

หัวข้อวิทยานิพนธ์      กาแฟดอยช้าง: อัตลักษณ์ชาติพันธุ์และการทำให้เป็นสินค้า

ผู้เขียน      นางสาวชลียา ทาแกง

ปริญญา      ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษา      อาจารย์ ดร.ประสิทธิ์ ลิปรีชา

## บทคัดย่อ

งานศึกษาชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างที่ถูกนำมาสร้างให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง ทั้งด้านพัฒนาการและบริบทของการเกิดบริษัทกาแฟดอยช้าง การนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ในบริบทกาแฟดอยช้าง โดยในอดีตดอยช้างเป็นแหล่งปลูกฝิ่นชั้นดีและเป็นแหล่งปลูกพืชชนิดอื่นๆ ของภาคเหนือ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งโครงการหลวงได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือและได้นำต้นกาแฟมาปลูกในพื้นที่ดอยช้างมาตั้งแต่ พ.ศ. 2526 จนกระทั่งตั้งบริษัทกาแฟดอยช้างคอฟฟี่ ออร์แกนิก จำกัด เมื่อปี พ.ศ. 2546 จึงทำให้บ้านดอยช้างกลายเป็นแหล่งผลิตกาแฟอาราบิก้าที่มีคุณภาพของประเทศ งานศึกษาชิ้นนี้ จึงเป็นการทำความเข้าใจถึงการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง ด้วยการทำอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ให้เป็นสินค้า ซึ่งแต่ก่อนไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจกลับมีมูลค่าทางเศรษฐกิจในระบบตลาด โดยงานศึกษาชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการศึกษาด้วย การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เจาะลึกกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์แกนิก จำกัด กลุ่มเกษตรกร กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง ตลอดจนหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์กับกาแฟ ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างถูกนำเสนอผ่านบริบทการผลิตกาแฟดอยช้างและทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างเป็นสินค้า โดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ผ่านกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้างทั้งรูปแบบ การปลูกกาแฟ การผลิตและกระบวนการแปรรูปกาแฟ โดยรูปแบบการผลิตกาแฟดอยช้างเป็น วิธีการผลิตกาแฟของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง โดยเป็นผู้ปลูก ดูแล จนถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยว ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องกาแฟและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนกระบวนการแปรรูปผลผลิตกาแฟนั้นเกิดขึ้นเมื่อมีบริษัทกาแฟดอยช้างคอฟฟี่ ออร์แกนิก จำกัด โดยการทำให้อัตลักษณ์อำเภอบ้านดอยช้างเป็นสินค้าถูกนำเสนอด้วยตราสินค้าที่มีรูปคนอำเภอบ้านดอยช้าง จากการถูกตีตราด้วยชีวิตเกษตรกรผู้ปลูกฝิ่นมาเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญเรื่องกาแฟ ตลอดจนเป็นผู้อนุรักษ์ป่าและการเป็นเจ้าของกาแฟที่มีชื่อเสียงนั้นมาจากเรื่องราว

ความเป็นชาติพันธุ์อำเภอที่ถูกแปลงให้เป็นสัญลักษณ์ของกาแฟคอยช้างและสามารถสร้างมูลค่าใน  
ระบบการตลาดในระดับนานาชาติได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Thesis Title</b>	Doi Chaang Coffee: Ethnic Identity and Commodification
<b>Author</b>	Ms. Chaleeya Takaeng
<b>Degree</b>	Master of Arts (Major Southeast Asian Studies)
<b>Advisor</b>	Lecturer Dr. Prasit Leepreecha

### **ABSTRACT**

This research is to examine the ethnic identity of Akha hilltribe that has been commodified and created the economic value in which it has been resulted in ‘Doi Chaang’ coffee production including the development of the Doi Chaang Coffee Company as well as its brand’s identity. In previous days, Doi Chang (or Chang Hill) was the well-known area of the north of Thailand that growing opium. Both government, private sectors and The Royal Project Organization had cooperated and helped locals by growing coffee trees instead of opium since 1983 and Doi Chaang Coffee Original Company has been established thereafter. Doi Chang village then became the significant area of growing quality Arabica coffee of Thailand. Therefore, this research will be conducted in order to provide the better understanding of Akha’s identity that has been represented and commodified to the market. This qualitative research has been implemented by observation, interviewing stakeholders including Doi Chaang Coffee Original Company, agriculturists, Akha hilltribe in Doi Chang (Chang hill) area and organizations related to coffee. The result of the study has been founded that the ethnic identity of Akha hilltribe in Doi Chang (Chang hill) area can be used and created the economic value through the coffee production on both production and process. The production of Doi Chaang Coffee has been done by Akha hilltribe from growing to cultivate, and to the harvest. These let Akha hilltribe becoming the expert of coffee. The coffee process, on the other hand, has been implemented since the Doi Chaang Original Company establishment in Doi Chang (Chang hill) area by incorporating Akha identity, as such the Akha people used in the logo of the brand, changing the life of agriculturist who live of opium growing community area to the area

where the best coffee has been produced, becoming the expertise in coffee, being the forest conservation and become the world recognized coffee production company. These come from individuals that passed through Doi Chaang coffee, enter to the market and finally create the economic value.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved