

บทที่ 5

กาเฟดอยช้างกับการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่า

บทนี้ผู้วิจัยนำเสนอการสร้า งอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าในบริบทของกาเฟดอยช้าง ผ่านการสร้างความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าในกระบวนการผลิตกาเฟดอยช้าง ซึ่งเป็นปฏิบัติการที่สำคัญ ทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าสามารถเข้าไปอยู่ในผลิตภัณฑ์กาเฟดอยช้างที่ไม่ใช่เป็นเพียงตราสินค้าที่เป็นรูปคนอ่าข่าที่อยู่ในผลิตภัณฑ์เท่านั้น ยังรวมถึงวิถีชีวิต ความเป็นอ่าข่า ตัวคน ครอบครัว และความอยู่รอด ซึ่งมีความผูกพันกับกาเฟเป็นทั้งผู้ปลูก ผู้ผลิตและมีความเชี่ยวชาญในเรื่องกาเฟ ด้วยกระบวนการเหล่านี้ถูกบรรจุเข้าไปในผลิตภัณฑ์กาเฟดอยช้าง การสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าเป็นกระบวนการของการรื้อสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าให้มาอยู่ในบริบทใหม่จากเดิม ที่อัตลักษณ์ถูกผูกติดและการเหมารวม ในกระบวนการพัฒนาของรัฐที่กล่าวว่าคนบนพื้นที่สูงปลูกฝิ่น ทำไร่เลื่อนลอย และเป็นผู้ทำลายป่า ปัจจุบันเมื่อเกิดการก่อตั้งบริษัทกาเฟดอยช้างขึ้น กลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่า จึงผลิตซ้ำและนิยามอัตลักษณ์ ชาติพันธุ์ ในความหมายใหม่ โดยการ สร้างความหมายผ่านความหมายของตราสินค้าที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ตราสินค้ากาเฟดอยช้าง กระบวนการผลิตกาเฟดอยช้าง สถาบันกาเฟที่ให้ความรู้เรื่องกาเฟแบบครบวงจร มูลนิธิกาเฟดอยช้างและกิจกรรมวันกาเฟดอยช้างและคารวะผู้อาวุโส กระบวนการเหล่านี้เป็น การเพิ่มมิติประเด็นทางวัฒนธรรมและสังคมในการสร้างความหมายในการนิยามตัวตนของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ผ่านสินค้าอย่างกาเฟดอยช้างและยังผลิตซ้ำเพื่อสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในความหมายใหม่

5.1 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่าและความเป็นคนชายขอบ

กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเป็นกลุ่ม ชาติพันธุ์ ที่มักจะถูกกลุ่มคนที่มีอำนาจ หรือมีสถานะที่เหนือกว่ากำหนด ก ฎเกณฑ์ หรือขีดเส้นแบ่งความสัมพันธ์ และพรมแดนของ อัตลักษณ์ (Ethnic Boundary) อยู่เสมอ โดยกำหนดหรือการนิยามกลุ่มที่ไม่ใช่ลักษณะทางวัฒนธรรม (Cultural Stuff) ที่กลุ่มยึดถือ แต่เป็นพรมแดนทางด้านสังคม (Social Boundaries) เมื่อสมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ ก็จะทำให้เกิดการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะนำมากำหนดสมาชิกและวิถีทางที่แสดงออกถึงความเป็น

สมาชิกของตน (บาร์ธ 2555: 63) โดยกำหนด ความเหมือนและความแตกต่างโดยยึดเอาความเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของสังคมไทยส่วนใหญ่ ซึ่งมีความแตกต่างจากวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มอื่นๆ ที่เป็นชนส่วนน้อย เส้นแบ่งของความเป็นปกติและความต่างนั้นทำให้การมีปฏิสัมพันธ์กันดำเนินไปแบบคู่ตรงข้าม ตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ไม่เหมือนกับคนส่วนใหญ่ จึงถูกทำให้ไม่มีตัวตน กิดกัน ถูกทำให้เป็นคนอื่นและถูกนิยามความหมายใหม่อยู่ตลอดเวลา การทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนชายขอบของสังคมนั้น ไม่ได้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงที่ ไม่พูดถึงความสัมพันธ์ ในบริบทของประเทศไทย ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีอำนาจเหนือกว่ากับผู้ที่มิอำนาจด้อยกว่า ในกระบวนการของการสร้างชาติ ซึ่งการพัฒนาและการสร้างความเป็นชาติเดียวกับถือเป็นหน้าที่และอำนาจของรัฐ ที่เป็นตัวแทนของศูนย์กลางทางวัฒนธรรมที่เหนือกว่าเข้าไปจัดการ เปลี่ยนแปลงและทำให้วัฒนธรรมของผู้ที่ด้อยกว่าเท่าเทียมหรือปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมส่วนใหญ่ ดังนั้นรัฐจึงมีความชอบธรรมที่จะเข้าไปจัดการเปลี่ยนแปลงและยกระดับชีวิตของกลุ่มคนชายขอบให้ดีขึ้น

กรณีกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าบ้านคอยช้าง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่ม หนึ่ง ที่ตกอยู่ภายใต้ วัฏจักรของการพัฒนาของชาติเช่นเดียวกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงกระบวนการพัฒนาพื้นที่สูงของรัฐที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตและระบบเศรษฐกิจ จนบนพื้นที่สูงให้มีความทันสมัยและมีชีวิตที่ดีขึ้น เช่นเดียวกับคนพื้นราบทั่วไป กระบวนการพัฒนาพื้นที่สูงที่นำนี้ถูกปฏิบัติการด้วยนโยบายการพัฒนาพื้นที่สูง ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าบ้านคอยช้าง จากวิถีการผลิตแบบเดิมที่เป็นการผลิตเพื่อยังชีพ ปลูกข้าวไร่ ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรม ปลูกฝิ่นเพื่อเป็นยารักษาโรคและขายเพื่อแลกอาหาร การทำไร่หมุนเวียนที่มีการจัดสรรและแบ่งที่ดินไว้ปลูกพืชในแต่ละฤดูกาล เปลี่ยนเป็นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว และใช้พื้นที่แบบถาวร วิธีการผลิตที่เป็นการตัดโค่นเผาเพื่อทำเป็นฟืน ขที่เกษตรกรเป็นระบบที่รัฐนิยาม “ไร่เลื่อนลอย” ซึ่งเป็นสาเหตุของการตัดไม้ทำลายป่า ประกอบกับการปลูกฝิ่นบนพื้นที่สูงซึ่งการปลูกฝิ่นนั้นก็เป็วิธีการผลิตที่ติดตัวมาตั้งแต่ประเทศต้นทาง เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าอยู่ห่างไกลจากศูนย์กลางหากเจ็บป่วยก็ไม่สามารถไปหาหมอได้ทันทั่วทั้งที่จึงจำเป็นต้องใช้ฝิ่นในการรักษาโรคต่างๆ รวมถึงประเพณี และพิธีกรรมที่แตกต่างต่างค นพื้นราบทั่วไป เช่น ลานสาวกอด มิดะ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ทางเพศของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าถูกขับร้องผ่านบทเพลง หรือเผยแพร่ในทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ ในบทบาทของผู้ร้ายค่ายาเสพติด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้กลายเป็นภาพลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าโดยปราศจากการตั้งคำถามหรือประสบการณ์เบื้องหลังของเหตุการณ์ การกระทำความผิดและความไม่เข้าใจในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่า ส่งผลให้การใช้ชีวิตประจำวันและการมีปฏิสัมพันธ์กับคนภายนอกด้วยความอคติต่อกลุ่มชาติพันธุ์

ในช่วง การส่งเสริมพืชทดแทนฝิ่นเข้ามาในหมู่บ้านคอยช้าง พ.ศ. 2526-2545 รัฐร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนส่งเสริมให้ชาวบ้าน ปลูกพืชทดแทนฝิ่นหลายชนิด ทั้ง ถั่วต่างๆ มะเขือเทศ กระหล่ำปลี ชาอัสสัม ชาอู่หลง ชาชิง ชิง กาแฟ มะคาเดเมีย ลิ้นจี่ ชาโยเด่ และพืชเมืองหนาวอื่นๆ เป็นต้น ด้วยความที่ไม่สะดวก การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจบนพื้นที่สูงทำให้ชาวบ้านอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงรายได้ มีผลทำให้ชาวบ้านมีรายได้ลดลง ประกอบกับเมื่อเก็บเกี่ยว ผลผลิตต้องนำไปขายยังพื้นราบ จากการลงพื้นที่ภาคสนามและการสัมภาษณ์ชาวบ้านในประเด็น ปัญหาเกี่ยวกับการปลูกพืชทดแทนฝิ่นในพื้นที่บ้านคอยช้าง พบว่า การติดต่อและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงกับคนพื้นราบ มีข้อจำกัดอยู่พอสมควร ประการแรก กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง มักมีปัญหาในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนพื้นราบ และถูกคนเฝ้าไร่เอาเปรียบ ด้วยความมีอคติทางชาติพันธุ์กับกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง จากการสัมภาษณ์ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านคอยช้าง เรื่องความเป็นมาในการปลูกพืชทดแทนฝิ่นแต่ละชนิด และการนำผลผลิตไปขายในพื้นที่ราบ พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงกับคนพื้นรำนกไม่ราบรื่นมากนัก

ผมเป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านมากกว่า 30 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2525 ก็ผลักดันเวียนกันเรื่อยมา ในช่วงก่อนหน้านี้นี้ข้างบนนี้ก็ปลูกข้าวไร่ ข้าวโพด กระหล่ำปลี ฝิ่น ถั่วแดงและผักพื้นบ้านไว้กินกันเองในครอบครัว ปลูกสลับกันไปอย่างนี้เพราะไม่มีการปลูกพืชไหนเป็นพืชหลัก ส่วนกาแฟก็เริ่มเข้ามาใน พ.ศ. 2526 และเริ่มปลูกจริงจังเรื่อยมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 ในระยะแรกที่ผลผลิตของกาแฟออกมาแล้ว ประมาณปี พ.ศ. 2530-2531 ได้ ชาวบ้านก็ไม่ว่าจะเอาไปขายให้ใคร ในตัวเมืองเชียงใหม่เขาก็มี การรับซื้อกาแฟอยู่บ้างแต่ถ้าเราขนไปส่งบางคนก็ไม่มีรถไปส่งและไม่มียี่ห้อประชาชน จึงรวมๆ กันแล้วเหมารถไปขายในเมือง การเดินทางลงจากคอยช้างไปในพื้นที่ราบสมันนั้นก็ลำบากมากเนื่องจากถนนยังไม่ได้ลาดยางยังขรุขระ และต้องใช้รถโฟวิลเท่านั้นถึงจะขับไปได้สะดวก พอเราเอากาแฟไปขายต่อบางทีก็จะมีพ่อค้ามารับอีกทีหนึ่งหรือไปขายตามแหล่งโครงการที่เขาซื้อ สมัยนั้นในเชียงใหม่เขาให้ราคาถึง 70 บาทต่อกิโลกรัม รวมกันไปขาย แต่พอไปถึงราคาขายกลับเหลือครึ่งหนึ่ง บางคนไม่ได้เอากาแฟลงไปขายข้างล่างก็จะขายให้กับพ่อค้าที่เข้ามาซื้อถึงในคอยช้าง แต่ราคาไม่ดี นอกจากนี้มีโครงการอื่นเข้ามาส่งเสริม ปลูกไม้ยืนต้นอย่างโครงการหลวง นำต้นท้อ ต้นบัว มาให้ปลูก ศูนย์พัฒนาเกษตรที่สูงวาวี (คอยช้าง) นำ แมคคาเดเมียมาให้ปลูก ตอนหลังมีบริษัทกาแฟคอยช้างมาตั้ง พวกข้าวโพด กระหล่ำปลี มะเขือเทศ ก็จะปลูกลดลง เพราะหันไปปลูกกาแฟและไม่ยืนต้นกันหมด (คุณธีรพงษ์ สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์แล้วจะเห็นได้ว่ากลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง มีความยากลำบากในการนำผลผลิตไปขายยังพื้นราบ ทั้งปัญหาเรื่องคมนาคม รถในการขนส่งและการเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางที่กดราคาสินค้าอย่างไม่เป็นธรรม ประการที่สอง ข้อจำกัดของกลุ่มชาติพันธุ์ในเรื่องของสิทธิพลเมือง การไม่มีบัตรประชาชนอันเป็นเหตุให้ไม่สามารถลงไปขายผลผลิตของตนเองได้ และเสี่ยงต่อการถูกเจ้าหน้าที่จับกุม คุณปณชัยจึงเล่าให้ฟังในสมัยที่ราคากาแฟตกต่ำ เกิดปัญหาและข้อจำกัดของกลุ่มชาติพันธุ์บนคอยช้างที่ต้องพบเจอนอกจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางยังพบว่าปัญหาด้านสิทธิความเป็นพลเมืองก็เป็นอุปสรรคต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเป็นอย่างมาก

แต่เดิมคนปลูกกาแฟคอยช้างมีอยู่ 40 ครอบครัว มีครอบครัวลืซุ 20 ครอบครัว มีครอบครัวอ่าฆ่า 20 ครอบครัว และปลูกเรื่อยมาเหลือประมาณ 10 ครอบครัว มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 500-600 ไร่ ตอนนั้นราคากาแฟอยู่ที่ประมาณ 17-20 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งที่เมืองจีนให้ราคา 60-70 บาท เมื่อผลผลิตออกมาเห็นว่าที่เชียงใหม่รับซื้อราคานี้แต่ถูกหลอกอีก ซึ่งพอไปถึงเชียงใหม่ราคากลับลดเหลือครึ่งหนึ่งเมื่อไปถึงยังงิเราก็ต้องขาย หลังจากนั้นเลยลงไปปรึกษาคุณวิชาในตัวเมืองเชียงราย นอกจากปลูกกาแฟแล้ว ที่เหลือก็ปลูกมะเขือเทศกะหล่ำปลี บวบ ถึงแม้จะมีผลผลิตมากแต่ขายไม่ได้เพราะติดเรื่องไม่มีบัตรประชาชน ลงไปขายก็ถูกจับ เราถูกขูดเส้นให้อยู่อย่างนี้มาตลอด ในสมัยที่มีพ่อค้ามารับกาแฟถึงที่ เขาให้กิโลละ 5 เราก็ขาย เพราะไม่มีทางเลือก แล้วลงไปขายข้างล่างราคาก็ถูก จับเพราะ ไม่มีบัตรประชาชนอีก (คุณปณชัย พิสัยเลิศ สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม 2559)

การก้าวข้ามอคติทางชาติพันธุ์เป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากมายาคติของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เรารับรู้และเข้าใจยังฝังรากลึกมาจนถึงปัจจุบันเป็นมายาคติที่มองกลุ่มชาติพันธุ์ด้วยความเป็นอื่น การเข้ามาพัฒนา กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง ในภาคเหนือของประเทศไทยด้วยเหตุผลความมั่นคงของชาติ หากแต่การพัฒนาดังกล่าวไม่ได้พัฒนาให้ครอบคลุมเพื่อแก้ ปัญหาของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงอย่างเท่าเทียม ในฐานะที่เป็นพลเมืองของชาติ แนวคิดเรื่องพลเมืองของรัฐไทยผูกติดอยู่กับการเป็นคนของ “ชาติ” (National) และ “สัญชาติ” (Nationality) อันหมายถึงการเป็นสมาชิกของชาติไทย และเรื่องสัญชาติเป็นเครื่องมือชั้นสำคัญที่ทำให้ได้สิทธิความเป็นพลเมือง สิทธิในการเดินทางได้อย่างอิสระ สิทธิในการเป็นเจ้าของที่ดิน สิทธิการลงสมัครเลือกตั้ง รวมถึงสิทธิทางด้านการศึกษา การรักษาพยาบาล และสวัสดิการอื่นๆ (สุชาติ 2554: 11) กลุ่มชาติพันธุ์อ่าฆ่าเป็นผู้พลพที่ มาอาศัยอยู่ในประเทศไทยกว่า 130-150 ปีมาแล้ว แต่กลุ่มชาติพันธุ์อ่าฆ่าในฐานะผู้พลพก็ไม่ได้รับรองให้เป็นคนของชาติไทย อาจนับได้ว่าเป็นพลเมืองชั้นสองของรัฐ จึงไม่ได้รับอภิสิทธิ์ครบถ้วนตามกฎหมาย เพียงแต่ได้รับสิทธิทาง

กฎหมายในฐานะสมาชิกของชุมชนรัฐชาติ เช่น สิทธิการอยู่อาศัยถาวรหรือชั่วคราว สิทธิในการทำงาน เป็นต้น

กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอชาติไทยอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่าเข้ามาตั้งถิ่นฐานมาเป็นเวลานานและบางรุ่นเกิดประประเทสไทย หากแต่กลุ่มคนเหล่านี้ขาดหลักฐานยืนยันความเป็นตัวตน จึงไม่ได้รับสิทธิความเป็น “คนชาติ” แต่ได้รับสิทธิความเป็นพลเมืองบางอย่างที่กล่าวไปข้างต้นเท่านั้น ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอหรือกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ มีข้อจำกัดในการดำรงชีวิตที่ไม่เทียบเท่ากับคนอื่น ๆ ทั่วไปที่มีสัญชาติไทย กรณีกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้าง เป็นกลุ่มหนึ่งที่ผลของอคติทางชาติพันธุ์ทำให้พวกเขาได้รับการเลือกปฏิบัติและถูกเอารัดเอาเปรียบจากสังคม เช่น การออกนอกพื้นที่คอยช้างเพื่อไปขายผลผลิตทางการเกษตร แต่ไม่สามารถออกจากพื้นที่ไปได้ไกลเนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ส่วนมากยังไม่มีบัตรประชาชน เพื่อยืนยันความเป็นตัวตนของพลเมืองไทย หากมีพ่อค้าขึ้นมารับซื้อผลผลิตถึงในพื้นที่ก็ต้องยอมขาย เพราะพวกเขาเหล่านั้นมีทางเลือกไม่มากนัก ความไม่ชัดเจนในความเป็นพลเมืองของรัฐไทยและการถูกทำให้เป็นคนชายขอบ สังคมทำให้พวกเขามีข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตด้วยเหตุผลทางอคติทางชาติพันธุ์

5.2 การสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอลำปางในความหมายใหม่

อัตลักษณ์ ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างในปัจจุบัน แตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม และบริบทของรัฐที่ให้ความสำคัญในเรื่องของความมั่นคงเปลี่ยนไป เมื่อการปลูกฝิ่นบนพื้นที่สูงลดลง การพัฒนาคุณภาพชีวิตขั้นพื้นฐาน ของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเริ่มดีขึ้น สาธารณูปโภค การศึกษา สาธารณสุข ถนน น้ำประปา ไฟฟ้า และเทคโนโลยีต่างๆ ได้เข้ามายังพื้นที่ดอยช้าง ทั้งหมด เงื่อนไขในการพัฒนาพื้นที่สูงจึงเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะเรื่องวิถีชีวิตเกี่ยวกับการเกษตร ที่ทำให้พวกเขาเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบไร้หมุนเวียนมาเป็นเกษตรแบบถาวรและปลูกกาแฟอาราบิก้าเป็นพืชเชิงพาณิชย์ เพื่อป้อนเข้าสู่บริษัทกาแฟดอยช้าง โดยการตั้งบริษัทกาแฟดอยช้าง ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ ประกอบกับการการปลูก ต้นกาแฟสามารถ ปลูกร่วมกับไม้ยืนต้นนานาชนิด ทำให้ระบบนิเวศในพื้นที่ดอยช้างกลับมาอุดมสมบูรณ์ ภายใต้บริบทการปลูกกาแฟและการก่อตั้งของบริษัทกาแฟดอยช้าง สามารถทำให้อัตลักษณ์ ชาติพันธุ์ในอดีตที่เคยถูกตีตราจากรัฐและความเข้าใจจากคนภายนอกว่าเป็น “ผู้ปลูกฝิ่น” “ทำไร่เลื่อนลอย” และ “ตัดไม้ทำลายป่า” ในช่วงทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา อัตลักษณ์เหล่านี้ได้เปลี่ยนแปลง ไป และกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอดีช้างได้หยิบ เอาอัตลักษณ์ที่พวก เขามีความเชื่อ มโยงกับกาแฟดอยช้างแ ละการเปลี่ยนวิธีการผลิตการเกษตรแบบจารีตมาเป็นการผลิตแบบเชิงพาณิชย์มานำเสนอทำให้คนภายนอก ได้เข้าใจในกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอดีช้างว่าพวกเขาเป็น “ผู้ปลูกกาแฟ” และ “อนุรักษ์ธรรมชาติ” ไม่ได้ตัดไม้

ทำลายป่าอย่างในอดีตที่คนภายนอกเข้าใจ การสร้างอัตลักษณ์และการปฏิบัติการของการสร้างอัตลักษณ์นั้นพวกเขากระทำผ่านกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง จากตราสินค้ากาแฟดอยช้าง การปลูกกาแฟผลิตกาแฟ สถาบันกาแฟดอยช้าง มูลนิธิกาแฟดอยช้างและกิจกรรมวันกาแฟดอยช้าง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปฏิบัติการที่กลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าหยิบยกเอาอัตลักษณ์ใหม่มานำเสนอเพื่อตอบโต้อัตลักษณ์เดิมที่ถูกตีตราว่าพวกเขาเหล่านี้ปลูกฝิ่นและทำลายป่า

5.2.1 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าข่ากับกระบวนการสร้างตราสินค้ากาแฟดอยช้าง



ภาพที่ 5.1 ตราสินค้ากาแฟดอยช้าง

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยพบว่าการ นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ อ่าข่าผ่านตราสินค้ากาแฟดอยช้าง ใน 2 ลักษณะ คือนิยามผ่าน “อัตลักษณ์ด้านพื้นที่” และ “อัตลักษณ์ความเป็นคนอ่าข่า” เมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้าง ก็สามารถรับรู้ได้ว่ามาจากบ้านดอยช้าง ซึ่งการใช้คำว่า “ดอยช้าง” ก็เพื่อให้เกียรติสถานที่ดอยช้าง ซึ่งกาแฟดอยช้างเป็นกาแฟที่ผลิตมาจากพื้นที่ดอยช้างทั้งหมด ที่มีความสูงในระดับน้ำทะเล 1,200 เมตรขึ้นไป เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟ เพราะดินกาแฟจะเจริญเติบโตแบบ Strictly Hard Bean เป็นการเจริญเติบโตช้าและการสุกของผลกาแฟก็จะช้าตามไปด้วย ทำให้ต้นกาแฟสามารถหาอาหารจากดินได้อย่างเต็มที่ เนื้อเมล็ดกาแฟก็จะความหนาแน่น ด้วยเหตุนี้กาแฟดอยช้างจึงมีความแตกต่างจากที่อื่น นอกจากคุณสมบัติของพื้นที่ดอยช้างที่เหมาะสมแก่ปลูกกาแฟแล้ว ดอยช้างยังมีประวัติศาสตร์ด้านพื้นที่มาอย่างยาวนานทั้งเรื่องของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ด้านการเกษตรและประวัติศาสตร์กลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ดอยช้าง

ในอดีตภาคเหนือของประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกฝิ่นที่สำคัญ พื้นที่คอยช้างเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกฝิ่น เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เหมาะสมและฝิ่นในอดีตเป็นพืชเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่คอยช้าง จนกระทั่งมาถึงยุคที่รัฐบาลไทยประกาศให้การปลูกฝิ่นผิดกฎหมายในปี พ.ศ. 2502 ที่รัฐบาลกำหนดนโยบายพัฒนาชุมชนบนพื้นที่สูงในปีเดียวกัน นอกจากนี้ว่าทกรรมการเกษตรแบบ “ไร่เลื่อนลอย” ที่เป็นวิถีชีวิตของคนบนพื้นที่สูงเป็นประเด็นที่รัฐให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นประเด็นที่กระทบถึงทรัพยากรของรัฐ เป็นการทำลายป่าทำลายสิ่งแวดล้อม ต่อมาช่วงการปลูกพืชทดแทนฝิ่นปี พ.ศ. 2526-2545 เกิดการสำรวจและแจกจ่ายต้นกล้ากาแฟให้กับพื้นที่คอยช้างจำนวน 40 ครอบครัว ต่อมาก็เหลืออยู่ประมาณ 10 ครอบครัว เพราะการปลูกกาแฟเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ปลูกกาแฟในพื้นที่คอยช้าง กล่าวคือ ผู้ปลูกต้องปลูกระยะเวลา 3 ปี ถึงเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ จึงเกิดปัญหาสิทธิครอบครองพื้นที่ปลูก และหลังการเก็บเกี่ยว ผู้ปลูกต้องคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพตามตลาดที่ต้องการ ถึงจะสามารถขายในราคาประกันได้ ตลอดจนต้องเรียนรู้เทคนิคการคัดเมล็ดกาแฟ การป้องกันและรักษาโรค การขนส่งลงมายังพื้นราบก็ยากลำบาก เนื่องจากเกษตรกรรมคอยช้างยังไม่มีรถในการขนผลผลิต ไม่มีบัตรประชาชนจึงไม่สะดวกที่จะนำผลผลิตมาขายให้กับพ่อค้าในเมือง ดังที่ผู้วิจัยได้กว่าไว้ในบทที่ 4 โดยสรุปแล้วจากประวัติศาสตร์การปลูกกาแฟจากในอดีตมาถึงปัจจุบันใช้ระยะเวลานานกว่าจะประสบผลสำเร็จและกว่าที่จะเป็นบริษัทกาแฟขายได้ใช้ชื่อ “คอยช้าง” นั้น กลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่คอยช้างต่างประสบปัญหาจากนโยบายพัฒนาพื้นที่สูง และต้องปรับตัวให้เข้ากับกระบวนการพัฒนาของรัฐ

นอกจากประวัติศาสตร์พื้นที่คอยช้างยังแล้ว ตราสินค้าที่ปรากฏภาพของคนอำเภายเป็นการสร้าง ความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในความหมายใหม่ ที่เชื่อมโยงกับกาแฟผ่าน สินค้ากาแฟคอยช้าง คือรูปคุณพ่อของคุณปณชัย คือคุณพ่อพิภู่ แซ่คู ที่เป็นกลุ่มผู้ปลูกกาแฟกลุ่มแรกในสมัยนั้น

โลโก้เป็นรูปของคุณพ่อพิภู่ แซ่คู เนื่องจากสมัยนั้นเข้าร่วมโครงการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในรัชกาลที่ 9 เมื่อปี พ.ศ. 2512 และเริ่มปลูกจริงจึงในปี พ.ศ. 2526 และเป็นกลุ่มแรกที่ปลูกกาแฟในคอยช้าง โดยได้รับต้นกล้ามาแจกให้ 40 ครอบครัว 1 ไร่ 400 ต้น มีครอบครัวอำเภ 20 ครอบครัว ครอบครัวลือชูและจีน 20 ครอบครัว (คุณปณชัย พิสัยเลิศ สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม 2559)

จากการให้เกียรติในฐานะผู้เป็นพ่อที่เริ่มปลูกกาแฟในยุคเริ่มต้นแล้ว เหตุผลอีกประการในนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภในความหมายใหม่ รูปโลโก้หรือตราสินค้ายังเป็นภาพตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์ที่ “เป็นบุคคลที่มีความขยัน ไม่เคยอยู่นิ่ง หยิบจับสิ่งไหนได้ก็เป็นการทำงานตลอด ” อย่างไรก็ตามในตราสินค้าของกาแฟคอยช้างที่ซ่อนด้วยความหมายอัตลักษณ์ด้านพื้นที่และ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์

อำำา ผ่านการผลิตสินค้าและการซื้อขายเพื่อการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ขึ้นมา ในอดีตอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไม่ได้ถูกทำให้เป็นสินค้าในกระบวนการผลิตสินค้า ถึงแม้ว่าการสร้าง สินค้ากาแฟดอยช้างเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจกาแฟเป็นสำคัญ แต่ การใส่ความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำำาที่เชื่อมโยงกับกาแฟ ในผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเพื่อการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ทีู่กนำเสนอด้วยความอำำา ตัวตน ชีวิตความเป็นอยู่ วิธีการผลิต ครอบครัว ชุมชน เพื่อความอยู่รอดภายใต้บริบทของกาแฟมาแต่ในอดีต สิ่งเหล่านี้มาจากอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำำาที่ถูกป้อนเรื่องราวให้เข้าไปกับผลิตภัณฑ์และเกิดการแลกเปลี่ยนในระบบตลาด มองผ่านอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่มีมาแต่ดั้งเดิมจากวิถีชีวิตจากการปลูก ผืน เป ลี่ยนมาปลูกกาแฟ ประสบการณ์ การปลูกกาแฟที่สั่งสมมาจากรุ่นพ่อ สู่รุ่นลูก ซึ่งเป็นรากฐานของการตัวตนความเป็นอำำาบนดอยช้าง ถือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในความหมายใหม่ที่เหมาะสมกับตลาดในปัจจุบันและทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ถูกทำให้เป็นสินค้าในระบบตลาด

