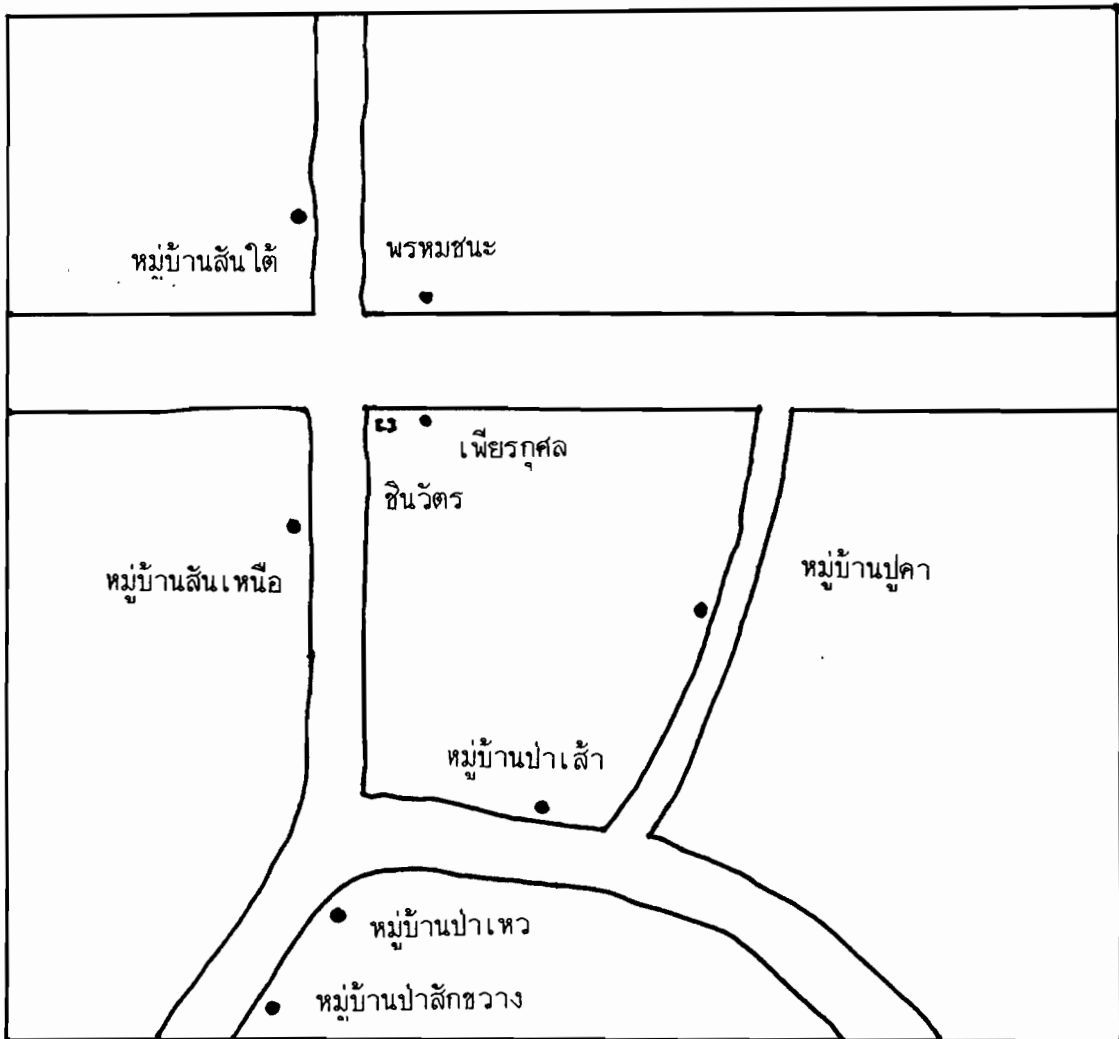
ขั้นตอนการเตรียมไหม การเตรียมก็จัดเป็นการทำที่มีความยุ่งยากพอสมควร โดยเฉพาะขั้นการเตรียมไหม จะเป็นการกำหนดสี ส่วนการเตรียมก็จะเป็นการกำหนดลาย ขั้นตอนดังกล่าวทั้งสีและลวดลายมีความสัมพันธ์กันกับการตลาด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของ "ผู้ลงทุน" ทั้งหมด ส่วนการทอหรือการสอดด้ายในแวนนอน กระแทกพิมพ์ จนกระทั่งหมดเครือเป็นหน้าที่ของชาวบ้านผู้ที่รับจ้างทอ

ผู้ลงทุน และชาวบ้านผู้ทอจะมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เมื่อชาวบ้านผู้ทอรับทอผ้าของผู้ลงทุนคนใดมักจะได้รับทอตลอดเมื่อเสร็จผู้ลงทุนก็จะมาต่อไหม หรือที่เรียกว่า "รีว" หรือ "สืบ" ไหมต่อในเครือใหม่ต่อไปเรื่อย ๆ

3.2 แหล่งผลิตผ้าไหมล้านกำแพง แหล่งผลิตผ้าไหมล้านกำแพงสามารถจำแนกได้เป็นแหล่งที่เคยผลิตปัจจุบันได้เลิกการทออย่างสิ้นเชิงกับแหล่งที่ยังมีการผลิตอยู่ดังนี้

1) แหล่งที่ผลิตในอดีต ได้แก่ หมู่บ้านสันเหนือ หมู่บ้านสันใต้ หมู่บ้านป่าหวอ หมู่บ้านเหล่า หมู่บ้านป่าสักขวาง หมู่บ้านที่มีการทอมากที่สุดคือหมู่บ้านสันเหนือ

2) แหล่งที่ยังมีการผลิตในปัจจุบัน ได้แก่ ร้านชินวัตรพาณิชย์ และกลุ่มบริษัท ห้างร้านที่ผลิตแสดงตามถนนสายเชียงใหม่ ล้านกำแพง อันได้แก่ 1) เล่งหงษ์ 2) โจลี 3) เชียงใหม่ไหมไทย และ 4) เลอบอมบิก



ภาพ 3.2 แผนที่แสดงแหล่งผลิต

สัญลักษณ์ [ ] ยังคงมีการผลิตหรือจำหน่าย

● เลิกผลิต

ที่มา : การสำรวจและการสัมภาษณ์, 2532.

3.3 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งแหล่งผลิตผ้าไหมล้านกำแพง ด้วยความต่างที่เป็นลักษณะของการผลิตผ้าไหมล้านกำแพงทำให้สามารถจำแนกการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งของแหล่งผลิตได้ 2 ลักษณะคือ

3.3.1 แหล่งผลิตผ้าไหมล้านกำแพงในกลุ่มผู้ทอ กลุ่มผู้ทอผ้าไหมล้านกำแพงซึ่งเป็นกลุ่มทอรับจ้างหรือกลุ่มชาวบ้าน จะกระจายไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ กลุ่มผู้ลงทุน อันได้แก่ หมู่บ้านสันเหนือ หมู่บ้านสันใต้ หมู่บ้านป่าเหว หมู่บ้านบ้านเหล่า หมู่บ้านสันป่าสักขวาง ซึ่งจะขยายออกไปยังหมู่บ้านที่ไกลมากขึ้นตามความต้องการของตลาด กล่าวคือ ในช่วงที่การตลาดผ้าไหมดำเนินไปได้ดี หมู่บ้านที่รับทอก็จะขยายออกไปไกลขึ้น เมื่อกิจการการตลาดเริ่มซบเซา หมู่บ้านที่รับจ้างทอก็เริ่มลดลง และขาดช่วงไป หยุดการทอในที่สุด

3.3.2 แหล่งผลิตผ้าไหมในกลุ่มผู้ลงทุน ได้แก่ กลุ่มผู้ลงทุนผลิตและดำเนินกิจการการตลาดของผ้าไหมล้านกำแพง ในระยะแรกเริ่ม และในระยะที่ไหมล้านกำแพงเป็นที่นิยม แหล่งผลิตดังกล่าวตั้งอยู่รวมกันเป็นกระจุกในเขตอำเภอล้านกำแพง ริมถนนสายเชียงใหม่-ล้านกำแพง อันได้แก่ ร้านชินวัตรพาณิชย์ ร้านพรหมชนะ และร้านเพียรกุลศล โดยอยู่ห่างจากเขตเมืองเชียงใหม่ประมาณ 12 กิโลเมตร

การรวมตัวกันทั้ง 3 ร้านทำให้มีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่อำเภอล้านกำแพงเป็นอย่างมาก ต่อมาภายหลังกิจการการตลาดเริ่มซบเซา ร้านพรหมชนะปิดกิจการผ้าไหม ร้านเพียรกุลศล เปลี่ยนแปลงกิจการ คงเหลือแต่ร้านชินวัตรพาณิชย์ที่ยังดำเนินการอยู่ และในปัจจุบันได้มีกลุ่มผู้ลงทุนรายใหม่ได้เข้ามาดำเนินการอันได้แก่ ร้าน อ.เพียรกุลศล ร้านชินวัตรไหมไทย เล่งหงษ์โจลี เชียงใหม่ไหมไทย และเลอบอมบิก กลุ่มที่ตั้งของผู้ดำเนินการไหมในปัจจุบันไม่ได้ยึดติดกับตลาดล้านกำแพงหรือบ้านกาตอีกต่อไป ได้เคลื่อนตัวเข้าใกล้เมืองเชียงใหม่มากขึ้น โดยเรียงรายไปตามถนนสายเชียงใหม่-ล้านกำแพง โดยเหตุผลหลักเพื่อลดการเสียเวลาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้าสู่ตลาดล้านกำแพง เพราะผู้ดำเนินการบางรายตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ เพียงแต่อยู่ในย่านของเขตถนนสายเชียงใหม่ ล้านกำแพง เท่านั้น

ตัวอย่างที่สามารถอธิบายได้อย่างเด่นชัดของทำเลที่ตั้งแหล่งดำเนินกิจการไหมล้านกำแพงในปัจจุบันที่ผูกพันกับตลาดอย่างสูงก็คือ ร้านชินวัตรไหมไทย และร้าน อ.เพียรกุลศล ซึ่งเป็นร้านที่มีความเกี่ยวข้องกับร้านชินวัตรพาณิชย์ และร้านเพียรกุลศลเดิมก็ได้เคลื่อนย้ายแหล่งดำเนินกิจการให้เข้าใกล้เมืองด้วย เป็นไปตามกระแสของการตลาด ซึ่งจะวิเคราะห์อย่างละเอียดในบทต่อไป

## บทที่ 4

### การเปลี่ยนแปลงการผลิตบทบาททางสังคมของ ผ้าไหมล้านกำแพง

พัฒนาการของไหมล้านกำแพงมีพัฒนาการที่เป็นเอกลักษณ์จนสามารถนำมาเป็นรูปแบบ (Model) ในการพัฒนาอุตสาหกรรม หัตถกรรมประเภทอื่นได้เป็นอย่างดีในด้านรูปแบบของหัตถกรรมท้องถิ่นที่ถูกพัฒนาขึ้นให้เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของพื้นที่ภายใต้วัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างสูงสุด มีช่วงระยะเวลาที่เจริญรุ่งเรืองและเสื่อมตามกระแส เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ สามารถจำแนกรายละเอียดออกเป็นด้าน ๆ ดังนี้

#### 4.1 ประวัติของการผลิตไหมล้านกำแพง

จากการศึกษาสามารถจำแนกการผลิตไหมล้านกำแพงออกเป็น 3 ช่วง คือ

##### 4.1.1 การผลิตในยุคแรกเริ่ม (ก่อน พ.ศ. 2478)

เป็นการผลิตในช่วงเวลาประมาณ 100 กว่าปี เป็นการผลิตในยุคแรกเริ่มของการผลิตเกิดเนื่องมาจากมีพ่อค้ากลุ่มหนึ่งที่ค้าขายระหว่างเมือง ได้นำผ้าไหมจากจีนเข้ามาจำหน่ายในเชียงใหม่ ซึ่งนำมาจากประเทศพม่า (ปลาย้อ ทองสวัสดิ์, 2537) และจากญวนาน ประเทศจีน (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2537) ผ้าไหมดังกล่าวจะถูกลำเลียงมาทางบกโดยพ่อค้าชาวจีนฮ่อเงี้ยว และคนไทย โดยมีเส้นทางการค้าที่สำคัญ คือ เส้นทางมะละแหม่ง-แม่ฮ่องสอน-เชียงใหม่ ผ้าไหมเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในเชียงใหม่ แต่ก็จัดเป็นสินค้าที่มีราคาสูง

ต่อมาได้มีกลุ่มพ่อค้าล้านกำแพงที่ได้เดินทางค้าขายกับประเทศพม่าได้นำไหมดิบเข้ามายังเชียงใหม่ และนำมาทอในเชียงใหม่ จัดเป็นระยะแรกของการทอผ้าไหม ก่อนหน้านั้นจากหลักฐานส่วนใหญ่จะพบแต่การทอผ้าฝ้าย ดังหลักฐานที่แสดงให้เห็นเช่น ในอัครดัมภีร์แห่งพุทธโฆษาจารย์เจ้า ได้ว่าอรรถดัมภีร์ที่กำเนิดในยุคของพระเจ้ากือนา จนถึงรัชสมัยพระยาอดิเชียงรายครองเมือง

เชียงใหม่ ซึ่งได้บรรยายเกี่ยวกับการว่าความที่เป็นหลักฐานเรื่องจริงเกิดขึ้นจริง จะปรากฏข้อความเกี่ยวกับการใช้เส้นใยฝ้าย

"...ข้าบันฝ้ายและพันพำฝ้ายดอกได้ 300 ฝ้ายเส้น ชาย 100 ฝ้ายเส้นได้ 800 เบี้ย..." เป็นต้น ไม่ปรากฏการทอไหมในการรวบรวมอรรถคดีเลย

ผ้าไหมที่ใช้ในเชียงใหม่ในช่วงแรกไม่ได้ผลิตในเชียงใหม่ ต่อมาเมื่อมีการนำเอาเส้นไหมจากพม่าและจีนเข้าสู่เชียงใหม่ โดยทางบกผ่านพ่อค้ากองคาราวาน ทั้งม้าวัวต่างตลอดจนช้าง การทอผ้าไหมจึงเกิดขึ้นในเขตล้านก่าแพงจึงเป็นแหล่งที่ทอผ้าไหมขึ้น การทอผ้าไหมในช่วงแรกเป็นการทอของกลุ่มพ่อค้าที่นำไหมเข้าสู่ล้านก่าแพงเอง กลุ่มพ่อค้าในช่วงแรกได้แก่

- 1) นายเชียง ชินวัตร ต้นตระกูลชินวัตร
- 2) นายปิ้ง จิโน ต้นตระกูลเพียรกุล และพรหมชนะ

ต่อมาได้นำการทอผ้าไหมออกสู่ชาวบ้านในลักษณะของการจ้างทอ ส่วนกลุ่มพ่อค้ากลุ่มแรกได้ปรับเปลี่ยนเป็นผู้ลงทุน จ้างชาวบ้านทอ เมื่อได้ผ้าไหมออกมาก็ำออกจำหน่ายในท้องถิ่นและส่งขายประเทศพม่า การส่งไหมไปยังพม่าได้กระจายไปยังพ่อค้ารายย่อยอื่น ๆ ด้วย "พ่อของยายไปรับผ้าไหมของพ่อเชียงขึ้นช้างต่างไปแลกทองคำที่เมืองกุลา ย่างกุ้ง" (แม่คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์, 2537)

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไหมในช่วงแรกจะอยู่ในรูปแบบของ

- 1) ผ้าชิ้นลายเส้นได้แก่ ผ้าถุงสี่ชั้น
- 2) ผ้าซึ่งลายเขียนลาย, ก่าน ได้แก่ ผ้าถุงมีลายเชิงตามแนวนอน
- 3) โสร่งลายตาราง (กึ่งแก้ว ไชยคุปต์ เพียรกุล, สัมภาษณ์, 2537)

แหล่งผลิตในยุคแรกได้แก่ หมู่บ้านสันเหนือ อำเภอล้านก่าแพง เชียงใหม่ ต่อมาได้กระจายไปสู่หมู่บ้านอื่น ๆ ได้แก่ หมู่บ้านสันใต้ หมู่บ้านป่าหว หมู่บ้านป่าลึกขวาง หมู่บ้านปุดา หมู่บ้านป่าไผ่ หมู่บ้านทรายมูล หมู่บ้านป่าเส้า เป็นต้น ซึ่งหมู่บ้านดังกล่าวจัดอยู่ในกลุ่ม "ผู้รับจ้างทอ" ไม่มีส่วนในการผลิตอันได้แก่การกำหนดสีเส้น ความกว้าง ตลอดจนการตลาดของผ้าไหมเลย

ในด้านการตลาด การจำหน่ายจะอยู่ในท้องถิ่นและส่งขายในเมืองต่าง ๆ ในประเทศพม่า ในลักษณะของกองคาราวาน สินค้าหรือการค้าวัวต่าง ซึ่งเป็นการค้าหลักในสมัยนั้น ซึ่งการติดต่อค้าขายกับหัวเมืองในประเทศพม่ายังมีการติดต่อกันมากกว่า หัวเมืองทางทิศใต้ อันได้แก่เมืองทางภาคกลางของไทย

#### 4.1.2 ยุคทองของผ้าไหมสันกำแพง (พ.ศ. 2478-พ.ศ. 2525)

ไหมสันกำแพงได้ผลิตขึ้นและขายสู่ตลาดเมื่อดำเนินได้ 1 ชั่วโมง การผลิตเข้าสู่รุ่นที่สองซึ่งเป็นรุ่นลูกเป็นรุ่นเจริญรุ่งเรืองที่สุดในยุคนี้ การทอผ้าไหมที่สันกำแพงได้เจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจาก

1) ความสามารถในการเปิดตลาดให้กว้างขึ้น ในช่วงแรกตลาดของไหมสันกำแพงจะอยู่ในท้องถิ่นและหัวเมืองของพม่า ต่อมากลุ่มผู้ลงทุนได้เปิดตลาดกรุงเทพ "ช่วงนั้นได้นำไหมใส่กระเป๋ามาไปส่งร้านแถบพาทูร์ต สุริวงค์ ตรอกโอเรนเทล สีส้ม ขึ้นรถไฟไป" (กิ่งแก้ว ไชยคุปต์ (เพียรกุล) สัมภาษณ์, 2537) "ขึ้นรถไฟไปส่งไหมที่กรุงเทพฯคนเดียว หอบไหมใส่กล่อง ต้องเดินทางขึ้นลงกรุงเทพฯ เพื่อส่งไหมตลอด ทั้ง ๆ ที่ยังเด็ก เวลาอรบเงินก็นั่งอยู่หน้าร้าน บางครั้งก็ได้ร้านค้าที่เป็นลูกค้าเพิ่มขึ้น" (บึงอร อุประ สัมภาษณ์, 2537) ตลาดไหมสันกำแพงกว้างขึ้นในขณะที่ตลาดส่งในท้องถิ่น เช่น แถบตลาดวโรรส ตรอกเล่าโจ้ว ก็เพิ่มการสั่งซื้อมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก "ความเป็นไหมสันกำแพง" ได้รับการกล่าวขาน และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในยุคนั้น

2) การเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟระหว่างกรุงเทพและเชียงใหม่ ในช่วงปี พ.ศ. 2464 ทางรถไฟสายกรุงเทพ-เชียงใหม่ได้เปิดกิจการ ได้ส่งผลต่อไหมสันกำแพงใน 2 ลักษณะ คือ

ก) เชียงใหม่กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการกล่าวขานในด้านเป็นเมืองเก่าแก่ มีวัฒนธรรมอันดีงาม ธรรมชาติสวยงาม เชียงใหม่เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวในประเทศและจากต่างประเทศ

ทางการรถไฟได้จัดขบวนพิเศษเพื่อนำนักท่องเที่ยวสู่จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ในช่วงปี พ.ศ. 2475 (คล้าย เพ็ชรกล้า, 2476) สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักนอกเหนือจากพระธาตุดอยสุเทพ น้ำตกห้วยแก้ว ถ้ำเชียงดาว ฯลฯ ก็คือสันกำแพงแหล่งผลิตผ้าไหมอันลือชื่อ ทำให้ชื่อเสียงของไหมสันกำแพงกว้างขวางขึ้นเป็นที่รู้จักมากขึ้นและประสบผลสำเร็จในด้านการตลาดอย่างสูงสุด ก่อให้เกิดการเพิ่มการผลิตเป็นอย่างมากในช่วงนี้

ข) ตลาดผ้าไหมขยายตัวขึ้น ผลิตภัณ์ที่ถูปรับให้ตอบสนองนักท่องเที่ยวมากขึ้น เมื่อตลาดมีการเปิดรับไหมสันกำแพงมากขึ้น ความต้องการของตลาดได้มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณ์ที่ไหมสันกำแพง ในยุคแรกผลิตภัณ์จะเป็นผ้าชิ้น โสร่ง ซึ่งตอบสนองความต้องการในท้องถิ่น

ได้ปรับเปลี่ยนเป็น 1) ผ้าสีสำหรับตัดเสื้อ 2) ผ้าโพกศีรษะ 3) ผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น เช่น เนคไทไหม ชุดรองน้ำชา (Tea Set) ปลอกหมอนอิง กระเป๋าถือสตรี ฯลฯ

3) การสนับสนุนของรัฐบาล ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2478 รัฐบาลได้เข้ามาส่งเสริมอุตสาหกรรมผ้าไหม อันส่งผลให้เกิดการสนับสนุนให้ใช้กี่กระตุกเข้ามาแทนที่กี่ธรรมดา และการตั้งโรงงานทอผ้าไหมขึ้น

#### 4.1.3 ผ้าไหมสันกำแพงในยุคปัจจุบัน (หลัง พ.ศ. 2515)

ในปัจจุบันแหล่งที่ดำเนินธุรกิจไหมสันกำแพง ได้แก่ 1) ชินวัตรพาณิชย์ ชินวัตรไหมไทย 2) อ.เพ็ญรุศล 3) บริษัทเล่งหงษ์ไหมไทย 4) บริษัทเลอบอมบิก 5) บริษัทเชียงใหม่ไทยซิลค์ 6) โจลี่ไหมไทย ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทห้างร้านที่ตั้งอยู่ตามถนนเชียงใหม่-สันกำแพงทั้งสิ้น ส่วนใหญ่จะดำเนินในด้านการตลาด ส่วนในด้านการผลิตจะมีเพียงการแสดงการทอให้ลูกค้าชมเท่านั้น

4.2 ลักษณะและความเปลี่ยนแปลงการผลิตของผ้าไหมสันกำแพงจากยุคแรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน แม้พัฒนาการของไหมสันกำแพงจะมีพัฒนาการการผลิตไม่ยาวนานมากนัก แต่สามารถมองเห็นความเปลี่ยนแปลงได้ ดังนี้

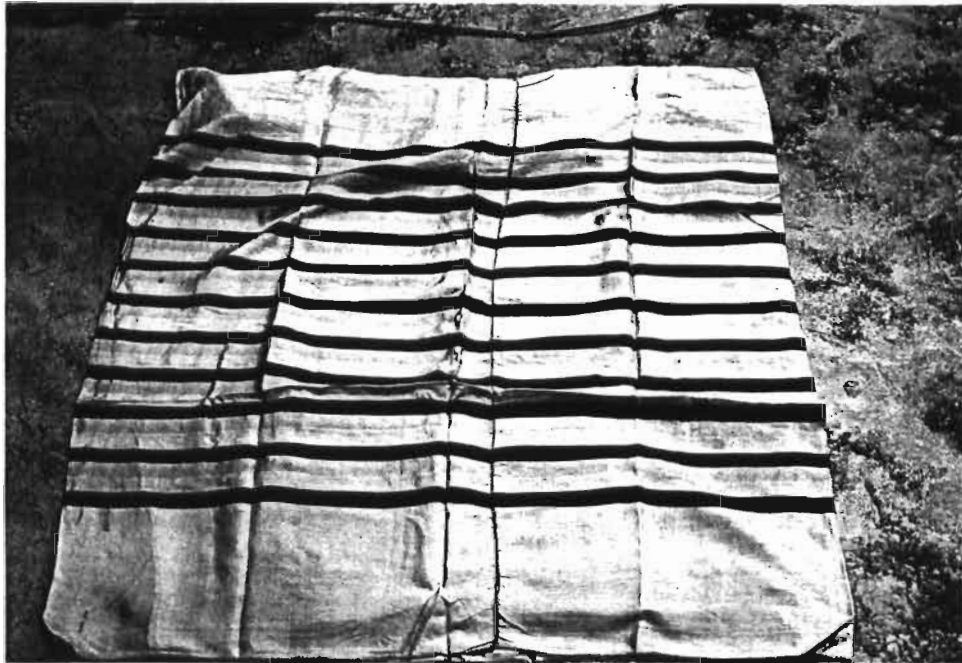
4.2.1 ลักษณะการผลิตผ้าไหมสันกำแพงยุคแรกเริ่ม ในยุคแรกเริ่มวัตถุดิบหรือเส้นไหมได้มาจากพม่าและจีน โดยผ่านการค้ากองคาราวานทางบกในลักษณะของการค้าช้าง ม้าต่างวัวต่างเขี้ยวระหว่างเชียงใหม่กับเมืองต่าง ๆ ในพม่า เมื่อได้ไหมแล้วนำมาทอโดยกลุ่มพ่อค้าซึ่งจัดเป็น "ผู้ลงทุน" จ้างชาวบ้านทอ และนำไปขายในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ คือ

ก. ผ้าชิ้น ชิ้นไหมสันกำแพง จะมีลายในแนวนอน ทั้งนี้เนื่องจากการสลับเส้นไหมในเส้นยืน ลายดังกล่าวอาจจะปรากฏเป็นลายพาดเป็นระยะทั้งผืนของชิ้น หรือเฉพาะต้นชิ้น (เชิงผ้าถุง) ก็ได้สีที่ปรากฏจะพบ 2-3 สีสลับกันไป จะไม่มีความซับซ้อนเรื่องสีมากนัก สีที่นิยมผลิตได้แก่ สีชมพู สีเหลือง สีเทา

ข. โสร่ง การผลิตโสร่งก็มีลักษณะเดียวกันกับการผลิตผ้าซึ่งเพียงแต่การทอโสร่งต้องสลับด้านต่างสีในด้านเส้นพุ่งเป็นระยะ ๆ จะทำให้เกิดลายตารางหรือลายหมากรุก



ภาพ 4.1 ผ้าชิ้นไหมสันกำแพง "ชิ้นลายก่าน" หรือ "ชิ้นลายเคียน" เกิดจากการวางไหมสลับ  
ในเส้นยืน เฉพาะเชิง  
เจ้าของ : แม่คำใส มหาพรหม อายุ 65 ปี



ภาพ 4.2 ผ้าชิ้นไหมสันกำแพง "ซิ่นลายก่าน" หรือ "ซิ่นลายเคียน" ทั้งผืน  
เจ้าของ : แม่คำใส มหาพรหม อายุ 65 ปี

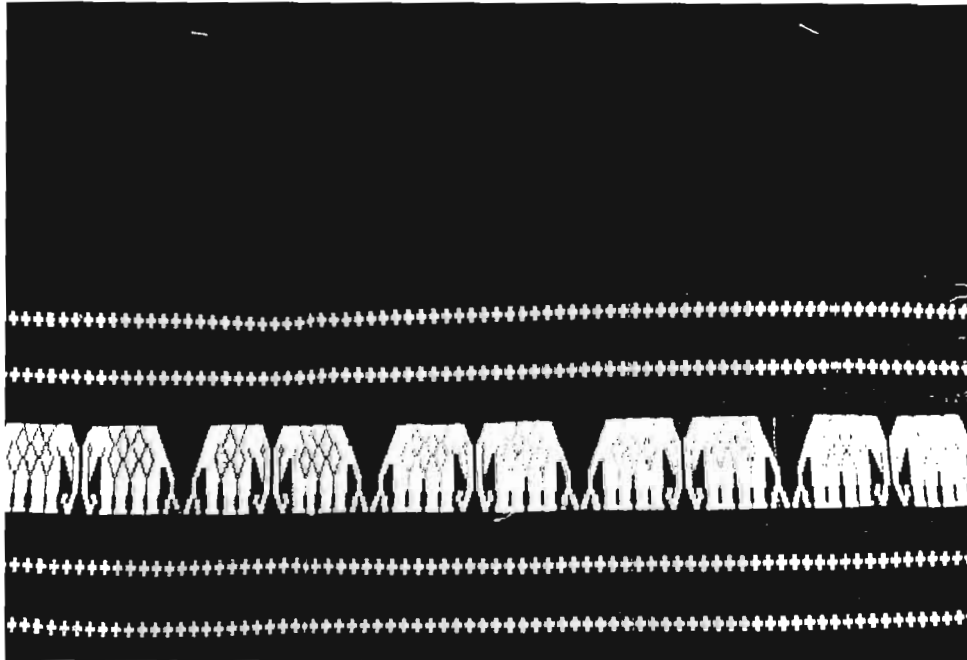
การตลาดของผ้าไหมในยุคแรกเริ่ม "ผู้ลงทุน" จะดำเนินการจำหน่ายเองหรือขายให้แก่อู่ค้าในท้องถิ่น แล้วนำไปจำหน่ายในรูปของกองคาราวาน ม้าต่าง วัวต่าง เช่นกัน การค้าจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ และรอนแรมใช้เวลานานในการจำหน่าย

ลักษณะการผลิตผ้าไหมสันกำแพงในยุครุ่งเรือง ในยุคนี้การตลาดมีส่วนในการกำหนดทั้งปริมาณและลักษณะผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในช่วงนี้ เส้นไหมจะมาจากญี่ปุ่น จีน และพม่า โดยผ่านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านกรุงเทพฯ เข้าสู่เชียงใหม่โดยเส้นทางรถไฟ เมื่อวัตถุประสงค์ใหม่เปลี่ยนทำให้คุณภาพของผ้าไทยเปลี่ยนแปลงไปด้วย "ไหมญี่ปุ่นเส้นเล็ก ทำให้ได้ผ้าไหมเนียนและบางขึ้น" (แม่คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์ 2537) ผ้าไหมที่ได้มีคุณภาพดีขึ้น ประกอบกับในช่วงนี้เกิดการเปลี่ยนการทอจากกี่ธรรมดาเป็นกี่กระตุกทำให้รวดเร็วขึ้น "กี่กระตุกทำให้ผ้าไหมแน่นขึ้น" (แม่บังอร อุประการ, สัมภาษณ์ 2537) การทอมีการย้อมสีโดยใช้สีเคมีที่เรียกว่า "สีเยอรมัน" ทำให้สีสดใสและหลากสีขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้ปรับเปลี่ยนให้ตอบสนอง การท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น เช่น

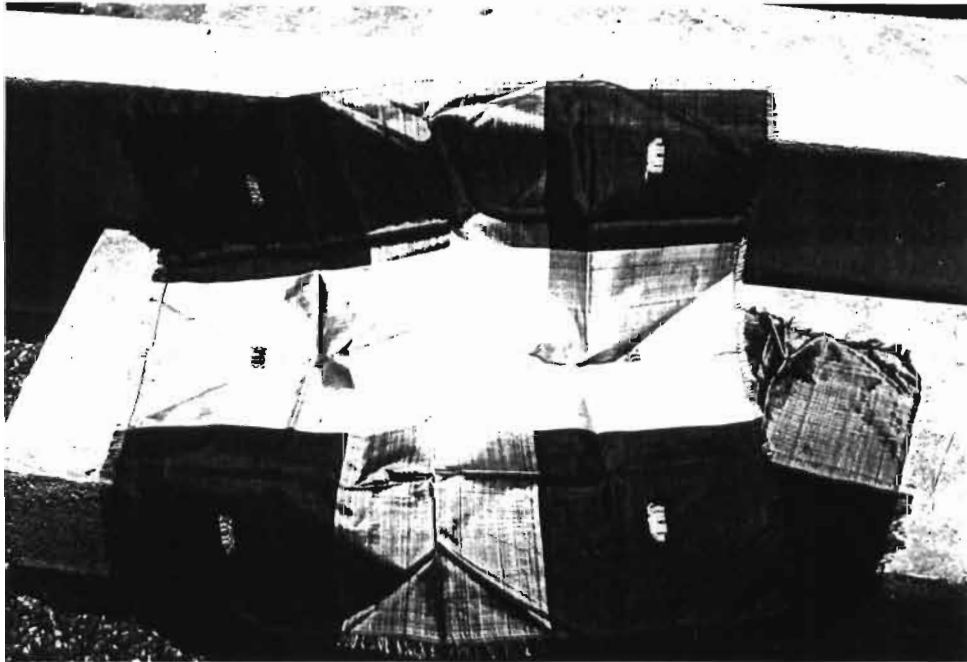
- ผ้าขึ้น มีการเพิ่มสีเส้นมากขึ้นโดยสลับเป็นแถบขนาดต่าง ๆ ในแนวนอน
- ผ้าตัดเสื้อ เริ่มมีการทอผ้าสีล้วนขายเป็นหลาเพื่อให้ลูกค้านำไปตัดเป็นเสื้อและกระโปรงเพื่อตอบสนองสตรีกรุงเทพฯ
- สไบ คือผ้าผืนสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความยาวประมาณ 1-2 เมตร ใช้ห่มเฉียงพาดบ่า
- ผ้าโพกศีรษะ ในยุคนั้นสตรีไทยนิยมผ้าโพกศีรษะมากจึงมีการผลิตขึ้น โดยทำเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีความกว้างความยาวประมาณ 80 เซนติเมตร

ในยุคนี้เริ่มมีการดัดแปลงไหมสันกำแพงให้อยู่ในลักษณะผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น เช่น เนคไท กระเป๋า ชุดรองน้ำชา (Tea Set) แล้วแต่ว่าแต่ละร้านจะมีการคิดผลิตภัณฑ์ขึ้นมา เช่น ร้านเพียรกุลได้นำเศษผ้ามาผลิตชุดรองน้ำชา โดยได้แนวคิดมาจากรูปภาพของชาวญี่ปุ่น เป็นต้น ในตอนหลังของยุคนี้ รูปแบบของไหมสันกำแพงได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ 2 ลักษณะ เด่น ๆ คือ

- 1) การทอยกดอก เป็นการทอแล้วยกดอกให้เกิดเป็นรูปที่นิยมได้แก่ รูปช้าง "เมื่อก่อนไปหัดทอยกดอกมาจากลำพูน เจ้าโสภณ เชียงใหม่ เป็นผู้สอน หัดกับเขาพอเป็นแล้วก็มาสอนชาวบ้านที่บ้าน" (แม่บังอร อุประการ, สัมภาษณ์, 2537) การทอยกดอกจะปรากฏในผ้าคลุมผมและผ้าสไบ

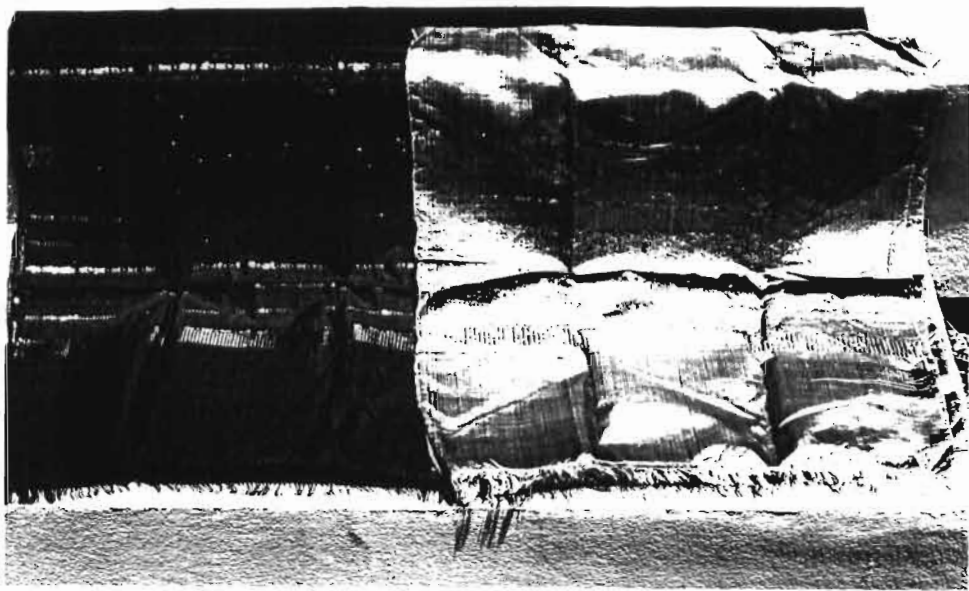


ภาพ 4.3 การทอยกดอกรูปช้างในผ้าคลุมผมที่นำเทคนิคการทอเข้ามาเสริมในช่วงหลัง เทคนิค  
ดังกล่าวได้มาจากจังหวัดลำพูน  
เจ้าของ : แม่บังอร อุประ



ภาพ 4.4 ผ้าคลุมผม ปรากฏการทอยกดอก "รูปช้าง"

เจ้าของ : แม่บังอร อุ পারে



ภาพ 4.5 ผ้าคลุมผม ลินค้ำที่พัฒนาขึ้นในช่วงหลัง ปรากฏการสอดด้นทองในการทอ  
เจ้าของ : แม่บังอร อุป่าระ

2) การพิมพ์ลายลงบนผ้าไหมสีพื้น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีการพิมพ์ลายลงบนผ้าไหมสีพื้น เป็นลวดลายต่าง ๆ เช่น รูปดอกไม้ การพิมพ์ลายในช่วงแรก ผู้ลงทุนจะนำผ้าไปจ้างพิมพ์ที่กรุงเทพแล้วนำกลับมาขายที่เชียงใหม่ ต่อมาได้มีการพิมพ์ลายขึ้นเองในเชียงใหม่

ลักษณะผ้าไหมสีพื้นในปัจจุบัน การค้าและการท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏในปัจจุบันจะตอบสนองนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อต่างถิ่นมากขึ้น บริษัทห้างร้านที่จำหน่ายผ้าไหมสีพื้นเก่าแก่จะไม่ได้คำนึงถึงตลาดท้องถิ่น เช่น มีผ้าชิ้นแบบดั้งเดิมจำหน่ายน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นผ้าไหมที่ขายสำหรับการนำไปตัดเชิงในรูปแบบอื่น ซึ่งขายในลักษณะของผ้าตัดเสื้อโดยทั่วไป ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ปรากฏมากขึ้น เช่น เนคไท กระเป๋าสตรี ที่ใส่ลิปสติก กรอบรูป เป็นต้น

4.3 โครงข่ายทางสังคมในการผลิตผ้าไหมสีพื้น ลักษณะเฉพาะในการผลิตผ้าไหมสีพื้นเก่าแก่อยู่ที่การผลิตจะมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนของบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ลงทุน และกลุ่มผู้ทอ

1) กลุ่มผู้ลงทุน กลุ่มผู้ลงทุนจะเป็นกลุ่มที่ริเริ่มการทอไหมในสีพื้นเก่าแก่ อันได้แก่ตระกูลชินวัตร ตระกูลเพ็ชรกุล และตระกูลพรหมชนะ ซึ่งได้เริ่มจากการค้าขาย "ม้าต่าง วัวต่าง" ระหว่างเมือง นำเส้นไหม เข้าสู่เชียงใหม่ แล้วทำการจ้างชาวบ้านทอด้วยกี่ธรรมดา โดยผู้ลงทุนจะมีหน้าที่จัดหาเส้นไหม ย้อมไหม และที่สำคัญคือผู้ลงทุนต้องทำการเก็บเขา การย้อม หรือการวางด้ายในเส้นยืนในกี่ทุกตัว

ในช่วงแรก จะเห็นได้ว่าผู้ลงทุนจัดได้เป็น "แรงงานทักษะ" ในขณะที่ผู้ทอจักเป็น "แรงงาน" ในการทอเพียงอย่างเดียว ผู้ลงทุนจะเป็นผู้กำหนดลวดลาย สีพื้น ในการผลิต ตลอดจนการตลาดทั้งหมด การจัดการในกระบวนการทอไหมสีพื้นเก่าแก่จึงอยู่ที่ผู้ลงทุนแทบจะครบทั้งวงจร ในขณะที่กลุ่มผู้ทอเป็นเพียง "ผู้รับจ้างทอผ้า" สอดด้ายเส้นพุ่งและกระแทกให้แน่นเท่านั้น กลุ่มผู้ลงทุนจึงมีบทบาทสูงต่อการเกิด การดำรง ของไหมสีพื้นเก่าแก่ เนื่องจากผู้ลงทุนได้คุมบทบาทการผลิต บทบาททางการตลาดและการควบคุมการลงทุน

ทักษะในการผลิต การตลาด และการลงทุน จะถูกสืบทอดโดยผ่านระบบเครือญาติ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกันอยู่ใน 3 ตระกูลอันได้แก่ ตระกูลชินวัตร ตระกูลเพ็ชรกุลและตระกูลพรหมชนะ

การควบคุมทักษะการผลิต การลงทุน และโครงข่ายทางการตลาด ทำให้การลงทุนจะ สืบทอดไปในกลุ่มเครือญาติ ของตระกูลชินวัตร ตระกูลเพียรกุล และตระกูลพรหมชนะ ซึ่งเป็นบ่อ เกิดของร้านขายผ้าไหม 3 ร้าน ในอำเภอสันกำแพง คือ ร้านชินวัตรพาณิชย์ ร้านพรหมชนะ และ ร้านเพียรกุล ซึ่งตั้งอยู่ในทำเลที่อยู่ติดกันทั้ง 3 ร้าน สร้างความรุ่งโรจน์ประสบผลสำเร็จใน กิจการค้าขายผ้าไหม ส่งผลให้ผ้าไหมสันกำแพงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามการค้า ขายผ้าไหมไม่ได้เกิดขึ้นเพียงสามร้านเท่านั้น ยังอยู่ในกลุ่มเครือญาติซึ่งจัดเป็นผู้ลงทุนแต่ไม่ได้เปิดร้านค้า เน้นการขายส่งเป็นหลัก เช่น กลุ่มของ แม่บังอร อุประ แม่อำนวย อินทจักร แม่ศรีแก้ว ญาณसार แม่คำป้อ พรหมชนะ แม่ศรีไล พรหมชนะ เป็นต้น

2) กลุ่มชาวบ้านผู้ทอ หลังจากที่มีผู้ลงทุนได้ทำการวางด้ายไหม เส้นยืน ย้วยลาย เก็บ เขา แล้ว ชาวบ้านก็จะรับจ้างทอไหมซึ่งจะทำการทอที่บ้านผู้ทอเอาเมื่อทอเสร็จ จะได้ผ้าไหม 1 ผืนหรือที่เรียกว่า 1 เครือ<sup>1</sup> ผู้ลงทุนก็จะมาตัดและจ่ายค่าจ้าง เสร็จแล้วก็จะทำการ "รีว" หรือ "สืบ" ไหมในเครือต่อไป

กลุ่มชาวบ้านผู้ทอจะทอไหมบริเวณใต้ถุนบ้าน ผู้ทอจะเป็นผู้หญิง จะได้รับค่าจ้างทอต่อ เครือ โดยปกติ 1 เครือจะใช้เวลาทอประมาณ 3 อาทิตย์ ผู้ทอจะไม่ได้ทำการย้อม หรือการเก็บ เขาเลย "ทำไม่เป็น ปวดหัว" (อำไพ จันทรคำ, สัมภาษณ์, 2537) "มันยุ่ง ทำไม่ได้" (คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์, 2537)

โดยสรุปแล้วผ้าไหมสันกำแพงจะเกี่ยวข้องกับบุคคลสองกลุ่มคือกลุ่มผู้ลงทุน และกลุ่มชาว บ้านที่รับจ้างทอ กลุ่มผู้ลงทุนจะเป็นกลุ่มที่มีบทบาททั้งการลงทุน การผลิต และการตลาด มีบทบาท ต่อผ้าไหมสันกำแพงสูงต่อพัฒนาการไหมสันกำแพงและกลุ่มผู้ลงทุนในกิจการไหมสันกำแพงทั้งหมดยัง เกี่ยวข้องเป็นเครือญาติกันทั้งสิ้น

#### 4.4 กลยุทธ์ทางการตลาดของผ้าไหมสันกำแพง

แม้ว่ากิจการค้าผ้าไหมสันกำแพงจะตกอยู่ภายใต้การลงทุนของ "ผู้ลงทุน" เพียง 3 ตระกูล แต่กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผลักดันให้ไหมสันกำแพงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จนกระทั่ง สามารถผลักดันให้ "ผ้าไหม" เป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ (Spatial Symbol) ของอำเภอสันกำแพง

<sup>1</sup> เครือ จะมีความยาวประมาณ 25 เมตร ใช้ทำผ้าชิ้นได้ 15-17 ผืน

และผลักดันให้อำเภอล้านกำแพงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ได้ตั้งแต่การท่องเที่ยวของเชียงใหม่เริ่มเปิดตัวจนถึงปัจจุบัน ล้านกำแพงได้กลายเป็นแหล่งสินค้าหัตถกรรม มีศักยภาพที่จะดึงดูดงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่เข้าไปตั้งกิจการในล้นกำแพง เช่น เครื่องปั้นดินเผา (แหล่งผลิตเดิม อ.หางดง อ.แม่วิม) ไม้แกะสลัก (แหล่งผลิตเดิม อ.หางดง) เครื่องเงิน (แหล่งผลิตเดิม อ.เมือง) ฯลฯ จนกระทั่งถนนสายเชียงใหม่-ล้นกำแพง ได้รับการสนับสนุนให้เป็น "ถนนสายหัตถกรรม"

4.4.1 กลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการไหมล้นกำแพงในยุคแรกเริ่ม (ก่อน พ.ศ. 2478) แม้ว่าในยุคนี้จะไม่มีความต่างกับยุคหลัง ๆ ในด้านความสัมพันธ์ของ "กลุ่มผู้ลงทุน" และ "กลุ่มผู้ทอผ้า" กล่าวคือ กลุ่มผู้ลงทุนจะเป็นผู้จัดการในด้านการทอแทบทุกด้าน กลุ่มผู้ทอผ้าอยู่ในฐานะเพียงผู้รับจ้างทอ แต่กลยุทธ์ในด้านการตลาดในยุคนี้มีลักษณะบางประการที่น่าศึกษาแตกต่างยุคหลัง ๆ ดังนี้

1. การผลิตไหมล้นกำแพงเป็นการผลิตที่เน้นทางด้านการค้าเป็นสำคัญ โดยปกติแล้วการทอผ้าฝ้ายจะเป็นการผลิตที่ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ เมื่อผลิตมากขึ้นจึงเข้าสู่ระบบของการค้า แต่การผลิตไหมล้นกำแพงจะเริ่มต้นจาก "การค้า" โดยตรงและเกิดการทอผ้าไหมล้นกำแพงขึ้นก็เนื่องมาจากระบบการค้า ดังประวัติของผ้าไหมชินวัตรซึ่งอ้างว่าเป็นผู้เริ่มกิจการผ้าไหมขึ้นในล้นกำแพงได้กล่าวว่า"

"หลังจากคุณแม่ทองดีถึงแก่กรรมในปี พ.ศ. 2458 คุณพ่อเส็งจึงได้อพยพครอบครัวมาตั้งหลักแหล่งสุดท้ายที่บ้านกาดหรือกาดเสมียนตรา อำเภอล้นกำแพง เนื่องจากนายเชียง ชินวัตร เป็นลูกชายคนโต อันถือเป็นกำลังสำคัญของครอบครัวในด้านการค้าขาย ในขั้นต้นได้ทำการค้าช้าง ม้าต่าง วัวต่าง ระหว่างเชียงใหม่และพม่า และได้นำไหมดิบจากพม่ามาผลิตเป็นผ้าชิ้น ผ้าโสร่ง แล้วนำกลับไปขายให้พม่า... ต่อมาในปีพ.ศ. 2478 ได้ตั้งโรงงานทอผ้า...ตลอดจนขยายกิจการโรงงานทอผ้าไหมชินวัตรพาณิชย์"

Kattherine A. Bowie ได้ให้ทรรศนะว่า เศรษฐกิจในชนบทภาคเหนือของประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจที่ต้องพึ่งการตลาดไม่ใช่เป็นเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองได้... โดยเฉพาะ

ธุรกิจเกี่ยวกับเส้นใยและสิ่งทอของ เชียงใหม่ เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ทีเดียว...มีการซื้อไหมดิบเข้ามาจากที่อื่น...พ่อค้าในลันกำแพงมักจะมีขบวนวัวต่าง ไว้ขนส่งผ้าไปมาแถวพม่า ลาว และจีนตอนใต้ ที่ลันกำแพงมีการนำไหมเข้ามาจากหลวงพระบาง ลาว และต่อมาก็มีการนำเข้าจากเมืองมณฑลของพม่าด้วย...กองคาราวานวัวต่าง, ของพวกพ่อค้าย่อนำมาจากยูนนานในประเทศจีน สินค้าไหมเหล่านี้ได้แก่ "ไหมดิบ" กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าจุดแรกเริ่มของการผลิตไหมลันกำแพงได้กำเนิดขึ้นมาจากพื้นฐานทางด้านการค้าเป็นสำคัญ โดยการนำไหมดิบเข้ามาทอ แล้วส่งออกขายแตกต่างจากการผลิตผ้าหรือไหมในแหล่งอื่น ที่มาจากพื้นฐานของการผลิตเพื่อพึ่งตนเอง เพื่อใช้ในครัวเรือน เป็นส่วนใหญ่แล้วอาจจะพัฒนาขึ้นมาเป็นการค้าภายหลัง จากบริบทดังกล่าวจะได้ใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ผ้าไหมลันกำแพงในบริบทอื่นต่อไป

2. โครงข่ายทางการค้าของไหมลันกำแพงในยุคแรกเริ่ม ในยุคนี้ผู้ผลิตไหมลันกำแพงหรือผู้ลงทุนก็คือพ่อค้ากองคาราวานวัวต่าง นำไหมดิบจากแหล่งต่าง ๆ อันได้แก่ พม่า จีน ลาว เข้าสู่ลันกำแพง นำมาทอโดยลักษณะของการว่าจ้างชาวบ้าน เมื่อได้ผ้าไหมแล้วก็นำไปรวบรวมแล้วนำไปขายทั้งในเมืองเชียงใหม่และประเทศพม่า

การเดินทางก็จะอยู่ในรูปของกองคาราวานช้างต่าง, วัวต่าง เช่นเดียวกับการนำไหมดิบเข้ามา จะออกเดินทางเร่ขายสินค้า ผู้ที่ออกเร่ขายผ้าไหมจะมี 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ลงทุน เช่น ประวัติของพ่อเส็งแห่งชินวัตรพาณิชย์ ได้กล่าวว่า "... (พ่อเส็ง) ได้นำไหมดิบจากพม่ากลับมาผลิตผ้าไหมเป็นผ้าซึ่ง ผ้าโสร่ง แล้วนำกลับไปขายให้ พม่า การค้าม้าต่าง วัวต่าง ต้องเดินทางด้วยเท้าและต้องใช้ความอดทน อุตสาหวิริยะอย่างแรงกล้า..." 2) กลุ่มพ่อค้าย่อย ในเขตอำเภอลันกำแพง หรือเขตอื่น ๆ ในเชียงใหม่ก็มีพ่อค้ากลุ่มอื่นที่รับซื้อผ้าไหมจากกลุ่มผู้ลงทุนแล้วนำไปเร่ขายในลักษณะกองคาราวานวัวต่างช้างต่างม้าต่าง "พ่อของยายรับผ้าไหมจากพ่อเส็งต่างช้างไปขายที่เมืองกุลา ย่างกุ้ง บางทีก็นำไปแลกกับ (ทอง) คำ" (แม่คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์ 2537) "ส่วนมากแล้วคนเร่ขายผ้าจะเป็นผู้ชาย...จะเดินทางไปขายไกลๆ ได้มากกว่าผู้หญิง...มีทั้งที่พ่อไปขายเองหรือซื้อมาขายต่อ บางคนก็ซื้อมาด้วยเงินเชื่อ เมื่อขายผ้าได้เงินจึงค่อยจ่ายเงินให้เจ้าของผ้า บางครั้งพ่อค้าเร่เหล่านี้ก็เป็นลูกจ้างของผู้ผลิตผ้ารายใหญ่ ๆ ให้เป็นผู้จำหน่ายผ้าให้ หรือให้เป็นผู้เอาสินค้าไปส่งผู้รับซื้อรายใหญ่ต่างถิ่น...ใช้เวลานับเดือนหรือสองเดือนก็มี...นอกจากเร่ขายแล้วยังมีคนที่ขายประจำอยู่ตามตลาดในท้องถิ่น" (Katherine, 2537)

3. พื้นที่ทางการค้า ในยุคนี้ใหม่ล้านกำแพง ส่งออกขายในสองลักษณะคือ 1) ตลาดในท้องถิ่น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นในเมืองเชียงใหม่ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นลักษณะขายส่งให้กับร้านในเมือง เพื่อรอการจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาจากต่างอำเภอต่อไป 2) ตลาดในระดับภูมิภาค จากใหม่ล้านกำแพงเมื่อทอเป็นผ้าไหมจะถูกนำไปจำหน่ายในพื้นที่ต่างๆ กระจายไปตามเส้นทางการค้าในสมัยโบราณ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นเส้นทางทางบกที่เชื่อมระหว่างเชียงใหม่กับเมืองต่าง ๆ ที่อยู่โดยรายรอบ พาหนะที่ใช้คือ ช้างต่าง วัวต่าง จากการสรุปงานของ Katherine, 2537, ชูสิทธิ์, 2527, ปลาย้อ 2537, พบว่าเมืองที่มีการติดต่อค้าขายในลักษณะดังกล่าวได้แก่ ยูนนาน ประเทศจีน หลวงพระบาง ประเทศลาว เชียงตุง เชียงรุ่ง มณฑลเสฉวน เมืองกุลา ย่างกุ้ง เมืองมะละแหม่ง ประเทศพม่า รวมทั้งเมืองอื่น ๆ ในภาคเหนือของไทย เช่น เมืองระแหง (ตาก) เมืองละคอน (ลำปาง) เป็นต้น

4. ระบบการค้า การค้าในยุคแรกเริ่มเป็นไปได้ทั้งระบบแลกเปลี่ยน (Barter System) และระบบเงินตราเป็นสื่อกลาง ซึ่งในย่านนี้ใช้เงินรูปีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ส่วนการแลกเปลี่ยนพบว่า มีการนำไหมจากล้านกำแพงไปแลกเปลี่ยนทองคำจากพม่า (แม่คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์, 2537)

กล่าวได้ว่าการผลิตผ้าไหมล้านกำแพงในระยะแรกเริ่มเป็นการผลิตที่ขึ้นมาจากบทบาททางเศรษฐกิจทางการค้าเป็นสำคัญ การผลิตจะถูกบริหารการผลิตโดยกลุ่มผู้ลงทุนในลักษณะของการว่าจ้างชาวบ้านเป็นผู้ทอ ในด้านการตลาดก็จะถูกบริหารโดยกลุ่มผู้ลงทุนเช่นกัน รูปแบบของการค้าไหมล้านกำแพงจะอยู่ในลักษณะของการค้าขายระหว่างเมืองต่อเมือง เป็นส่วนใหญ่จะกระจายไปอยู่ตามภูมิภาคใกล้เคียง โดยใช้กองคาราวานช้างต่าง วัวต่าง

4.4.2 กลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการไหมล้านกำแพงในยุคทอง (พ.ศ. 2478-2525) ในยุคนี้เป็นยุคที่รุ่งเรืองที่สุดของผ้าไหมล้านกำแพง ในกลุ่มผู้ลงทุนได้ถูกเปลี่ยนมือมาสู่รุ่นลูกและรุ่นหลาน ซึ่งเป็นรุ่นหนุ่มสาวที่มีความคล่องตัวในการบริหารงาน และได้เรียนรู้กระบวนการผลิต เรียนรู้ด้านการตลาด ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ อย่าง ทำให้การค้าผ้าไหมล้านกำแพงเจริญถึงขีดสุด ลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดในยุคนี้มีประเด็นที่เป็นลักษณะเด่นดังนี้

2.1 การค้าผ้าไหมสันกำแพงมีรูปแบบที่เป็นระบบมากขึ้น กล่าวคือได้มีการก่อตั้งร้านขายผ้าไหมของกลุ่มผู้ลงทุนขึ้น อันได้แก่ร้านชินวัตรพาณิชย์ ร้านเพียรกุล และร้านพรหมชนะเป็นหลัก ได้ดำเนินกิจการค้าผ้าไหมสืบต่อจากบรรพบุรุษรุ่นก่อน ในด้านการผลิตยังเป็นการผลิตแบบเดิมคือ ทางกลุ่มผู้ลงทุนจะเป็นผู้ออกแบบลวดลายและสีสันทันหมด และจ้างชาวบ้านเป็นผู้ทอ ในยุคนี้กลุ่มผู้ลงทุนมีทักษะและความชำนาญในการผลิตมากขึ้นทำให้สามารถกุมการผลิตไหมไว้ได้ทั้งหมด กลุ่มผู้ลงทุนได้ปรับตัวเป็นผู้ประกอบการในขณะที่กลุ่มชาวบ้านจัดเป็นเพียงแรงงานทักษะ (Skill Labour) เท่านั้น

ร้านค้าทั้ง 3 ร้านได้ตั้งขึ้นที่บ้านกาด อำเภอสันกำแพง โดยตั้งอยู่บนถนนสันกำแพง เชียงใหม่ อยู่ในละแวกเดียวกันไม่ห่างกันมากนัก ชินวัตรพาณิชย์ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2478 หลังจากนั้นร้านเพียรกุล พรหมชนะ ก็เริ่มดำเนินการ

2.2 การค้าผ้าไหมสันกำแพงในยุคนี้พื้นที่ของตลาดเปลี่ยนทิศทางการค้าไหมในยุคแรกการเดินทางจำหน่ายใช้ระบบกองคาราวานวัวต่างเป็นหลัก พ่อค้าวัวต่างจะเป็นผู้เชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนให้เกิดขึ้น ทิศทางของตลาดก็คือทิศทางหลักที่พ่อค้าวัวต่างเดินทางค้าขายอันได้แก่ 1) เส้นทางมะละแหม่ง-เชียงใหม่ ซึ่งมีความสำคัญมากที่สุดในด้านการค้า 2) เส้นทางมะละแหม่ง-น่าน 3) เส้นทางมะละแหม่ง-แม่ฮ่องสอน 4) เส้นทางมะละแหม่ง-ลำปาง (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2527) ทำให้สินค้าผ้าไหมกระจายไปในภาคเหนือตอนบนและตอนใต้ของพม่าและตอนใต้ของจีน ต่อมาเมื่อมีการสร้างทางรถไฟถึงเชียงใหม่ที่เริ่มเปิดใช้ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2464 และมีการสร้างถนนเชื่อมในจุดต่าง ๆ ทำให้การค้าวัวต่างสิ้นสุดลง การเชื่อมโยงระหว่างเชียงใหม่กับกรุงเทพฯ มีมากขึ้น ทำให้การค้ามุ่งสู่กรุงเทพฯ มากขึ้น โดยในขั้นแรกกลุ่มผู้ลงทุนได้นำผ้าไหมสันกำแพงมาขายส่งให้กับร้านในกรุงเทพฯ ในย่านสีลม เยาวราช พาหุรัด ฯลฯ "นำผ้าไหมใส่กระเป๋าค้างหนึ่ง 3-4 กระเป๋า หิ้วขึ้นรถไฟเอาไปส่งร้านชาประจำที่กรุงเทพฯ ส่งเสร็จรับเงินก็นั่งรถไฟกลับเชียงใหม่เลย บางครั้งขณะนั่งรถไฟได้ลูกค้าที่มาซื้อไหมติดต่อเราโดยตรงอีก... ช่วงนั้นขึ้น-ล่องกรุงเทพฯ บ่อยครั้งมาก ขายไหมได้เงินมาก ทำให้ตั้งตัวได้จนถึงทุกวันนี้" (แม่บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537) "นั่งรถไฟไปส่งผ้าไหม แถว ๆ ตรอกโอเร็นเทล สุริวงค์ พาหุรัดสีลม ส่งร้านเหล่านี้เองทั้งหมด" (กิ่งแก้ว เพียรกุล, สัมภาษณ์ 2537)

อีกประการหนึ่ง เมื่อเกิดการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เริ่มมีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อศท.) ขึ้นในปี พ.ศ. 2502 ต่อมา อศท. ได้ขยายการดำเนินการสู่เชียงใหม่ แม้ว่าช่วงแรกยังไม่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเชียงใหม่มากนัก แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการคมนาคมขนส่งคือ การเปิดใช้ทางหลวงสายกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2513 ธุรกิจการท่องเที่ยวในเชียงใหม่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น ธุรกิจ "รถทัวร์" ได้เริ่มขึ้นและขยายตัว ปริมาณนักท่องเที่ยวสู่เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น (วัชระ สินธุประมา, 2537)

สินค้าแฟชั่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจ ผ้าไหมสินค้าแฟชั่นเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย จากร้านค้าที่เปิดขึ้นของกลุ่มผู้ลงทุนได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น "ที่ร้านของเราขายดีมากต้องขยายหมู่บ้านที่ทอผ้าออกไปทั้งป่าเหว สันได้ ป่าสัก ปูคา ป่าไผ่ บางครั้งทอไม่ทันขายต้องรีบไปตัดผ้าออกจากก็มาขายทั้ง ๆ ที่ทอยังไม่หมดผืน ... นักท่องเที่ยวมาเยอะมาก อยากเห็นการทอผ้าก็เลยเปิดร้าน แสดงการทอผ้าไหมให้ดู... เริ่มใช้किกระตุกเข้ามาแทนที่किธรรมดาเนื่องจากมีเสียงดังเร้าความสนใจจากนักท่องเที่ยว" (กิ่งแก้ว เพ็ชรกุล, สัมภาษณ์ 2537) ที่บ้านไม่ได้เปิดร้านแต่ก็มีนักท่องเที่ยวมาเต็มไปหมด ขายผ้าไหมบนบ้าน ได้ทุนบ้านก็ชักชวนให้เพื่อนบ้านที่เป็นสาว ๆ มานั่งทอกันเป็นกลุ่มหลาย ๆ ก็ เพื่อให้นักท่องเที่ยว" (แม่บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537)

พื้นที่ของตลาดผ้าไหมสินค้าแฟชั่นที่เคยเร่ขายตามกองคาราวาน วิวต่าง ในเขตเมืองต่าง ๆ ของพม่า ได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการลงสู่กรุงเทพฯ ในลักษณะของการขายส่งเมื่อเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผ้าไหมสินค้าแฟชั่นจึงโดดเด่นเป็นสินค้าหัตถกรรมในยุคแรกเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ การค้าผ้าไหมในเขตอำเภอสินค้าแฟชั่นในระยะนี้จึงคึกคักเป็นอย่างยิ่ง

2.3 การค้าผ้าไหมสินค้าแฟชั่นมีการส่งเสริมการขายมากขึ้น เนื่องมาจากการเปิดร้านของกลุ่มผู้ลงทุนทำให้ผ้าไหมสินค้าแฟชั่นเข้าสู่การค้าที่เป็นระบบมากขึ้น มีชื่อของร้านเป็นตรา (Brand) เช่น "ชินวัตร" "เพ็ชรกุล" "พรหมชนะ" เป็นเครื่องรับประกันคุณภาพของความเป็นผ้าไหมสินค้าแฟชั่น ชื่อร้านได้เป็นสัญลักษณ์แทนความเป็นผ้าไหมที่ธรรมดาให้มีความแตกต่างกันออกไป ทำให้เกิดความต่างและเกิดการแข่งขันในกลุ่มผู้ลงทุน การส่งเสริมการขายของแต่ละร้านที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มการจำหน่ายอันได้แก่

1) การประชาสัมพันธ์ เริ่มมีการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้นทั้งด้านชื่อเสียง คุณภาพ เช่น การแสดงสินค้าร่วมในงานเฉลิมฉลองวันรัฐธรรมนูญ ของรัฐบาลไทยซึ่งมีจุดประสงค์ 1 ใน 2 ข้อที่ว่า "เพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชนทั้งกิจกรรมเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม" ร้านค้าผ้าไหมต่างก็ส่งผลิตภัณฑ์ เข้าร่วมแสดงในกรุงเทพฯ เป็นต้น

2) การเปิดร้านให้เป็นที่ กัง โรงงาน เพื่อแสดงการทอผ้าไหมให้นักท่องเที่ยวชม นักท่องเที่ยวต้องการเห็นการทอผ้าในขณะที่กลุ่มผู้ลงทุนไม่ได้ทอผ้าเอง จากจุดนี้ผู้ลงทุนจึงได้เปิดร้านส่วนหนึ่งแล้วให้ผู้หญิงชาวบ้านมาทอที่โรงงาน เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวชม

3) การประกวดนางงาม วัฒนธรรมการประกวดสาวงามได้ประสานเข้ากับกลยุทธ์การตลาดผ้าไหมล้านกำแพง เมื่อร้านมีสาวงามที่ผ่านการประกวดมาขายสินค้า หรือทอผ้า ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในช่วงหลังแต่ละร้านจึงได้พยายามเสาะหาสาวงามเข้าประกวดแล้วว่าจ้างให้มาเป็นพนักงานขายปรากฏว่าประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจเป็นอย่างดี สาวงามกับร้านผ้าไหมจึงเป็นสูตรสำเร็จในด้านการตลาดของทุกร้าน "...เริ่มมีการประกวดนางสาวล้านกำแพงที่จำได้มีนางสาวประเทือง พรหมชนะ นางสาวนิตา มหาวงค์ นางสาวอุไรวรรณ ภาวิไล นางสาวสมิตรา กัญชนะ เมื่อประกวดได้ก็ทำงานที่ร้าน ชายของ ปรากฏว่ามีลูกค้ามาดูมาซื้อของกันมาก ต่อมาทุกร้านต้องหาสาวงามเข้าประกวด เมื่อได้ตำแหน่งนางงามแล้วนำมาขายของหน้าร้าน" (กิ่งแก้ว เพียรกุล, สัมภาษณ์ 2537)

4) การโฆษณา ไหมล้านกำแพงเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ร้านค้าที่จำหน่ายมีการโฆษณาร้าน เพื่อแนะนำไหมล้านกำแพงซึ่งเป็นสินค้าของร้าน การโฆษณาพบได้ในหนังสือพิมพ์ของท้องถิ่น พบได้ทั้งร้านที่เป็นผู้ลงทุนและร้านที่รับไปจำหน่าย เป็นผู้โฆษณา

2.4 การค้าผ้าไหมล้านกำแพง ในยุคนี้มีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น จากแต่เดิมผ้าไหมล้านกำแพงจะผลิตในรูปของผ้าชิ้น เป็นหลักและจะมีผ้าใส่รับบ้าง หลังจากทอไหมล้านกำแพงเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ได้มีการปรับให้มีการทอไหมแล้วนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ มากขึ้น อันได้แก่ สไบ ผ้าโพกศีรษะ ผ้าเลียนหรือผ้าตัดเสื้อ และในช่วงต่อมาได้ประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น เริ่มมีเนคไท กระเป๋าผ้าไหม ชุดไหมร่อนน้ำชา (Tea Set) "ปีาคิดหัดทำชุดน้ำชาขึ้นเพราะเห็นว่านักท่องเที่ยวน่าจะสนใจ ปีาคูจากรูปภาพในหนังสือแล้วนำเศษผ้าฝ้าย ผ้าไหมที่มีอยู่มาทำ เป็นที่



ภาพ 4.6 "สาวงามสันกำแพง" เป็นสัญลักษณ์ควบคู่ไปกับการทอผ้าไหมสันกำแพง

นิยมของนักท่องเที่ยวมาก ชายดีจนทำไม่ทัน" (กิ่งแก้ว เพียรกุล, สัมภาษณ์ 2537) ... "ในช่วงนั้นผู้หญิงนิยมผ้าโพกศีรษะชาย เป็นผ้าสีเหลืองทอด้วยไหม บางเบา มีหลากสี ชายดีมาก... ทอส่งชายไม่ทันส่งทั้งชินวัตร พรหมชนะ และกลาตหลวง (ตลาดวโรรส) ส่วนใหญ่จะส่งเป็นผ้าจีน ผ้าถุง ทางด้านตลาดในกรุงเทพฯจะเป็นผ้าตัดเสื้อ สไบ เป็นส่วนใหญ่... ผ้าคลุมผม ตอนหลังแม่ได้ไปหัดทอยกดอกเป็นรูปช้างจากเจ้าโสภา ณ เชียงใหม่ เพื่อให้มีลวดลายในเนื้อผ้าปรากฏว่าเป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้ามาก จึงได้หัดชาวบ้านทอยกดอกรูปช้างในผ้าคลุมผม ต่อมาจึงได้นิยมกันแพร่หลายในล้านกัมพู" (บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537)

นอกจากนี้ ยังมีการพิมพ์ลายในผ้าไหมเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยจะพิมพ์ลงไปในผ้าไหมสีพื้น ลายส่วนใหญ่ก็เป็นรูปดอกไม้ "...ช่วงแรกไปจ้างเขาพิมพ์ลายไหมที่กรุงเทพฯ แล้วนำกลับมาขายที่เชียงใหม่ ส่งผ้าลายพื้นไป ต่อมาช่วงหลัง ๆ ร้านชินวัตร ก็พิมพ์ลายเองได้ในเชียงใหม่..." (บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537)

2.5 การใช้เทคนิคที่กระตุกในการผลิต แต่เดิมการทอผ้าไหมในเขตล้านกัมพูจะใช้กิจกรรมตาในการผลิต การสอดด้ายเส้นพุ่งจะสอดโดยการใช้มือและกระแทกด้วยไม้ให้แน่น ต่อมาได้มีการนำที่กระตุกเข้ามาใช้ในการทอ "...ช่วงแรกเราให้ชาวบ้านทอโดยใช้ที่กระตุกเนื่องจากทอได้เร็วและมีเสียงดัง แต่ชาวบ้านยังทอด้วยที่พื้นเมืองอยู่..." (กิ่งแก้ว เพียรกุล, สัมภาษณ์ 2537) "ผู้ชายจะเป็นคนทำที่ให้ แต่ละบ้านจะมีที่แทบทุกหลัง เอาไว้ทอผ้าในเวลาเลิกจากการทำนา เราสามารถทำที่ขึ้นมาใช้เองได้" (อำไพ จันทรคำ, สัมภาษณ์ 2537) "...ที่นี้ทั้งที่พื้นบ้านและที่กระตุก ที่กระตุกจะทำยากแต่ว่าทอได้เร็วกว่า เคยเห็นมีการใช้ครั้งแรกที่ร้านชินวัตร" (คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์ 2537) "...ช่วงนั้นล้านกัมพูจะมีที่ทุกครัวเรือน ส่วนใหญ่จะเป็นที่พื้นบ้าน ต่อมาที่มีการนำที่กระตุกมาใช้ในร้าน ทำให้ทอได้เร็วขึ้น ผ้าหนากว่า แน่นกว่า และผ้าจะมีความเรียบขึ้น" (บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537)

4.4.3 กลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการไหมล้านกัมพูในปัจจุบัน (หลัง พ.ศ. 2525) แม้ว่าในปัจจุบัน ไหมล้านกัมพูได้มีการเลิกผลิต แต่กิจการทางการค้าผ้าไหม ในเขตอำเภอล้านกัมพูก็ยังดำเนินกิจการสืบเนื่อง ชาวบ้านที่เคยเป็นผู้รับจ้างทอก็ได้เลิกการทอ ก็ถูกรื้อร้างและถูกขายเป็นของเก่าไปหมด เนื่องจากกลุ่มผู้ลงทุนเลิกกิจการ ชาวบ้านที่รับจ้างทอ

ก็ต้องเลิกไปด้วย "...นักทอเกี่ยวลดลง การขายขายได้น้อยลง ในขณะที่คู่แข่งมีมากขึ้นก็เลยเลิก" (กิ่งแก้ว เพียรกุล, สัมภาษณ์ 2537) การผลิตในกลุ่มของชาวบ้านได้ยุติลง แต่กิจการค้าผ้าไหมสันกำแพงยังคงดำเนินกิจการได้ในปัจจุบันอันได้แก่ ร้านชินวัตรพาณิชย์ ร้านชินวัตรไหมไทย เล่งหงษ์ โจลี่ เชียงใหม่ไหมไทย และเลอบอมบิก ซึ่งกลับกลายเป็นว่าเกิดร้านค้าดำเนินกิจการค้าผ้าไหมสันกำแพงมากขึ้นกว่าเดิมทั้ง ๆ ที่การผลิตได้เลิกการผลิตไปหมด ซึ่งเกิดจากสาเหตุดังนี้

1) ชื่อเสียงของพื้นที่ ผ้าไหมได้สร้างสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักของนักทอเกี่ยวจากการประชาสัมพันธ์การทอเกี่ยวในยุคแรก ทำให้ผ้าไหมเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ (Spatial Symbol) ของสันกำแพง นักทอเกี่ยวเมื่อมาเชียงใหม่ก็ต้องเดินทางไปสันกำแพง และต้องซื้อไหมสันกำแพง ผ้าไหมคงความเป็นสัญลักษณ์ของสันกำแพงทั้งในความคิดของนักทอเกี่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งรู้จักในชื่อของ "Sankampang Silk" ต่อมาในยุคหลังความหมายในเชิงสัญลักษณ์ได้เริ่มเปลี่ยนแปลง จุดขายของไหมสันกำแพงเริ่มแปรเปลี่ยนเป็น "ไหมเชียงใหม่" หรือ Chiang Mai Silk และในปัจจุบัน ผ้าไหมในสายตาของนักทอเกี่ยวผู้บริโภคซึ่งเป็นชาวต่างประเทศส่วนใหญ่บริโภคไหมในสัญลักษณ์ตัวแทนของ "ไหมไทย" หรือ "Thai Silk" หรือไหมเอเชีย

จากแนวคิดในการให้ผ้าไหมเป็นสัญลักษณ์ที่กว้างคลุมทั้งประเทศเป็น "ไหมไทย" ทั้งจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและเอกชน ทำให้ไหมท้องถิ่นถูกรวบอำนาจเข้าสู่ความเป็น "ไหมไทย" ไหมสันกำแพง จึงค่อยเลือนหายไป พร้อม ๆ กับการเลือนหายของความเป็นสัญลักษณ์เชิงพื้นที่

กิจการการค้าผ้าไหมในสันกำแพงในปัจจุบันก็ได้เน้นการขาย การตลาดตรงความเป็น "ไหมสันกำแพง" อีกต่อไป จุดเน้นของการตลาดในปัจจุบันก็คือความเป็น "ไหมไทย" หรือไหมในเอเชีย แหล่งดำเนินกิจการการค้าในปัจจุบันก็ไม่ได้มีความจำเป็นที่จะผูกติดกับสันกำแพงในเชิงชื่อเสียงของพื้นที่อีกต่อไป ต่างคำนึงถึงความใกล้เคียง ความสะดวกในการเดินทางของนักทอเกี่ยวเป็นสำคัญ

เนื่องจากความหมายในเชิงสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ได้เปลี่ยนไป ในปัจจุบันแหล่งผลิตผ้าไหมก็ได้นำมาจากแหล่งอื่น ๆ ชาวบ้านที่เคยเป็นผู้ทอในปัจจุบัน ก็ได้เลิกการทอหันไปประกอบอาชีพอื่น ๆ ตามสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินกิจการค้าไหมสันกำแพงก็ไม่ได้มี

ความสัมพันธ์กับชาวบ้านสันกำแพง เลยแม้แต่น้อย ผู้ประกอบการค้าผ้าไหมในปัจจุบันก็เป็นนักลงทุนจากต่างถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ดำเนินกิจการการตลาดผ้าไหมโดยเน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก

2) โครงข่ายทางสังคม (Social Network) ในกลุ่มผู้ดำเนินกิจการไหมสันกำแพงในปัจจุบันมีอยู่ 2 รายที่ได้ดำเนินกิจการสืบทอดมาจากกลุ่มผู้ลงทุนดั้งเดิม คือ ชินวัตรไหมไทย และ อ. เพียรกุล ซึ่งได้อาศัยความมีชื่อเสียง (Brand Name) ของกิจการค้าผ้าไหมในยุคก่อน ซึ่งน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ก. ชินวัตรไหมไทยเป็นกลุ่มผู้ดำเนินกิจการค้าผ้าไหมที่สืบทอดมาจากนายเชียง ชินวัตร ซึ่งเป็นผู้ลงทุนในระยะแรกเริ่มและเป็นผู้ลงทุนรายใหม่ จากร้านค้าภายในอำเภอสันกำแพงที่ประสบผลสำเร็จ ทำให้ชื่อเสียงของ "ชินวัตร" เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เมื่อความเป็น "ไหมสันกำแพง" เริ่มเสื่อมลงพร้อม ๆ กับการเป็น "ไหมไทย" เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น กลุ่มผู้ลงทุนในตระกูล "ชินวัตร" ได้ปรับเปลี่ยนจากผู้ค้าไหมในยุคที่สองเข้าสู่ผู้ค้าไหมในยุคปัจจุบันได้อย่างแยบยลยิ่ง โดยคงความมีชื่อเสียง (Brand Name) ของ "ไหมชินวัตร" ไว้เป็นอย่างดี กล่าวคือ กลุ่มบุตร-ธิดาของตระกูลชินวัตรได้ดำเนินกิจการการค้าผ้าไหมทั้งสิ้น โดยต่างแยกออกเป็นร้านอิสระภายใต้เครือข่ายของตระกูลชินวัตร อันได้แก่ ร้านชินวัตรพาณิชย์ สันกำแพง ดำเนินการโดยคุณจันทร์สม ชินวัตร ร้านชินวัตรไหมไทยสันกำแพง เป็นกิจการร่วมลงทุนของตระกูล ร้าน ท. ชินวัตร กรุงเทพฯ ดำเนินการโดยคุณสุรพันธ์ ชินวัตร คุณบุญรอด ชินวัตร และคุณเข็มทอง ชินวัตร ร้าน ส. ชินวัตร ดำเนินการโดย คุณสมจิตร หิริภูณฤกษ์ และร้านชินวัตรเทรตติ้ง ดำเนินการโดยคุณวิไล พงษ์ประยูร

กิจการการค้าผ้าไหมดังกล่าวอยู่ในเขตสันกำแพงเพียงร้านดั้งเดิมและร้านที่เป็นกิจการร่วมลงทุนของตระกูล นอกนั้นได้กระจายสู่เชียงใหม่ และกรุงเทพฯ อันเป็นการขายที่เน้นการขายที่ความเป็น "ไหมไทย" เป็นหลัก

ข. เพียรกุล ในยุครุ่งเรืองของไหมสันกำแพง ร้านเพียรกุลดำเนินการบริหารโดยนางกิ่งแก้ว ไชยคุปต์ (เพียรกุล) ต่อมาในยุคปัจจุบันได้ถ่ายโอนกิจการ ถ่ายโอนชื่อเสียง (Brand Name) ของร้านให้แก่ คุณอุดมเกียรติ วีรพันธ์ ซึ่งมีศักดิ์เป็นหลานดำเนินการต่อภายใต้ชื่อ "อ. เพียรกุล" ซึ่งในปัจจุบันได้ย้ายร้านออกจากที่ตั้งเดิมในเขตตลาดอำเภอสันกำแพงให้เข้ามาใกล้เมืองขึ้นด้วย

โดยสรุปโครงการชายทางสังคมเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการผลิตผ้าไหมล้านกำแพงทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งจะดำเนินกิจการสืบทอดกันในระบบเครือญาติ ในด้านกลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันเน้นการขายความเป็น "ไหมไทย" มากกว่าความเป็น "ไหมล้านกำแพง" ลูกค้าในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้านค้าจะมีการเชื่อมโยงกับกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว มากขึ้น

#### 4.5 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของ ไหมล้านกำแพง ให้เป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่

เมื่อการผลิตเพื่อการค้าของผ้าไหมล้านกำแพงซึ่งผลิตเพื่อชุมชนในทางภาคเหนือและพม่าในยุคแรกได้เปลี่ยนเป็นการผลิตเพื่อการค้าในยุคที่ 2 ซึ่งตลาดได้เปลี่ยนไปทางทิศใต้คือ กรุงเทพมหานครและเมืองอื่น ๆ ในช่วงนี้ชื่อเสียงของไหมล้านกำแพงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั้งประเทศตลอดจนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ทั้ง ๆ ที่การผลิตไหมล้านกำแพงมีลักษณะด้อยกว่าไหมในเขตอื่น ๆ เช่น ไหมภาคอีสานของไทย อันได้แก่

- 1) เป็นการผลิตในยุคแรก เป็นของใหม่ เป็นวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้น
- 2) ความสวยงามน้อยกว่าเพราะมีแต่ผ้าเส้นสีพื้น และผ้าไหมลายคาดขวางต่างจากไหมมัดหมี่ของภาคอีสาน
- 3) ไม่มีเอกลักษณ์เชิงชาติพันธุ์วรรณา ไม่มีความหมายเชิงนัยในลวดลายของผ้า
- 4) คงความสำคัญในเฉพาะทางการค้า

แต่ไหมล้านกำแพงก็มีความโดดเด่นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย กระทั่งมีความสำคัญเชิงนัยเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ จัดได้เป็นของที่ระลึกที่จะต้องซื้อจากเชียงใหม่ จะต้องเดินทางมาดูกระบวนการผลิตถึงแหล่งผลิต สร้างอำเภอล้านกำแพงให้โดดเด่นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ ภาพลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นพร้อม ๆ กับการสร้างชื่อเสียงของเมืองเชียงใหม่ซึ่งมีสาเหตุมาจากกระบวนการเกิดของสื่อสารมวลชนที่พยายามสร้างภาพลักษณ์ของเมืองเชียงใหม่หลังจากที่มีการคมนาคมติดต่อสะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ รถทัวร์ เชื่อมโยงเข้ากับส่วนกลางของประเทศ ในยุคนี้มีวารสารที่พยายามสร้างภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ให้เป็นเมืองดอกไม้สวย ผู้หญิงงาม ทิวทัศน์ป่าเขาลำเนาไพรสวยงาม วารสารดังกล่าวได้แก่

4.5.1 วารสารรายเดือน "คนเมือง" เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่มีเจ้าของคือ บริษัท ลานนาการพิมพ์ โดยมี นายสวัสดิ์ บรรจงศิลป์ เป็นบรรณาธิการ สำนักงานตั้งอยู่ที่ 786/1 ถนน ศรีดอนไชย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ในขณะนั้น) โดยมีสาขาอยู่ที่จังหวัดต่าง ๆ รวมทั้ง กรุงเทพมหานคร

ทำการพิมพ์ฉบับแรกในฉบับที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2496 ราคาขายฉบับละ 6 บาท ภายในฉบับมีบทความ ข้อความ ปกิณกะต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ บทความภายใน เกือบครึ่งเล่มจะเป็นบทความที่เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่ เช่น บทความเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วิถีชีวิตของคนเมือง วิถีชีวิตของชาวเขา

หน้าปกของวารสาร "คนเมือง" รายเดือน จะเป็นภาพของ "สาวเหนือ" ผู้หญิง ล้านนาในชุดล้านนา ชุดชาวเขา และชุดสากลนิยม ทุกฉบับภาพของผู้หญิงล้านนาที่ขึ้นปกส่วนใหญ่จะมี ตำแหน่งทางความงามที่เกิดจากการประกวดนางงามควบคู่ เช่น นางสาวเชียงใหม่ รองนางสาว เชียงใหม่ นางสาวไทย รองนางสาวไทย จนถึงนางงามในท้องถิ่น เช่น นางสาวสันกำแพง นาง สาวลำพูน เป็นต้น ถัดจากปกจะเป็นการบรรยายความงามของผู้หญิงล้านนาบนแผ่นปก ใช้เนื้อที่ ประมาณ 1-2 หน้า ที่สำคัญมีการแต่งเพลงให้กับผู้หญิงบนแผ่นปก พร้อมโน้ตสากล โดยส่วนใหญ่ ใช้ชื่อของผู้หญิงบนแผ่นปกมาสร้างเป็นเพลง

จะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงการสร้างภาพลักษณ์ของ เชียงใหม่ให้เป็นสถานที่ "ต้องท่องเที่ยว" ของคนต่างถิ่น วารสาร "คนเมือง" วางขายแพร่หลายทั่วประเทศ จากข้อเขียนการตอบ คำถามของบรรณาธิการพบที่มีการเขียนจดหมายของสมาชิกเข้าสู่คอลัมภ์ดังกล่าว ทั้งภาคกลาง ภาคตะวันออกเจียงเหนือ ภาคใต้ แทบทุกทั้งจังหวัด ส่วนใหญ่เขียนเข้ามาในลักษณะของการชื่น ชมสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และที่สำคัญการชื่นชมความงามของ "ผู้หญิงล้านนา" บน แผ่นปก ในลักษณะของการขอที่อยู่ การขอเป็นมิตรสัมพันธ์กับ "ผู้หญิงล้านนา" บนแผ่นปก

ภาพลักษณ์ของ "ผู้หญิงล้านนา" ภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ในหน้าที่ (function) ของ เมืองท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของของที่ระลึก เช่น ไหมสันกำแพง ช้างแกะสลัก ได้ถูกสร้างขึ้น อย่างต่อเนื่องโดยผ่านวารสารดังกล่าว

4.5.2 นิตยสารชาวเหนือ "โยนก" เป็นนิตยสารชาวเหนือที่มีสมาคมชาวเหนือเป็นเจ้าของ โดยมี นายเมธ รัตประสิทธิ์ (หลวงวิลาสวันวิทย์) เป็นผู้อำนวยการ นายศรียนต์ ศรีสมุทร รักษาการในตำแหน่งบรรณาธิการ มีสำนักงานอยู่ที่ สำนักงานไชยณรงค์ มุมอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พระนคร

นิตยสารชาวเหนือ "โยนก" ตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- 1) เพื่อเผยแพร่และรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมชาวเหนือ
- 2) เพื่อนำวิทยาการต่าง ๆ ของโลกมาสู่นักศึกษาชาวเหนือ
- 3) เพื่อส้ามัคีธรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชาวเหนือ
- 4) เพื่อให้ชาวเหนือทั่วประเทศทราบถึงกิจการต่าง ๆ ของสังคมชาวเหนือ

นิตยสาร "โยนก" ได้ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2492 เป็นครั้งแรก เนื้อหาภายในแบ่งออกเป็น 3 ภาค คือ

1) ภาคนิตยสาร จะนำเสนอข้อมูลโดยทั่วไปของนิตยสาร ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ และล้านนา ในด้านสภาพภูมิประเทศ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี เช่น พิธีลอยกระทง อุตสาหกรรมในภาคเหนือ สถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่ เป็นต้น

2) ภาคสมาคม ส่วนใหญ่จะนำเสนอรายงานการประชุม ข้อบังคับของสมาคมชาวเหนือ และ

3) ภาคผนวก นำเสนอข้อมูลสาระในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสมาคมชาวเหนือ เนื้อหาส่วนใหญ่ในนิตยสาร "โยนก" ก็สร้างภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ให้กับผู้อ่านทั่วประเทศ โดยมีการวางขายทั่วประเทศ และที่พิเศษก็คือมีที่ตั้งสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และพิมพ์ที่โรงพิมพ์อุทัย ถนนอัษฎางค์ พระนคร แสดงให้เห็นถึงการสู่ความเป็นสากลในประเทศมากกว่าความเป็นท้องถิ่น

ภาพลักษณ์ที่นิตยสาร "โยนก" ล้วนสร้างเชียงใหม่ให้โดดเด่น ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว สวยงาม สตรีสวย และวิถีชีวิตของชาวเหนือที่เน้นความสงบ ร่มเย็น เป็นมิตร น่าอยู่ เช่น

"...ความสุภาพเรียบร้อย มารยาทเข้มช้อย คำพูดที่อ่อนหวาน แต่แฝงให้ไพเราะด้วยคำของกวีมหาพรหม ไบหนารูปไชมีรอยลัถย์อันมีเสน่ห์ เป็นสมบัติประจำตัวของดอกไม้งามแห่งนครเชียงใหม่

"โยนก" ฉบับที่ 6 ปีที่ 1

วันที่ 8 ธันวาคม 2492

"...พระจันทร์ในคืนเพ็ญลีลาหาค่าลอยเด่นขึ้นทางทิศตะวันออกของแม่น้ำปิง กระแสร์น้ำในเดือนสิบสองเปี่ยมฟากฝั่ง แสงอันสดใสของพระจันทร์เสาดต้อง ยอดไม้ ลอดมากระทบสายน้ำเป็นประกายไหลละเล็กละลุ่มไปตามความคดเคี้ยวของลำน้ำปิง... พิธีลอยกระทงในนครเชียงใหม่เกิดจากความ "ศรัทธา" ...หากท่านได้ชมงานลอยกระทงในนครเชียงใหม่อาจจะทำให้ท่านติดใจไม่ยิ่งกว่าสงกรานต์เลย"

งานพิธีลอยกระทง "โยนก" ฉบับที่ 6 ปีที่ 1  
วันที่ 8 ธันวาคม 2492

ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยเฉพาะในช่วงก่อน พ.ศ. 2500 ในยุคนั้นจัดได้ว่าเป็นระยะของการสร้างค่านิยมในการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ผู้หญิงเชียงใหม่เป็นผู้หญิงที่สวยงามนุ่มนวลอ่อนหวาน และเชียงใหม่ยังมีสินค้าหัตถกรรมอันขึ้นชื่ออันได้แก่ ไม้แกะสลัก ผ้าไหมสันกำแพง ร่วมบ่อสร้าง เป็นต้น

เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นจากการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวที่กระทำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้งานหัตถกรรมหลายอย่างได้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากเกิดขึ้น เช่น ไม้แกะสลัก งานศึกษาของอรุณจักร สัตยานุรักษ์ (2537) ได้ระบุไว้ว่า "หลัง พ.ศ. 2500 ความต้องการไม้แกะสลักที่เฟื่องฟูขึ้น ได้ดึงผลงานจากชนบทที่ไม่เคยต่อการแกะสลักมาก่อน เข้าสู่การเป็นช่างแกะสลักไม้มากขึ้น โดยผ่านการฝึกหัดจากร้านค้า...รูปแบบได้แกะแบบลอยตัว แต่ก็ได้พัฒนารูปแบบให้หลากหลายมากขึ้นจากการแกะข้าง นางไหว้ นางรำ ยักษ์ เป็นต้น"

ในด้านผ้าไหมสันกำแพงแม้ว่าการพัฒนาการผลิตจะเริ่มเข้าสู่ระบบการค้าอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2478 แต่ความรุ่งเรืองในเชิงการค้าสูงสุดที่จัดให้เป็นยุคทองของผ้าไหมสันกำแพงก็เริ่มขึ้นในช่วงหลังปี พ.ศ. 2500 "ช่วงนี้นักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้าสู่เชียงใหม่ การทอผ้าต้องเร่งให้ได้มากขึ้น จากหมู่บ้านเก่าที่เคยทอส่งไม่เพียงพอต่อการขาย ต้องเพิ่มหมู่บ้านใหม่ ๆ ขึ้นมาให้คนทอมากขึ้น บางครั้งต้องปั่นจักรยานไปตัดผ้าที่ทออยู่ในเครือแม่ยังทอไม่เสร็จครบผืนออกมาขายก่อน...การที่ขายดีมากขึ้น ทำให้เราสามารถผลิตผ้าไหมออกในรูปแบบอื่นมากขึ้นและในด้านสี

ย่อมหรือเทคนิคการทอดีขึ้น" (กิ่งแก้ว ไชยคุปต์ (เพียรกุล), สัมภาษณ์ 2537) "เมื่อ สันกำแพงเป็นที่รู้จัก การค้าไหมสันกำแพงก็ดีขึ้น ทำให้บ่อสร้างเริ่มเจริญขึ้นพร้อม ๆ กับการ ทำร่วม" (บังอร อุประ, สัมภาษณ์ 2537)

โดยสรุปแล้วผ้าไหมได้ถูกสร้างให้เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ของอำเภอสันกำแพงโดยเน้น ด้านการทอเกี่ยวเป็นหลัก ภาพลักษณ์ดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นโดยระบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนทั้งในระบบและนอกระบบ เมื่อได้สร้างภาพลักษณ์ให้เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีบทบาท หน้าที่ทางด้านการทอเกี่ยว ผ้าไหมสันกำแพงก็ถูกสร้างให้เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ ในด้านการ เข้าถึง การมาถึงเชียงใหม่เพื่อนำกลับเป็นของใช้หรือของฝาก ของนักทอเกี่ยว

ภาพลักษณ์ของการทอเกี่ยวเชียงใหม่ที่ได้สร้างอย่างต่อเนื่องและเด่นชัดแรกเริ่มก่อน พื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยก่อนจะถูกประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบขององค์การส่งเสริมการทอ เกี่ยวแห่งประเทศไทย (อสท.) ยิ่งถูกสร้างภาพให้โดดเด่นเท่าใดก็เป็นแรงดึงดูดให้นักทอเกี่ยว เข้าสู่เชียงใหม่มากขึ้นเท่านั้น และเมื่อนักทอเกี่ยวเข้าสู่เชียงใหม่มากขึ้นเท่าใด ก็มีการค้าผ้าไหม สันกำแพงก็มากขึ้น ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ในหลาย ๆ นัย เช่น การมาถึงเชียงใหม่ การได้ชมแหล่งหัตถกรรม การได้ยลแหล่งสาวงาม ซึ่งความหมายเชิงนัยเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้น โดย สื่อมวลชน

#### 4.6 บทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพง บทบาททางสังคมของผ้าไหมสันกำแพงสามารถ วิเคราะห์จำแนกได้เป็นประเด็นดังนี้