5.2.2 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำำาในกระบวนการปลูกกาแฟ

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์มักจะมีการถกเถียงกันอยู่เสมอและแบ่งแนวการศึกษาเป็นสองกระแส คือ พวกสารัตถะนิยม (Essentialism) ที่มองว่าอัตลักษณ์มีเพียงรูปแบบเดียวและหยุดนิ่ง (Identities as Fixed) และมักจะยึดหลักจากพื้นฐานด้านชีวภาพ เช่น วัย เพศชายหญิง ฯลฯ จึงใช้คำเรียกอัตลักษณ์ว่า “เอกลักษณ์” ที่มองเพียงด้านเดียว และในทางตรงข้าม พวก Anti-essentialism หรือ Non-essentialism กลับมองว่าอัตลักษณ์เป็นกระบวนการสร้างขึ้นไม่ได้ ไม่มีทิศทางเดียว แต่มีหลายทิศทาง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ภายใต้สังคมและวัฒนธรรม (กัจจกร 2552: 463-516) อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลง และแปรเปลี่ยนไปตามบริบทที่ตัวเราได้สร้างความหมายขึ้นมา

Berger and Luckmann (1996) ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์มีความหลากหลาย ในระดับปัจเจก กลุ่ม หรือ องค์กร และที่สำคัญ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในรูปของกระบวนการทางสังคม ทุกคนภายนอกและภายใน เมื่อตกผลึกแล้วอาจเป็นลักษณะเฉพาะตัว มีความลื่นไหลหรือแปรเปลี่ยนรูปแบบพื้นฐานของความสัมพันธ์และบริบทรอบข้างที่แตกต่างกันออกไป ส่วน Kathryn Woodward (1997) อธิบายว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนว่าเราเป็นใคร ในพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง อัตลักษณ์จะถูกกำหนดโดยความเหมือน และความแตกต่างซึ่งอาจจะมองเห็นในลักษณะการแบ่งแยกออกจากกัน อัตลักษณ์จึงมักจะถูกสร้างในรูปของกลุ่มตรงกันข้าม

การทำความเข้าใจถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของ เฟรดริก บาร์ธ (2555) ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามีพรมแดนชาติพันธุ์อยู่ โดย บาร์ธ เสนอว่ากลุ่มชาติพันธุ์สร้างเส้นแบ่งพรมแดนทางวัฒนธรรมขึ้นและสามารถข้ามเส้นแบ่งพรมแดนของกันและกันไปมาอยู่ตลอดเวลา การที่กลุ่มชาติพันธุ์สร้างเส้นแบ่ง

ขึ้นมานั้น เพื่อที่จะแบ่งแยกว่าตัวเองแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร เส้นแบ่งพรมแดนทางวัฒนธรรมจึงมีความยืดหยุ่นเลื่อนไหลไปมา เกิดจากการที่สมาชิกกลุ่มไหนจะเลือกลักษณะทางวัฒนธรรมมาใช้ในการนิยามตัวตน ซึ่งเป็นการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในการปฏิสัมพันธ์ กัน สอดคล้องกับงานของ ลิซ ที่เสนอแนวคิดของการข้ามไปมาระหว่างวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมไม่ได้มีตำแหน่งและขอบเขตที่ตายตัว

ทั้งนี้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์จึงเป็นสิ่งที่มีความเป็นพลวัตเลื่อนไหลตลอดเวลา ของบริบทตามสถานการณ์ที่ปฏิสัมพันธ์อยู่ ในการศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ อ่าข่าในบริบทกาแฟ ดอยช้างก็เช่นกัน ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามว่าเหตุใดกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าจึงสยบยอมต่ออำนาจรัฐและตอบสนองนโยบายในการพัฒนาบนพื้นที่สูงเป็นอย่างดี ผลที่เกิดขึ้นก็ไม่ได้ยกระดับชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ให้ดีขึ้นแม้แต่น้อย ช้ำยังต้องแก้ไขอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อความอยู่รอดของกลุ่ม ไม่เพียงแต่เท่านั้นกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่ายังสยบยอมต่ออัตลักษณ์ที่คนภายนอกกำลังมอบให้ ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์ในทางลบมาโดยตลอด การนำเสนออัตลักษณ์อ่าข่าในบริบทใหม่ยังมีความ สลับซับซ้อนอยู่ในปรากฏการณ์ที่เกิด ซึ่งไม่ได้เกิดแบบคู่ตรงข้าม เช่น การเข้ามาของอำนาจรัฐ- ต่อด้านอำนาจรัฐ การพัฒนา- การไม่พัฒนา ความจน-ความรวย เป็นต้น ในบริบทกาแฟดอยช้างนี้กลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่าไม่ได้ตอบโต้รัฐแต่เข้าไปมีส่วนร่วมกับรัฐ ซึ่งการมีส่วนร่วมในการพัฒนานำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ใหม่ในบริบทกาแฟขึ้น และนิยามตัวเองว่าเป็นผู้ปลูกกาแฟที่ดีที่สุดตัวหนึ่งของโลก จะเห็นได้ว่าในปฏิบัติการของการสร้างมีความซับซ้อนและมีความหมายซ่อนอยู่ในปรากฏการณ์และเป็นกระบวนการ