4.6.1 บทบาทของผ้าไหมสันกำแพงในฐานะเป็นเครื่องนุ่งห่มในวิถีชีวิตประจำวัน ผ้า ไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยจะเข้ามามีบทบาทในด้านเป็นเครื่องนุ่งห่ม ในฐานะเป็น หนึ่งในปัจจุบัน 4 ของมนุษย์มากกว่าผ้าไหมสันกำแพง ในขณะที่ผ้าไหมอีสานจะมีทั้งผ้าซิ่น โสร่ง และผ้าขาวม้า ซึ่งสามารถใช้ในชีวิตประจำวันปกติได้ แต่ผ้าไหมสันกำแพงไม่ได้ผลิตมาเพื่อตอบ สอนผู้บริโภคในหน้าที่ดังกล่าว กล่าวคือโดยส่วนใหญ่แล้วประชาชนส่วนใหญ่จะนุ่งผ้าฝ้ายดัดการ บันทึกของ Richarson ซึ่งได้บันทึกการแต่งกายของคนไทยในภาคเหนือในช่วงปี พ.ศ. 2373 ไว้ว่า "ผู้ชายใส่เสื้อหม้อห้อมและมีแถบผ้าฝ้ายสีน้ำเงินพันรอบท่อนกลางของลำตัว ผู้หญิงนุ่งผ้ามี

ลักษณะเหมือนกระโปรงชั้นในเพียงแต่ใช้วิธีพับเชิงบนของผ้านุ่งเข้าด้วยกันกับการนุ่งผ้าเตี่ยวของผู้ชายแบบพราหมณ์นุ่ง โดยไม่ต้องใช้เข็มกลัด หรือเชือกมัด" แม้ในปัจจุบันชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ไม่นิยมใส่ผ้าไหมในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุผลหนึ่งที่ว่า "ดูแลรักษายาก" ผ้าฝ้ายหรือเส้นใยประเภทอื่นจะมีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องนุ่งห่มในวิถีชีวิตประจำวันมากกว่าผ้าไหม

4.6.2 บทบาทของผ้าไหมสันกำแพงในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม พิธีกรรม และศาสนา จากการสัมภาษณ์พบว่าได้มีการนำผ้าไหมสันกำแพงเข้ามามีบทบาทสำคัญในพิธีการรดน้ำ-ดำหัว ซึ่งใช้ผ้าไหมเป็นเครื่องสักการะต่อญาติผู้ใหญ่ในโอกาสประเพณีสงกรานต์ "เคยไปซื้อผ้าไหมสันกำแพงในตลาดวโรรสนำมารดน้ำดำหัวญาติผู้ใหญ่ แต่ก็ไม่ได้ทำทุกปี" (อุ้น เรือน คำมัน, สัมภาษณ์ 2537) อย่างไรก็ตามการใช้ผ้าไหมในโอกาสดังกล่าวก็มีน้อยเมื่อเทียบกับผ้าฝ้ายในรูปลักษณะอื่น ๆ เนื่องจากมีราคาสูงกว่า และสามารถนำเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันได้

4.6.3 บทบาทของผ้าไหมสันกำแพงในฐานะของการแบ่งงานกันทำระหว่างเพศหญิงและเพศชาย หน้าที่อย่างเด่นชัดของผู้หญิงก็คือการทอผ้าในการผลิตผ้าไหมสันกำแพงก็เช่นเดียวกัน แม้ว่าทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างมีภาระหน้าที่หลักในด้านอาชีพเหมือนกันคือการทำนา โดยเริ่มตั้งแต่หว่านกล้า ปลูกข้าว เกี่ยวข้าว นวดข้าว ผู้หญิงจะทำนากับผู้ชายแทบจะไม่มีแบ่งหน้าที่กันอย่างเด่นชัดในนาข้าว แต่อาชีพอีกด้านหนึ่งคือ การทอผ้าไหมในเขตสันกำแพงจะเป็นการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ผู้ชายจะมีหน้าที่เพียงการสร้างกี่ทอผ้าเท่านั้น ซึ่งเป็นอุปกรณ์หลักและใช้เวลาสร้างเพียงครั้งเดียว หน้าที่นอกเหนือจากนั้นเป็นบทบาทของผู้หญิงทั้งหมด โดยเริ่มตั้งแต่ 1) การติดต่อร้านค้า กลุ่มผู้ลงทุนเพื่อรับเส้นไหม 2) การนำเส้นไหมขึ้นหูก สืบหูก 3) การทอ 4) การจำหน่าย

แม้แต่ในด้านการค้าในด้านของกลุ่มผู้ลงทุน ผู้ค้าชายจะได้แก่ผู้หญิงแทบทั้งสิ้น เช่น นาง กิ่งแก้ว ไชยคุปต์ (เพียรกุล) แม้งอร อุประ แม้งจันทร์สม คันธา คุณจันทร์สม ชินวัตร เป็นต้น อนึ่ง ในยุคที่การค้าผ้าไหมสันกำแพงรุ่งเรืองได้มีการนำผู้หญิงขึ้นเวทีประกวด เมื่อได้ตำแหน่งทางความงามแล้ว ก็จะได้รับรางวัลจ้างให้อยู่ประจำร้านผ้าไหมสันกำแพง เพื่อกลยุทธ์ในการขาย ลักษณะดังกล่าวเป็นการต่อยอดเพศหญิงกับผ้าไหมในเชิงพหุ ย้ำเน้นให้ถึงบทบาทของผ้าไหมสันกำแพงกับเพศหญิงมากยิ่งขึ้น

4.6.4 บทบาทของผ้าไหมสันกำแพงในฐานะของอาชีพและการค้าโดยปกติแล้ว ความสนใจในด้านการผลิตผ้าไหมในอดีตนักวิชาการได้สนใจในด้านการผลิตแบบ "เศรษฐกิจแบบ เลี้ยงตัวเอง" หรือผลิตเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ที่เหลือจึงนำออกจำหน่าย แต่แนวคิดของ Katherine A. Bowie ได้เสนอแนวคิดในการค้าและผลิตผ้าไหมในภาคเหนือของไทย จากมุมมองทางประวัติศาสตร์ไว้ว่า

"...การฝังใจอยู่กับความคิดเรื่องเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง ทำให้บทบาททางการผลิตผ้าและบทบาททางการค้าผ้า ทำให้บทบาททางสังคมของผ้าที่มีต่อเศรษฐกิจของชาวบ้านไทย ลดความสำคัญลงไป..."

โดยสรุปแล้ว Katherine A. Bowie ได้ชี้ให้เห็นว่าการผลิตผ้าในภาคเหนือของไทย โดยเฉพาะผ้าไหม เกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยทางด้านการค้าเป็นสำคัญ ทั้งการค้าในระดับภูมิภาคและในระดับการนำเข้าจากนานาชาติ โดยมีเครือข่ายของการค้าโดยเฉพาะในศตวรรษที่ 19 โครงข่ายทางการค้าจะเชื่อมระหว่างเมืองต่าง ๆ เช่น เชียงใหม่ เชียงตุง และคิกคักที่ลุ่มที่เมืองมะละแหม่ง (Maulmain) การขนส่งทำได้โดยเส้นทางเดินเท้า ทางเรือ ทางแพ คาราวานวัวต่าง เกวียน และยังระบุว่า "ศูนย์กลางการผลิตผ้าที่สำคัญอยู่ที่สันกำแพง ป่าซาง วังลุง ป่าบ้อง และสันป่าตอง...พ่อค้าในสันกำแพงมักจะมีขบวนวัวต่าง วัชนสินค้าไปแถวพม่า ลาว และจีนตอนใต้...เศรษฐกิจในชนบทภาคเหนือของประเทศไทยเป็นเศรษฐกิจแบบต้องพึ่งการตลาด ไม่ใช่เป็นเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง ได้อย่างที่หลายคนเข้าใจ"

จากการศึกษาครั้งนี้ ผลของการศึกษาได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Katherine A. Bowie การผลิตผ้าไหมในสันกำแพง ได้เริ่มเกิดขึ้นเนื่องจากบริบททางด้านการค้าเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากพ่อค้ากองคาราวานวัวต่างได้นำเส้นไหมเข้าสู่สันกำแพงและดำเนินการทอแล้วนำออกจำหน่ายดังจะเห็นได้จากกระบวนการผลิตอย่างเด่นชัด กล่าวคือ เป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย วัตถุประสงค์เส้นใยไหมก็ไม่ได้ผลิตขึ้นที่สันกำแพง ผ่านระบบของการค้า การซื้อขาย เมื่อนำไปในกระบวนการผลิต ผู้ทอคือชาวบ้านทอผ้าไหมสันกำแพงในลักษณะของ "การว่าจ้าง" ผู้ลงทุนจะเป็นผู้จ้างชาวบ้านทอไหมในลักษณะการว่าจ้างต่อเส้น (เครือ) เมื่อทอเสร็จชาวบ้านก็นำผ้าไหมส่งผู้ลงทุนและนำไปขายต่อไป ซึ่งตลาดของผู้บริโภคก็ไม่ได้อยู่ในท้องถิ่นแต่อย่างใด

นางอำไพ จันทรคำ ผู้ที่เคยรับจ้างทอไหมในบ้านป่าเล้า สันกำแพง กล่าวว่า "ทอผ้าไหมแทบทุกวัน แต่ไม่เคยมีผ้าไหมใส่เลย ชาวบ้านทอกันแทบทุกหลังคาเรือน แต่จำได้ว่าไม่มีใครได้ใส่ไหมสันกำแพง ทอเสร็จก็ส่งแม่บังอร (ผู้ลงทุน) เขาหมด" (อำไพ จันทรคำ, สัมภาษณ์ 2537) "คนที่จะมีชิ้นไหมใส่คือ คนรวยในตลาด ชาวบ้านรอบนอกออกมาไม่มีใครใส่ บางครั้งเมื่อรับจ้างทอแล้วเห็นว่าผ้าที่ทอมีสีสวย ก็ขอเอาแรงงานที่รับจ้างทอแลกเอาไว้...เอาเก็บไว้ใส่เวลามีปอยหลวง" (แม่คำใส มหาพรหม, สัมภาษณ์ 2537)

โดยสรุปแล้วผ้าไหมสันกำแพงเกิดขึ้นมาเนื่องจากกระบวนการค้าเป็นสำคัญ ในกระบวนการผลิตทำให้เกิดการรับจ้างทอของชาวบ้าน เกิดอาชีพ เกิดการแลกเปลี่ยน ไม่ได้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากกระบวนการผลิตเพื่อยังชีพ หรือเพื่อพึ่งพาตนเอง

4.6.5 บทบาทของผ้าไหมสันกำแพงในฐานะ เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สวมใส่ในสังคม ผ้าไหมสันกำแพงในบทบาทในฐานะ เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สวมใส่จะเป็นบทบาทที่เด่นชัดที่สุด จากการศึกษาของ Katherine A. Bowie (2537) ได้บรรยายไว้ว่า "การใช้เสื้อผ้าในภาคเหนือในศตวรรษที่ 19 ลักษณะของเสื้อผ้าฝ้าย สำหรับชาวบ้านและไหมสำหรับเจ้านาย...ชาวบ้านที่มีฐานะดีจะมีเสื้อผ้าไหมและมีเสื้อผ้าใส่มากกว่าชาวบ้านที่ยากจน คหบดีชอบเอาอย่างคนชั้นสูง...ในเทศกาลสำคัญคนเหล่านั้นมักมีเสื้อผ้าไหม ๆ ดี ๆ กว่าชาวบ้านคนอื่น ๆ คนที่มีฐานะดีมาก ๆ ในหมู่บ้านจะมีผ้าเดี่ยว ผ้าชิ้นและผ้าสไบทอจากไหมคนละผืนสองผืน"

ไหมสันกำแพงก็ได้ดำรงบทบาทในฐานะสินค้าที่มีค่ามีราคาสูง ชาวบ้านธรรมดาไม่อาจสวมใส่ได้แม้กระทั่งผู้ที่ทอ "ผ้าชิ้นไหมสันกำแพง คนที่ใส่ได้ก็เป็นคนรวย ๆ ในตลาด" (อำไพ จันทรคำ, สัมภาษณ์, 2533) "เมื่อมีเงินก็ไปซื้อไหมไว้ใส่ในงานปอย งานบุญ มีแค่ผืนเดียว" (อุ้นเรือน คำมัน, สัมภาษณ์ 2537) สาเหตุที่ไหมสันกำแพงได้สร้างค่านิยมให้ชาวบ้านมีความรู้สึกว่าเป็นของสูงค่าทั้งนี้เนื่องมาจาก

1. ความมีราคาสูง ไหมสันกำแพงในรูปแบบของ "ผ้าชิ้น" จะมีราคาสูงกว่าผ้าชิ้นผ้าฝ้ายถึง 10 เท่าตัวจึงทำให้ชาวบ้านธรรมดาไม่สามารถที่จะซื้อใส่ได้

2. วัตถุดิบมาจากต่างถิ่นตั้งแต่แรกเริ่มในการผลิตเส้นใยไหม ไม่ได้ถูกผลิตขึ้นในพื้นที่ แม้เมื่อถูกนำมาทอเป็นผืน "ผ้าไหม" ยังคงเป็นสัญลักษณ์ถึง "สินค้าออกชุมชน" ซึ่งไม่ได้มีแพร่หลายในชุมชนในพื้นที่ และในกระบวนการจำหน่ายทั้งอดีตและปัจจุบัน ชุมชนในพื้นที่ก็ไม่ได้ดำรงฐานะของกลุ่มเป้าหมายในการขายของผู้ผลิต ผ้าไหมที่ผลิตได้ก็นำไปจำหน่ายต่างชุมชน ดังตาราง

ตาราง 4.1 ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบ ตลาด กับช่วงเวลาในการผลิตไหมเส้นกำแพง

	แหล่งวัตถุดิบ	ประเภทของผลิตภัณฑ์		ตลาด
		ยุคแรก	ยุคหลัง	
ยุคแรก (ก่อน พ.ศ. 2478)	จีน พม่า มันตะเล พม่า หลวงพระบาง ลาว	ผ้าจีน (จีน) โสร่ง		พม่า (โดยกองคาราวาน วัวต่าง)
ยุครุ่งเรือง (พ.ศ. 2478-2525)	ญี่ปุ่น จีน พม่า	ยุคแรก	ยุคหลัง	- เชียงใหม่ (นักท่องเที่ยว) - กรุงเทพฯ (ชายส่ง)
		ผ้าจีน สไบ ผ้าโพกศีรษะ	เทคโนโลยี กระเป๋า ที่รองน้ำชา ปลอกหมอน ฯลฯ	
ยุคปัจจุบัน	ญี่ปุ่น ไทย	ผ้าสีพื้น ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับตลาด		- เชียงใหม่ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ)

ที่มา : สัมภาษณ์, 2537

3. ความเป็นสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นจากกลุ่มชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูง แม้ว่าจะมีการทอไหมในกลุ่มของชาวบ้าน แต่ผู้ที่ริเริ่มในการทอผ้าไหมเกิดจากกลุ่มคนชั้นสูงในทางสังคมและทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ กลุ่มผู้ลงทุนในตระกูลชินวัตร เพียรกุล พรหมชนะ แล้ว ในอีกด้านหนึ่งพัฒนาการของการทอผ้าได้มีการผลิตจากในวังมาก่อน ดังเช่น การผลิตในวังของพระชายาดารารัศมี ในเชียงใหม่ หรือ คุ่มเจ้าพงศ์แก้ว ในลำพูน เป็นต้น

ชิน ทิวารี (2492) ได้บันทึกประวัติศาสตร์ช่วงหนึ่งไว้ว่า "แหล่งกำเนิดอุตสาหกรรมทอผ้าก็คือในวัง (คุ่ม) ของเจ้าผู้ครองนครนั้นเอง ตามธรรมดาเจ้าผู้ครองนครในสมัยนั้นคือ เจ้าชีวิต มีข้าทาส บริวาร สนม กำนัลมากมาย เจ้าผู้ครองนครก็เกณฑ์หรือว่าสั่งสอนให้ข้าทาสบริวารทอผ้าเป็นการใหญ่ จนกระทั่งลูกเล็กเด็กแดงก็ทอผ้าเป็น" ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Katherine A Bawie ที่ว่า "การขายเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่มาจากฝีมือการทอของบ่าวไพร่นับร้อย ๆ คน ของเจ้านายเหล่านั้น"

เหตุผลดังกล่าวทำให้ค่านิยมของชาวบ้านที่มีต่อผ้าไหมล้านก่าแพงในลักษณะของสิ่งที่มีค่าสูงส่ง แสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจที่มีฐานะดีจึงสามารถซื้อสวมใส่ได้และแสดงถึงชนชั้นสูงที่จะมีค่าคู่ควรในการสวมใส่ แม้ในปัจจุบันค่านิยมเหล่านั้นก็ยังคงอยู่ในสังคม

#### 4.7 สภาพปัจจุบันของการผลิตไหมล้านก่าแพง

ในปัจจุบันถนนสายเชียงใหม่-ล้านก่าแพงยังมีการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยเน้นตลาดจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ ร้านค้าที่จำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ชินวัตรพาณิชย์ 2) ชินวัตรไหมไทย 3) เล่งหงษ์ 4) โจลี่ 5) เชียงใหม่ไหมไทย 6) อ.เพียรกุล และ 7) เลอ บอมบิก

ร้านค้าไหมในเขตล้านก่าแพงปัจจุบันต่างมีการตกแต่งจัดร้านอย่างสวยงามเพื่อแสดงผลที่ที่วางจำหน่าย มีการจัดแสดงการทอผ้าไหมแสดงให้เห็นถึงแหล่งผลิต แต่สินค้าที่วางจำหน่ายในปัจจุบันไม่ได้ผลิตขึ้นในเขตล้านก่าแพง โดยฝีมือของชาวบ้านล้านก่าแพงตามหมู่บ้านต่าง ๆ สินค้าถูกสั่งมาจากต่างถิ่นอันได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ผ้าไหมที่วางขายจะเห็นได้อย่างเด่นชัดว่ามาจากแหล่งผลิตแหล่งอื่นเช่น ผ้าไหมมัดหมี่ เป็นต้น

ผู้ประกอบการไม่ได้เน้นจุดขายของความเป็น "ไหมสันกำแพง" แต่จะเน้นจุดขายในความเป็น "ไหมไทย" (Thai Silk) มากกว่า และจุดขายดังกล่าวเป็นจุดขายที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความเป็นสากลมากกว่าความเป็นไหมสันกำแพงซึ่งเป็นเพียงสินค้าในท้องถิ่น ร้านค้ายังคงตั้งอยู่ในถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากความมีชื่อเสียงของพื้นที่ซึ่งเป็นปัจจัยทางประวัติศาสตร์ดึงดูดให้พื้นที่มีศักยภาพมีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสู่เชียงใหม่และสันกำแพง