ประการแรก กลุ่มชาติพันธุ์สร้างอัตลักษณ์และนิยามตัวเอง จาก “คนปลูกฝิ่น” มาเป็น “คนปลูกกาแฟ” นำไปสู่ “เป็นผู้มีความรู้” และ “ผู้เชี่ยวชาญและถ่ายทอดความรู้ด้านกาแฟ ” ในอดีตช่วงก่อนประสบความสำเร็จในการ ปลูกกาแฟ พื้นที่ดอยช้างเป็นพื้นที่ปลูกฝิ่นเกือบทั้งหมด ในช่วงของนโยบายการพัฒนาชาวเขาของรัฐที่มุ่งไปยังกลุ่มชาติพันธุ์ 9 กลุ่ม คือ ม้ง กะเหรี่ยง ลัวะ ถิ่น ขมุ อ่าข่า ลาหู่ เมี่ยน ลีซู ใน พ.ศ. 2502 (ปนัดดา 2546: 85) และประกาศให้กฎหมายการห้ามค้าฝิ่นในเวลาเดียวกัน เป็นการตอกย้ำว่าคนบนพื้นที่สูงปลูกฝิ่นค้าฝิ่น ซึ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงการสยบยอมต่ออำนาจรัฐ เพราะคนเหล่านี้ไม่มีแม้แต่อำนาจที่จะต่อสู้เป็นเพียงผู้ล่าหลัง

เดิมพ่อแม่ปลูกฝิ่นมาก่อน จากนั้น เปลี่ยนมาปลูกกาแฟหลังจากที่ได้รับกลัมา สมัยนั้นก็รู้ๆ กันอยู่ว่าราคากาแฟไม่ดี พ่อแม่ผลก็กลับไปปลูกฝิ่นไม่ได้แล้ว วมเป็นรุ่นลูกแล้ว ปัจจุบันผม ปลูกกาแฟต่อจากพวกเขา ตั้งแต่มีกาแฟดอยช้างมาอยู่ที่นี่ ผม ส่งกาแฟให้กับที่นี่และทำงาน กับที่นี่มาโดยตลอด ภูมิใจที่ ได้ทำงานกับกาแฟดอยช้างเพราะลืมตาอ้าปากได้มากกว่าแต่ก่อน (พินัยชัย สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2560)

ที่ปลูกกาแฟต่อจากพ่อแม่เช่นเดียวกับพี่วันชัย มีพื้นที่ปลูกกาแฟอยู่ 7 ไร่ สมัยนั้นเราก็ปลูกฝิ่นกันทั้งนั้น พอกาแฟเริ่มมีราคาก็หันมาปลูกกาแฟทั้งหมด และส่งให้กับคอยซังด้วย พี่เป็นเกษตรกรและก็เป็นพนักงานที่นี้มาได้ 5 ปี แล้ว และไม่คิดว่าจะย้ายไปทำงานที่ไหนอีก งานที่นี้ก็ได้อยู่แล้ว (พี่ไก่อ สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2560)

เราพื้นที่ปลูกกาแฟ 20 ไร่ แต่ก่อนที่มีมีแต่ฝิ่น แต่ก็ได้ปลูกแต่ฝิ่นซะทีเดียว เราปลูกอย่างอื่นด้วย อย่างมะ เชื้อเทศ กะหล่ำปลี เมื่อก่อนเร่ ลำบาก กาแฟเข้ามาใหม่ๆ ก็ยังลำบาก แต่เดี๋ยวนี้อะไรๆ ก็ดีขึ้นเยอะ ตั้งแต่มีกาแฟคอยซังก็ส่งให้กับที่นี้มาโดยตลอด อีกไม่กี่ปีก็จะปลูกไม่ไหวแล้ว คงต้องให้ลูกหลานมาปลูกกาแฟต่อ (อาหมื่อ สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2560)

จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าคนที่ปลูกกาแฟปัจจุบันเป็นคนรุ่นลูก ส่วนคนที่ปลูกฝิ่น เป็นคนรุ่นพ่อแม่ทั้งนั้นพวกเขามักจะพูดว่าเมื่อก่อน “เราปลูกฝิ่น” แต่เดี๋ยวนี้ “เราปลูกกาแฟ” ซึ่งเป็นการสร้างความหมายในการนิยามตัวตนของเขาเอง คำว่า “เราปลูกฝิ่น” เป็นความหมายที่รัฐมอบให้และเป็นความหมายที่ตายตัว ว่า ด้วยชาวเขาปลูกฝิ่น ซึ่งก็เป็นการเหมารวม ทั้งระดับปัจเจกและระดับกลุ่ม จนกระทั่งมีการส่งเสริมการปลูกพืชทดแทนฝิ่นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2526 ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี ที่การส่งเสริมเช่นนี้ล้มเหลวเพราะรัฐบาลความเข้าใจในการพัฒนาพื้นที่สูง ทั้งประวัติศาสตร์ด้านพื้นที่และประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคมและวัฒนธรรมของพวกเขาเหล่านั้นตลอดจนการจัดการ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งความเป็นจริงแล้วกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าไม่ได้ตอบโต้รัฐที่ไม่ได้ใส่ใจพวกเขาเท่าที่ควร แต่พวกเขาคืนรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของพวกเขา ภายใต้สภาพที่ถูกกดทอนตัวตนมาในระยะเวลาที่ผ่านมา และการนิยามความหมายของตัวตนของเขาค่อยๆ ก่อรูปภายใต้ความล้มเหลวของรัฐมาโดยตลอด