อย่างไรก็ตามร้านค้าดังกล่าวก็มีการเคลื่อนย้ายเข้าใกล้ตัวเมืองมากขึ้น ดังจะเห็นอย่างชัดเจนในกรณีของการเคลื่อนย้ายของร้านเพียรกุล ซึ่งได้ย้ายทำเลที่ตั้งถึง 2 ครั้ง เพื่อให้เข้าใกล้ตัวเมืองมากยิ่งขึ้น และร้านชินวัตรไหมไทยก็ได้มาตั้งร้านใหม่ให้เข้าใกล้เมืองมากขึ้น ทั้งนี้ด้วยเหตุผล "เพื่อให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาในการเดินทางน้อยที่สุด" นั้นหมายความว่า บริษัทร้านค้าที่จำหน่ายไหมไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ในเขตตลาดของอำเภอสันกำแพงหรือตลาดเสมียนตราซึ่งเป็นแหล่งผลิตเดิม บริษัทร้านค้าหลายแห่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพียงแต่อยู่บนถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพง เท่านั้นเอง ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนถึงกลยุทธ์ในการขายในปัจจุบันไม่ได้เน้นถึงความเป็น "ไหมสันกำแพง"

ภาพลักษณ์ของไหมเชียงใหม่หรือไหมสันกำแพงเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้คนลดน้อยลง และแทบจะเลือนหายไป การผลิตแบบดั้งเดิมที่ผู้ลงทุนจ้างชาวบ้านเป็นผู้ทอได้หยุดลงอย่างสิ้นเชิง ในปัจจุบันไม่มีชาวบ้านในเขตอำเภอสันกำแพงแม้แต่รายเดียวที่ยังคงทอผ้าไหม

สาเหตุที่การผลิตไหมสันกำแพงได้หยุดการผลิตลงในกลุ่มชาวบ้านเนื่องมาจาก

1. เหตุผลทางด้านการตลาด ลักษณะเฉพาะของการทอผ้าไหมสันกำแพงคือ ชาวบ้านดำรงสภาพเป็นผู้รับจ้างทอในลักษณะของแรงงานทักษะ (Skill Labor) ในขณะที่ผู้ลงทุนเป็นผู้จัดการทางด้านการผลิตและการตลาดทั้งหมด กล่าวคือ ผู้ลงทุนมีหน้าที่ 1) จัดหาวัตถุดิบ อันได้แก่เส้นใยไหม ตลอดจนการย้อมไหม 2) การออกแบบลวดลายและสีสันทัน ผู้ลงทุนจะเป็นผู้ย้อมสีเองและจัดไหมลงในพิมพ์ ในที่นี้ การเรียงไหมจัดเป็นการออกแบบลวดลายและสีสันทันของผ้าไหม
- 3) การตลาด เมื่อชาวบ้านทอเสร็จก็จะนำผ้าไหมจัดส่งผู้ลงทุนเพื่อจำหน่ายต่อไป จากกระบวนการดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ลงทุนจะมีความรู้ในด้านการผลิตและการจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ผู้ลงทุนจะมีความรู้ในด้านโครงสร้างของการตลาดทั้งหมด ในขณะที่ชาวบ้านรู้เฉพาะการทอ

เมื่อการตลาดของไหมสันกำแพงเริ่มซบเซา ผู้ลงทุนทยอยเลิกกิจการและหยุดการผลิตลง ชาวบ้านก็ต้องเลิกการผลิตไปด้วย มีชาวบ้านบางกลุ่มที่ได้ปรับเปลี่ยนการทอไหมเป็นการทอผ้าฝ้ายแต่ก็ทำได้ไม่นานนัก "ครั้งที่เขาเลิกจ้างก็ไปหาซื้อฝ้ายมาทอกันเองแต่ก็ทำได้ไม่นาน ส่วนผ้าไหมไม่ได้ทออีกเลย เพราะไม่รู้ว่าจะไปซื้อเส้นไหมที่ไหน ย้อมสีก็ไม่เป็น" (อำไพ จันทรคำ, สัมภาษณ์ 2537)

เหตุผลที่สำคัญที่สุดของการเลิกทอผ้าไหมของชาวบ้านในเขตอำเภอสันกำแพงก็คือการกุมความลับของโครงข่ายทางการค้า การตลาด การหาวัตถุดิบ ของกลุ่มผู้ลงทุนไว้เพียงกลุ่มเดียว แรงงานทักษะของชาวบ้านที่ชำนาญในการทอผ้าไหมก็ได้พยายามปรับเปลี่ยนเข้าสู่การทอผ้าฝ้าย เมื่อไม่ประสบผลสำเร็จแรงงานชาวบ้านก็เข้าสู่แรงงานภาคการเกษตร

2. เหตุผลทางด้านการผลิต ในช่วงที่มีการส่งเสริมการใช้ที่กระทัด ในการผลิตเพื่อให้การผลิตได้คุณภาพของผ้าที่ดีขึ้นนั้น ในขณะที่ชาวบ้านไม่สามารถทำที่กระทัดขึ้นมาใช้เองได้ ความสามารถของชาวบ้านสามารถทำที่ธรรมดาได้เท่านั้น ในช่วงนี้จึงมีชาวบ้านบางคนที่ได้เลิกทอผ้าไหม

3. เหตุผลทางด้านมิติทางมานุษยวิทยา สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2535) ได้รวบรวมแนวคิดของ สุริยา สมุทคุปต์ (2532) Leedom Lefferts (1990) Sylvia Fraser (1988) โดยสรุปได้ว่า ผ้าและการทอผ้าของผู้หญิงจะเป็นเหมือนพิธีกรรมผ่านสภาวะสู่ความเป็นผู้หญิง (Rites of Passage) ดังเช่น ผู้หญิงอีสาน จะต้องเข้าสู่กระบวนการการเรียนรู้การทอผ้าเมื่อโตเป็นสาวจะต้องทอผ้าให้เป็นอย่างน้อย 3 อย่าง คือ "เสื้อดำ ต้ำแพร์ ชินไหม" (เสื้อย้อมคราม ผ้าขาวม้า ผ้าชินไหม) จึงจะแต่งงานได้ และเมื่อชราภรรยาจะต้องทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าให้แก่เด็กสาวรุ่นหลัง การทอผ้าจึงเป็นเครื่องแสดงถึงความเป็นหญิง (Womanhood) และนอกจากนั้นผ้ายังเป็นเครื่องประกาศถึงความพร้อมในการแต่งงานด้วย

นอกจากนี้ผ้ายังมีความหมายเชิงนัยที่แสดงให้เห็นถึงสถานภาพของผู้สวมใส่โดยเฉพาะผ้าชินจะเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงสถานภาพและแหล่งกำเนิดของกลุ่มชน ซึ่งดูได้จากโครงสร้างและลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้า ชนแต่ละกลุ่มจะนุ่งผ้าชินที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตน ซึ่งจะทำให้ทราบได้ว่าเป็นกลุ่มชนชาติพันธุ์กลุ่มใด มาจากหมู่บ้านใด...ส่วนรายละเอียดในการออกแบบโครงสร้างลวดลายบนผืนผ้าชินนั้น เฉพาะคนในหมู่บ้านเดียวกันจะบ่งชี้ถึงสถานภาพของผู้นุ่ง (ทรงศักดิ์ ปรารงค์-วัฒนกุล และแพทริกเซีย แน่นหนา, 2533)

ลวดลายที่ปรากฏบนผ้าแต่ละผืน เทคนิคในการทอผ้าแต่ละผืนจึงมีความหมายเชิงนัยที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์ ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ต่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ในขณะที่ผ้าไหมล้านกำแพงได้เริ่มการผลิตขึ้นโดยบริบททางการค้าของกลุ่มผู้ลงทุนและให้ชาวบ้านเป็นแรงงานทอรับจ้าง ผ้าไหมที่ได้จึงเป็นผลงานการวางสีเส้นและลวดลายของกลุ่มผู้ลงทุนหรือตลาดเป็นตัวกำหนด เงื่อนไขทางการค้ามีอิทธิพลสูงต่อการผลิต ชาวบ้านไม่ได้มีส่วนในการวางโครงสร้างและลวดลายสีเส้นบนผ้าที่ทอ ลวดลายที่เกิดจากการทอต่างจากผ้าไหมมัดหมี่ของภาคอีสานซึ่งชาวบ้านมีส่วนในการวางลวดลาย โครงสร้าง สีเส้นจากการมัดย้อม ผ้าไหมล้านกำแพงจึงมีผลิตผลส่วนใหญ่เพียงแค่ผ้าลายเลื่อน (ผ้าไหมสีพื้น) ผ้าลายก่าน (ผ้าไหมลายคาดแนวขวาง) และผ้าลายหมากรุก ซึ่งเป็นเทคนิคการทอการวางลวดลายอย่างง่าย ๆ

ลวดลายที่ปรากฏบนผ้าไหมล้านกำแพงก็ไม่ได้มีความหมายเชิงนัยทางมนุษยวิทยาที่บ่งบอกถึงสถานภาพหรือแหล่งกำเนิดของชุมชนหรือความหมายอื่นใดทั้งสิ้น สิ่งที่จะมีอิทธิพลกำหนดลวดลายและสีเส้นของผ้าไหมล้านกำแพงก็คือ ตลาด หรือเงื่อนไขทางการค้า ซึ่งจะมีกลุ่มผู้ลงทุนเป็นผู้ถ่ายทอดเงื่อนไขดังกล่าวสู่ชาวบ้าน

การทอผ้าไหมล้านกำแพงของกลุ่มชาวบ้านถึงแม้จะเป็นหน้าที่ของ "ผู้หญิง" แต่ลักษณะการทอเป็นการทอรับจ้าง ผู้ทออยู่ในสภาพของแรงงานทักษะที่ถูกกลุ่มผู้ลงทุนว่าจ้าง "การทอผ้าเป็น" ของผู้หญิงล้านกำแพงจึงมีความหมายต่างจาก "การทอผ้าเป็น" ของผู้หญิงอีสาน ในขณะที่มีความหมายของการทอผ้าของผู้หญิงอีสานจะเป็นเสมือนพิธีกรรมผ่านสภาวะสู่ความเป็นหญิง เป็นเครื่องแสดงถึงความพร้อมในการแต่งงาน เป็นเครื่องแสดงความเป็นผู้หญิงแต่การทอผ้าเป็นของผู้หญิงล้านกำแพงจะมีความหมายเชิงนัยเพียงแค่การรับจ้างประกอบอาชีพเท่านั้น

เมื่อได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลายในช่วงประมาณ พ.ศ. 2500 ผ้าไหมล้านกำแพงจึงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในฐานะของฝาก ของที่ระลึก จากเชียงใหม่ ต่อมาประมาณ พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา การค้าเริ่มซบเซา ไหมล้านกำแพงเริ่มกลายภาพลักษณ์เข้าสู่ความเป็นไหมไทย กลุ่มผู้ลงทุนเริ่มที่จะลดและเลิกการผลิต จนถึงขั้นหยุดการผลิตอย่างสิ้นเชิง ทำให้ชาวบ้านที่รับจ้างทอได้หยุดการผลิตลงไปด้วย ในขณะที่ผ้าไหมจากแหล่งอื่น เช่น ภาคอีสานได้รับความนิยมเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ

ในปัจจุบันความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้ก่อให้เกิดกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ที่มีรสนิยมแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ในสังคม คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาด้วยเหตุของการขยายตัวของระบบข้าราชการ

หรือเติบโตมาพร้อมกับการขยายโอกาสทางเศรษฐกิจ คนกลุ่มนี้มีรากเหง้ามาจากสามัญชนธรรมดา แต่มีพลังซื้อมากขึ้น และพยายามสร้างรากเหง้าเทียมด้วยการพยายามครอบครอง "สิ่งที่คิดว่าเป็นของผู้ดี" (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2537) ภาวะการแสวงหาสิ่งที่คิดว่าเป็นของผู้ดี หรือ "ของเก่า" จึงเกิดขึ้นและมีผลต่อระบบการผลิตผ้า ดังเช่นงานของ สุตแดน วิสุทธิลักษณ์ (2533) ระบุว่า จากผ้าชิ้นต้นจกที่ไม่มีใครอื่นมาสนใจได้กลายเป็นสินค้าและเกิดความหมายในเชิงการค้า คือ ชิ้นต้นจกแสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์ จึงทำให้ "ขายได้" ทำให้ชุมชนผู้ผลิตต้นจกต้องดำรงลักษณะทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity) เอาไว้เพราะลักษณะดังกล่าวกลายเป็น "จุดขาย" ของสินค้า... ต้นจกในปัจจุบันแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงไปมากแต่ก็ต้องดำรงความเป็น "ของแท้" (authentic) เอาไว้ และยังสามารถสร้าง "ความเป็นของแท้" (authenticity) ของชุมชนเอาไว้ เช่น การสร้างสถาบันพิพิธภัณฑ์ผ้าในชุมชน เป็นต้น

ในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคที่เกิดการปะทุ (Impulse) ครั้งใหญ่ทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เกิดการสนใจในผ้าอย่างกว้างขวางทั้งในแวดวงวิชาการและผู้บริโภค ต่างเกิดการแสวงหาแหล่งผ้าที่มีการผลิตในอดีต แหล่งที่มีการผลิตผ้าในโบราณมีลักษณะเฉพาะแสดงเอกลักษณ์ของตนอย่างเด่นชัด ได้ถูกผู้บริโภคพยายามเสาะแสวงหาและเข้าถึง เช่น แหล่งผลิตผ้าพื้นเมืองในชุมชนบ้านหาดเสี้ยว ศรีสัชชาลัย สุโขทัย แหล่งผลิตในชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการเข้าถึงของผู้บริโภคเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะยืนยันให้กับผู้บริโภคว่าความเป็นของแท้ได้มากขึ้นแม้ว่าแหล่งผลิตนั้นจะอยู่ไกลเพียงใดก็ตาม

แต่สภาพสภาวะดังกล่าวไม่ได้เป็นสภาวะที่เกิดขึ้นกับผ้าไหมสันกำแพง ผ้าไหมสันกำแพงไม่ได้ปะทุโดดเด่นกลับมาผลิตอีกครั้งหลังจากที่ไม่ได้รับการนิยมเหมือนกับการผลิตผ้าที่หาดเสี้ยวหรือที่แม่แจ่ม ถ้าจะวิเคราะห์ถึงสาเหตุสามารถจำแนกได้ 2 ประเด็นดังนี้

1. ผ้าไหมสันกำแพงไม่ได้มีลักษณะของ "ความเป็นของแท้" (authentic) เนื่องจากไหมสันกำแพงมีวิวัฒนาการในการทอขึ้นมาไม่นานนัก การเกิดขึ้นเกิดมาจากบริบททางการค้ามากกว่าทางด้านการผลิตเพื่อใช้สอย โครงสร้าง และลวดลายของผ้าไม่ได้มีความหมายในเชิงนัยเอกลักษณ์ในการผลิตยังมีความเป็นเฉพาะตัวน้อย

2. กระบวนการกลายของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ของไหมสันกำแพงที่เคยดำรงเป็นการผลิตในท้องถิ่นดำรงในภาพลักษณ์ของไหมสันกำแพงหรือไหมเชียงใหม่ ได้ถูกแปรภาพลักษณ์ให้

เป็น ไหมไทย ภายใต้ชื่อเสียงของ "Thai Silk" ภาพลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นเป้าหมายทางการค้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ

เหตุผลดังกล่าวจึงทำให้กระบวนการผลิตผ้าไหมสันกำแพง เปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิต กล่าวคือ ได้เปลี่ยนแปลงจากการผลิตที่เป็นงานหัตถกรรมที่ชาวบ้านและกลุ่มผู้ลงทุนดำเนินการผลิต เข้าสู่ระบบการค้าอย่างเต็มรูปแบบ พร้อมกับภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไป

## บทที่ 5

### สรุปผลและอภิปรายผล

การศึกษาพัฒนาการการผลิตและบทบาททางสังคมของผ้าไหมล้านกำแพง อำเภอล้านกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อสรุปแบ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

5.1 การผลิตผ้าไหมล้านกำแพงเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาตลาด (Market Oriented) การผลิตผ้าไหมล้านกำแพงถึงแม้จะเป็นงานหัตถกรรมท้องถิ่นของชาวบ้าน แต่จัดเป็นงานหัตถกรรมที่พึ่งพาตลาด จากการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์ การเริ่มต้นการผลิตก็เกิดจากเงื่อนไขทางด้านการค้า กล่าวคือ เกิดจากกลุ่มพ่อค้ากองคาราวานวัวต่างที่เดินทางเร่ขายสินค้าในระหว่างเมืองในทางภาคเหนือ พม่า และตอนใต้ของจีน ได้จัดซื้อเส้นไหมและนำมาทอในเขตล้านกำแพง เมื่อได้ผ้าไหมก็นำเข้าสู่ระบบการค้าแบบกองคาราวานอีกครั้งหนึ่ง

เมื่อการคมนาคมทางรถไฟและทางถนนได้เชื่อมโยงเชียงใหม่กับกรุงเทพฯ การค้าแบบกองคาราวานจึงเริ่มหยุดลง เชียงใหม่เริ่มมีการเชื่อมโยงกับกรุงเทพฯมากขึ้นทั้งการค้าและการท่องเที่ยว ในช่วงปี พ.ศ. 2500 เชียงใหม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น การเดินทางเข้าสู่เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวของงานหัตถกรรมในเชียงใหม่ให้ตอบสนองนักท่องเที่ยวมากขึ้น อันได้แก่ ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และผ้าไหมล้านกำแพง

การผลิตผ้าไหมล้านกำแพงขยายตัวมากขึ้นทั้งปริมาณการผลิต และประเภทของสินค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว รูปแบบของการผลิตอันเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่าง "กลุ่มผู้ลงทุน" ซึ่งเป็นผู้ลงทุนจัดซื้อหาวัตถุดิบ การออกแบบลวดลายและสีสันทลอดจนดำเนินการตลาดกับ "กลุ่มชาวบ้าน" ซึ่งเป็นแรงงานทักษะรับจ้างทอผ้าไหม มีความเด่นชัดขึ้น

จนกระทั่งเมื่อการท่องเที่ยวเริ่มถึงจุดอิ่มตัว ผ้าไหมล้านกำแพงซึ่งถูกประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องก็เริ่มลดบทบาทลง เนื่องจากมีผ้าไหมจากแหล่งอื่นซึ่งมีความสวยงามและมีความเป็น "ของแท้" ที่กระบวนการผลิตเกิดจากวัฒนธรรมการพึ่งพาตนเองซึ่งมีความงาม มีโอกาสสอดแทรกความเป็นมาของวิถีชีวิต ชาติพันธุ์ มากกว่าได้รับความนิยมแทนมากขึ้น การผลิตไหมล้านกำแพงในระบบแบบดั้งเดิมจึงเริ่มยุติและหยุดการผลิตลงอย่างสิ้นเชิง เมื่อ "ผู้ลงทุน" ได้หยุดการผลิต กลุ่มแรงงานชาวบ้านที่เคยรับจ้างทอก็ได้เปลี่ยนแรงงานเข้าสู่ภาคเกษตรและภาคบริการในที่สุด

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การเกิดขึ้นและการยุติในกระบวนการผลิตผ้าไหมเส้นกำแพงเกิดขึ้นเนื่องจากกระบวนการค้าเป็นสำคัญ

5.2 ผ้าไหมเส้นกำแพง คือ งานหัตถกรรมที่ถูกพัฒนาให้ขึ้นเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ (Spatial Symbol) หลังจากเชียงใหม่เชื่อมโยงกับกรุงเทพฯ ทั้งทางรถยนต์และทางรถไฟในช่วงก่อน พ.ศ. 2500 เชียงใหม่ได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน ในขณะนั้นพร้อมกับการสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีลักษณะเด่นคือ ธรรมชาติสวยงาม ผู้หญิงสวย วัฒนธรรมการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของประชาชน วัฒนธรรม ประเพณีได้มีบทบาทในการรับใช้วัฒนธรรมท่องเที่ยว เช่น ประเพณีงานสงกรานต์ ประเพณีงานลอยกระทง วิถีชีวิตวัฒนธรรมบางอย่างได้ถูกสร้างขึ้น เช่น การสวมใส่เสื้อหม้อห้อม การรับประทานอาหารแบบ "ขันโตกดินเนอร์" ฯลฯ

เมืองเชียงใหม่จึงมีบทบาทหน้าที่ (Function) เป็น "เมืองท่องเที่ยว" ภายใต้วัฒนธรรมการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบก่อนเมืองอื่น ๆ ในประเทศไทย งานหัตถกรรมพื้นบ้านได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของ "ของที่ระลึก" อันได้แก่ ไม้แกะสลัก เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน และผ้าไหมเส้นกำแพง

ผ้าไหมเส้นกำแพงถูกพัฒนาให้เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ภายใต้การรู้จักในชื่อของ "ไหมเส้นกำแพง" หรือ "ไหมเชียงใหม่" โดยเฉพาะทศวรรษในช่วงหลัง พ.ศ. 2500 ไหมเส้นกำแพงมีชื่อเสียงโดดเด่นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายจนเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่พื้นที่อำเภอสันกำแพงเข้าสู่แหล่งการผลิตจนทำให้ "อำเภอสันกำแพง" เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าเทียมกับรู้จัก "จังหวัดเชียงใหม่" "อำเภอสันกำแพง" จึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มี "การท่องเที่ยว" เป็นจุดสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้งานหัตถกรรมประเภทอื่นได้เริ่มเกิดขึ้นเช่น การทำร่มที่บ่อสร้าง การทำกระดาษสา เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าสู่อำเภอสันกำแพงมากขึ้นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่จึงได้มาผลิตในถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพง มากขึ้นอันได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน ซึ่งได้เคลื่อนย้ายมาจากแหล่งผลิตอำเภอแม่ริม อำเภอหางดง และอำเภอเมืองตามลำดับ ถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพงในปัจจุบันจึงได้รับการส่งเสริมให้เป็นถนนสายหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่

ความเป็นไหม "สีนํ้าแกง" หรือ "ไหมเชียงใหม่" ที่เคยถูกสร้างขึ้นให้เป็นจุดของนโยบายการตลาดของร้านค้าในปัจจุบัน ได้ถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นภาพลักษณ์ของ "ไหมไทย" (Thai Silk) ด้วยกลยุทธ์ในการตลาดที่มุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญในปัจจุบัน การผลิต "ไหมสีนํ้าแกง" ในวันนี้จึงมีบทบาทในการตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญพร้อม ๆ กับความหมายของภาพลักษณ์ในเชิงพื้นที่ที่ถูกเปลี่ยนแปลงไป

**5.3 โครงข่ายทางสังคม (Social Network) มีอิทธิพลสูงต่อการผลิต การดำรงอยู่ และการเปลี่ยนแปลงของผ้าไหมสีนํ้าแกง** การผลิตผ้าไหมสีนํ้าแกงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 กลุ่ม คือ "กลุ่มผู้ลงทุน" และ "กลุ่มชาวบ้านรับจ้างทอ" กลุ่มที่มีบทบาทในการผลิตมากที่สุดคือกลุ่มผู้ลงทุน เนื่องจากเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ ออกแบบลวดลายสีเส้น และที่สำคัญคือ การดำเนินการการตลาด กล่าวได้ว่ากลุ่มผู้ลงทุนเป็นกลุ่มที่ "กำความลับ" ของการผลิตและการตลาดของผ้าไหมสีนํ้าแกง ในขณะที่กลุ่มชาวบ้านมีบทบาทเพียงแรงงานทักษะในการทอ

กลุ่มผู้ลงทุนที่สำคัญ ประกอบด้วย 4 กลุ่มคือ 1) กลุ่มตระกูลชินวัตร 2) กลุ่มตระกูลเพ็ชรกุล 3) กลุ่มตระกูลพรหมชนะ และ 4) กลุ่มผู้ค้าส่งรายย่อย ทั้ง 4 กลุ่ม มีบทบาทสูงมากต่อการผลิตและการตลาด นับตั้งแต่การริเริ่มทอผ้าไหม การผลักดันให้ผ้าไหมสีนํ้าแกงให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย การออกแบบลวดลายและสีเส้น การคิดค้นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองตลาดและแม้กระทั่งการผลิต

ในกลุ่มผู้ลงทุนทั้ง 4 กลุ่ม มีความสัมพันธ์เกี่ยวดองเชิงเครือญาติซึ่งกันและกัน และในแต่ละตระกูลก็ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผ้าไหมเป็นโครงข่าย

ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ โครงข่ายของตระกูลชินวัตรซึ่งเป็นตระกูลที่ริเริ่มการทอผ้าไหมสีนํ้าแกงและเป็นตระกูลที่มีโครงข่ายของธุรกิจเกี่ยวกับผ้าไหมสูงสุด จาก นายเชียง นางแสง ชินวัตร ซึ่งได้ดำเนินการค้าผ้าไหมเมื่อเข้าสู่รุ่นที่สองซึ่งเป็นรุ่นลูกต่างก็ดำเนินกิจการธุรกิจด้านผ้าไหม อันได้แก่

- 1) ร้าน ท. ชินวัตรไหมไทย ซอยประสานมิตร ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ ดำเนินการโดย คุณเข็มทอง โอสธานนท์ (ชินวัตร)
- 2) หสน. ชินวัตรพาณิชย์ ตลาดสีนํ้าแกง เชียงใหม่ ดำเนินการโดย คุณจันทร์สม ชินวัตร

3) ส. ชินวัตรไหมไทย ตั้งอยู่ถนนเชียงใหม่-สันกำแพง ดำเนินการโดยคุณสมจิตร ชินวัตร

4) คุณบุญรอด ชินวัตร ปัจจุบันเป็นผู้จัดการโรงงานชินวัตรไหมไทย

5) คุณวิไล ชินวัตร ดำเนินการร้านชินวัตรเทรตติ้ง

6) คุณทองสุข ชินวัตร (โครชาติแยร์) ดำเนินการ หจก. ชินวัตร แพนชั่นเฮาส์ หจก. ชินวัตร โลคัลกรุ๊ปและ หจก. ทองสุทธิชินวัตร

กลุ่มผู้ลงทุนได้ขยายระบบการลงทุนในกิจการค้าผ้าไหมและสิ่งทอโดยใช้ "ชินวัตร" เป็นตรา (Brand) ของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการขยายการลงทุนตามโครงข่ายทางสังคม การจำหน่าย "ไหมสันกำแพง" ในปัจจุบันได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ไปสู่ความเป็น "ไหมไทย" ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมาจากต่างพื้นที่ และการทอผ้าไหมในเขตสันกำแพงในรูปแบบเดิมก็ถูกยกเลิกไปด้วย เมื่อกลุ่มผู้ลงทุนเลิกการผลิต กลุ่มชาวบ้านก็ต้องเลิกการผลิตไปด้วยเพราะกลุ่มผู้ลงทุน "กำความลับ" ทั้งด้านการผลิตและการตลาดไว้ แม้ว่าชาวบ้านจะพยายามเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตโดยการหันมาทอผ้าฝ้ายบ้าง แต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จจึงหยุดการผลิตไป หลังจากที่กลุ่มผู้ลงทุนเลิกการผลิต

#### 5.4 บทบาทสำคัญของผ้าไหมสันกำแพงอยู่ในฐานะ เป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมและทาง

เศรษฐกิจของผู้สวมใส่ ในขณะที่ผ้าไหมจากแหล่งอื่นมีบทบาทต่อชุมชนในด้านอื่น ๆ สูง เช่น ผ้าไหมในอีสาน มีบทบาทเป็นเครื่องผ่านสภาวะ (Rites of Passage) และเป็นเครื่องแสดงความเป็นผู้หญิง (Womanhood) แต่หน้าที่ในด้านดังกล่าวของไหมสันกำแพงมีน้อยเนื่องจากชาวบ้าน (ผู้หญิง) มีหน้าที่เพียงแรงงานทักษะรับจ้างทอผ้าเท่านั้น

ในขณะที่ผลผลิตคือ ผ้าไหม ที่ออกสู่ชุมชนในรูปแบบของ "ผ้าชิ้น" จะมีบทบาทต่อชุมชนคือเป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม ของผู้สวมใส่ แสดงถึง "ความร่ำรวย" มีเงิน มีทองเหลือพอที่จะซื้อ "ผ้าชิ้นไหม" มาสวมใส่ได้ ในขณะที่ผู้ทอและชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่ได้สวมใส่ ผู้ที่สวมใส่ก็จะได้แก่ ผู้หญิงที่มีฐานะดีของชุมชน และโอกาสที่ใช้ในการสวมใส่ก็จะสวมใส่ในงานสำคัญ เช่น งานปอยหลวง ขึ้นบ้านใหม่ แต่งงาน ฯลฯ เท่านั้น ในชุมชนภาคเหนือจะไม่ใช้ผ้าไหมดำเนินกิจกรรมปกติในชีวิตประจำวัน

ผู้ที่มีฐานะพอที่จะซื้อ "ผ้าชิ้นไหม" ไล่ได้ส่วนใหญ่มักไม่ได้มีจำนวนมากผืน ส่วนใหญ่มีประมาณ 1-2 ผืนเท่านั้น เพื่อเป็นเครื่องแสดงถึง "ความมี" ไหมไล่เท่านั้นเอง

5.5 ผ้าไหมสันกำแพงคงความเป็น "ศิลปพื้นบ้าน" น้อย คงความเป็น "ศิลปพื้นเมือง" หรือ ความเป็น "พื้นบ้านเทียม" (Pseudo-traditional arts) สูง ความเป็นศิลปพื้นบ้านสุจินต์ วงษ์เทศ (2535) ได้สรุปว่าจะต้องมีลักษณะคือ 1) มีการถ่ายทอดด้วยปากเปล่า 2) มีกำเนิดหรือที่มาของความคิดเป็นพื้นบ้าน มิได้เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม 3) ผลงานนั้นจะต้องดำรงอยู่ในชุมชน 4) ชุมชนที่เป็นเจ้าของมักไม่รู้หนังสือ มีการติดต่อกันแบบตัวต่อตัว 5) การผลิตมิได้ผลิตเพื่ออาชีพ 6) เป็นเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองได้ 7) เป็นสังคมที่เคร่งใน ประเพณีและศาสนา และที่สำคัญศิลปพื้นบ้านจะมีคุณประโยชน์ใช้สอย (Function) มากเมื่อเทียบกับศิลปพื้นเมือง ซึ่งเน้นความสวยงาม

ผ้าไหมสันกำแพงเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่เกิดเนื่องมาจากบริบททางการค้าเป็นหลัก ผลิตขึ้นเพื่อการค้าไม่ได้ผลิตเพื่อใช้สอยในชุมชน ผลผลิตที่ได้ก็เพื่อจำหน่ายนอกชุมชนเป็นหลัก ดังนั้น "ไหมสันกำแพง" จึงคงความเป็นศิลปพื้นบ้านน้อย จากการผลิตเพื่อการค้าของไหมสันกำแพง อยู่ได้ทั้งในลักษณะของ 1) การเปลี่ยนแปลงประโยชน์ใช้สอยของไหมสันกำแพง ประโยชน์ใช้สอย (Function) ของผ้าไหมได้ถูกปรับเพื่อตอบสนองเงื่อนไขทางการค้า เช่น ผ้าชิ้น ถูกนำไปทำชุด รองน้ำชา เนคไท กระเป๋า ผ้าปูโต๊ะ ผ้ามัด ประโยชน์ใช้สอยดังกล่าวได้ปรับเปลี่ยนออกไปจากเดิม 2) การผลิตแบบมวล (Mass Production) การทอผ้าไหมสันกำแพง แม้ว่าจะยังทำด้วยมือแต่ก็เป็นการผลิตจำนวนมากในแต่ละครั้ง 3) ตลาดเป็นตัวกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์มากกว่า ชาวบ้านชุมชนเป็นตัวกำหนด

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ "ผ้าไหมสันกำแพง" ไม่คงความเป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน แต่ได้ถูกปรับให้ตอบสนองเงื่อนไขทางการค้า การท่องเที่ยว เป็นหลัก อย่างไรก็ตามในด้านจุดขายของการค้า ไหมสันกำแพง ยังคงพยายามเน้นถึงจุดขายในด้านความเป็นศิลปท้องถิ่น ศิลปพื้นบ้าน ดังนั้น ไหมสันกำแพง จึงอยู่ในรูปลักษณะของ "พื้นบ้านเทียม" (Pseudo-traditional arts) ที่มีความงามตามความนิยมของตลาด ไม่มีความหมายทางด้านสัญลักษณ์เดิม มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้าน 1) ขนาดและรูปร่าง (Form) ให้แปรเปลี่ยนไปจากเดิม 2) มีลักษณะเป็นของตกแต่ง (Decoration) มากกว่าของใช้สอย และ 3) มีการแบ่งงานกันทำในแต่ละหน้าที่

ข้อสรุปที่เห็นได้เด่นชัดอีกประการหนึ่งคือ การชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาที่ขาดพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมรองรับ ถึงแม้ว่าอาจจะประสบผลสำเร็จในเชิงการตลาด หรือด้านอื่น ๆ ผลสำเร็จนั้น ไม่อาจนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

แต่ลักษณะดังกล่าวของโหมลันกำแพงไม่ได้เป็นประเด็นที่ทำให้ "โหมลันกำแพง" อยู่ในลักษณะด้อย รูปแบบของการผลิต การตลาดของ โหมลันกำแพงยังคงเป็นรูปลักษณะที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว โดยเฉพาะกลยุทธ์ในด้านการตลาดที่ผลักดันให้ "โหมลันกำแพง" เป็นที่รู้จัก โดดเด่น จนกระทั่งสามารถเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่ได้ กระบวนการดังกล่าวจึงเป็นกระบวนการที่สมควรได้รับการศึกษาและปรับปรุง เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนางานหัตถกรรมประเภทอื่น ๆ ต่อไป

## บรรณานุกรม

- ชูลีทซ์ ชูชาติ. "พ่อค้าวัวต่าง : ผู้บุกเบิกการค้าชายในหมู่บ้านภาคเหนือ" เศรษฐกิจนครเชียงใหม่จากอดีตสู่อนาคต. เชียงใหม่, 2537
- แคทเธอริน เอ. โบวี. "การค้าและผลิตภัณฑ์ผ้าในภาคเหนือของไทย จากมุมมองทางประวัติศาสตร์" ผ้าเอเชีย : มรดกร่วมทางวัฒนธรรม กรุงเทพฯ: อัมรินทร์การพิมพ์, 2536
- ทรงศักดิ์ ปรากฏ์วัฒนากุล และแพทริเซีย แน่นหนา. ผ้าล้านนา : ยวน ลื้อ ลาว. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้ง, 2533.
- ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม. "การสลายตัวของศิลปพื้นบ้านไทยในปัจจุบัน" พื้นบ้านพื้นเมือง. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์, 2530.
- ปราณี วงษ์เทศ. พื้นบ้าน พื้นเมือง. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์, 2530.
- ปราณี วงษ์เทศ และสุจิตต์ วงษ์เทศ. "จะอย่างไรกับปัญหาวัฒนธรรม". พื้นบ้านพื้นเมือง. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์, 2530.
- ปลาย้อ อทองสวัสดิ์. "เศรษฐกิจนครเชียงใหม่ ยุค 2339-2484" เศรษฐกิจนครเชียงใหม่จากอดีตสู่อนาคต. เชียงใหม่, 2537
- แพทริเซีย ชิสแมนแน่นหนา, วิถี พานิชพันธุ์. "สายใยแห่งวัฒนธรรมไทในศิลปพื้นผ้า. ผ้าเอเชีย: มรดกร่วมทางวัฒนธรรม กรุงเทพฯ: อัมรินทร์การพิมพ์, 2536
- สุดแดน วิสุทธีลักษณ์. ความเปลี่ยนแปลงของการผลิตผ้าพื้นเมืองชุมชนบ้านหาดเลี้ยว  
อ.ศรีสังขานาลัย จ.สุโขทัย. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาขา  
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- สมหมาย เปรมจิตต์. กำหนดและวิวัฒนาการหัตถกรรมไทย : การศึกษาวิเคราะห์เชิงสังคมและวัฒนธรรม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2528.
- สมาคมชาวเหนือ. นิตยสารโยนก. ฉบับที่ 6 (ปีที่ 1 8 ธันวาคม 2492).
- วัชระ สันธุประมา. "เศรษฐกิจนครเชียงใหม่สมัยโบราณ (ก่อนพระเจ้ากาวิละ)" เศรษฐกิจนครเชียงใหม่จากอดีตสู่อนาคต เชียงใหม่, 2537.
- \_\_\_\_\_ . "เศรษฐกิจนครเชียงใหม่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2" เศรษฐกิจนครเชียงใหม่จากอดีตสู่อนาคต, เชียงใหม่, 2537.

- วัลลภ ทองอ่อน. การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งอุตสาหกรรมเชิงพฤติกรรม : กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535.
- วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ. ผ้าไทย : พัฒนาการอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้ง, 2530.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. "ความเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสร้างหัตถกรรมไม้แกะสลักเพื่อชาย" ศิลปวัฒนธรรม (ตุลาคม, 2537).
- Bock, Carl. Temple and Elephants : Travels in Siam in 1881-1882. Oxford: Oxford University Press, 1986.
- Carter, A. Cecil. The Kingdom of Siam. Bangkok: Siam Society, 1988.
- Chapman, K., and Walker, D. Industrial Location : Principles and Policies. New York: Basil Blackwell, 1987.
- Katherine A. Bowie. "Trade and Textiles in Northern Thailand : A Historical Perspective" Textiles of Asia : A Common Heritage. Bangkok: Amarin Printing, 1993.
- The National Museum of Ethnology. Guide to The National Museum of Ethnology. Osaka: The Senri Foundation, 1986.
- Le May, R. Siam : Nature and Industry, Bangkok: The Ministry of Commerce and Communication, 1930.
- Smith, D. M. Industrial Location : An Economic Geographical Analysis. New York: Wiley, 1981.
- Webber, M.J. Impact of Uncertainty on Location. Canberra: Australian National University Press, 1992.
- Wheeler, O.J., and Muller. P.O. Economic Geography. New York: Wiley, 1986.

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายวัลลภ ทองอ่อน
วันเดือนปีเกิด	19 กุมภาพันธ์ 2507
คุณวุฒิ	ศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภูมิศาสตร์ (วทม. ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ทุนการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร กำแพงเพชร