กระทั้งการสร้างความหมายใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่คอยซัง เกิดจากการไม่ยินยอม ที่รัฐสร้างภาพตัวแทนให้กับพวกเขาคู่กับการปลูกฝิ่นและทำลายป่า เช่นเดียวกับงานของ ปณิดดา บุญยสาระนัย (2546) นำเสนอภาพคนอาข่าปัจจุบันในพื้นที่สูง ที่ต้องเผชิญหน้ากับภาวะสูญเสียลักษณะทางวัฒนธรรมและตัวตนของชาติพันธุ์ในช่วงของการพัฒนาชุมชนบนพื้นที่สูงในระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ของคนอาข่าให้ดูสกปรก ล้าหลัง หรือสร้างภาพลักษณ์ให้เขาเป็นผู้ร้ายทางสังคม ทำลายสภาพแวดล้อม อาทิ การสร้างการเรียกชื่อกลุ่มชาติพันธุ์ของรัฐว่า ชาวเขา อีเก้อ หรือผ่านบทเพลงมิตะ ของจรัล มโนเพชร สร้างผ่านสื่อโทรทัศน์ ละครเรื่องแก้ว วกกลางดง ที่มีอิทธิพลต่อส่วนมาก เป็นต้น แต่คนอาข่า พบว่าสังคมยังเปิดพื้นที่เล็กๆ ให้กับพวกเขาให้อยู่ในฐานะ ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนสถานะ “ความสกปรก ล้าหลัง แต่ดึงดูดใจ ” ให้สังคมไทยผลิตให้เมื่อเราแสดงตัวตนทางชาติพันธุ์บนถนนสายท่องเที่ยวกลางเมืองเชียงใหม่ (ปณิดดา 2546: 81-112) สอดคล้องกับ

งานของ อรัญญา ศิริผล (2546) เสนอเรื่องฝืนกับมั่ง อุดมการณ์ที่มีความพลวัตความหลากหลายและความซับซ้อนของชนชาวยุโรป ด้วยการที่รัฐสร้างภาพลักษณ์ของมั่งให้ดูกับฝืน กระบวนการขบ การกักขังอุดมการณ์ของชาวมั่ง เกิดขึ้นในบริบทการเมืองเรื่องความสัมพันธ์เชิง อำนาจระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมครอบงำ ได้สร้างภาพตัวแทนฝืนที่เป็นยาเสพติดเชื่อมโยงกับอุดมการณ์ของมั่ง ซึ่งชาวมั่งได้ตอบโต้ด้วยการสร้างอุดมการณ์ขึ้น (Construct) และสามารถสร้างขึ้นมาใหม่ (Reconstruct) ให้มีความหลากหลายซับซ้อนมีความลึกลับและเปลี่ยนผ่านเพื่อเป็นยุทธวิธีในการต่อรอง และนำเสนอตัวเองที่เลื่อนไหลไปตามเงื่อนไข (อรัญญา 2546: 21-77)

การก่อรูปของการสร้างอุดมการณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าซ่า เกิดจากการก่อตั้งบริษัทกาแฟดอยช้างในพื้นที่บ้านดอยช้าง เสมือนการประกาศชัยชนะของกลุ่มชาติพันธุ์และมอบความปราชัยให้กับรัฐ เพราะการก่อตั้งครั้งนี้หมายถึงการล้มเหลวในการพัฒนาของรัฐ และยึดยึดตัวตนที่เป็น “คนปลูกฝืน” ให้กับกลุ่มอ่าซ่าในพื้นที่สูง แต่กลุ่มอ่าซ่าก็ได้หยิบยกตัวตนอ่าซ่าบอก ว่าพวกเขาเป็น “คนปลูกกาแฟ” “เป็นผู้มีความรู้” และ “ผู้เชี่ยวชาญและถ่ายทอดความรู้ด้านกาแฟ ” เป็นการตอบโต้ว่าททกรรมที่มาจากคนภายนอก จนกระทั่งประสบความสำเร็จเกิดการพัฒนารัฐและพัฒ นาผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างให้มีคุณภาพ ด้วยการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาระบบการปลูกกาแฟให้ได้มาตรฐาน มีผู้เชี่ยวชาญไปให้ความรู้กับเกษตรกรเป็นระยะๆ พัฒนารัฐ าดีกาแฟให้ได้มาตรฐานและได้ รับรองจากสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะคนเหล่านี้ไม่เคยยอมถูกกักขังในกรอบที่ตายตัว แต่ต่อสู้ดิ้นรนด้วยการเรียนรู้และสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับตัวให้เข้ากับพื้นที่ ปรับตัวให้เข้ากับสังคมและอุดมการณ์ที่สลับ ซับซ้อนกันไปมา กลุ่มคนเหล่านี้ก็ ก็นำมาแสดงตัวตนของตนเอง กำหนดตัวเองเพื่อเป็นอิสระจากการกักขังจึงทำให้อุดมการณ์มีความลึ บลใหลอยู่เสมอ และหยิบยกอุดมการณ์ ที่พวกเขาเข้าใจและอยากให้เป็นมานำเสนอ

ประการที่สอง กลุ่มชาติพันธุ์อ่าซ่าตอบโต้อุดมการณ์จากททกรรมที่รัฐกล่าวหาพวกเขาเป็น “คนทำลายป่า ” โดยการ “ทำไร่เลื่อน น้อย” พวกเขาตอบโต้ด้วยการนิย มตนโดยเป็น “ผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” เห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของผู้บริหารและเกษตรกรที่ปลูกกาแฟต่างก็บอกว่าเรารักษาป่าและฟื้นฟูให้กลับมา แม้กระทั่งหนังสือที่ทำหน้าที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับคนภายนอกได้รับรู้ อาทิ “ดอยช้าง กาแฟเขียวสด สดชื่น กาแฟ และจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม

“...พื้นที่ปลูกกาแฟบนดอยช้างมีประมาณ 20,000 ไร่ เฉพาะต้นกาแฟอย่างเดียวมีประมาณ 10 ล้านต้น มันเป็นป่าที่สมบูรณ์แล้ว เท่านั้นยังไม่พอการปลูกกาแฟบนดอยช้างแต่ละไร่ จะเอาไม้อื่นปลูกเสริมเข้าไป เช่น ต้นเหียง ต้นเนียง ต้นสะตอ ท้อ บัวย สาลี่ ฯลฯ เราส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืชอื่นเป็น เน้นต้น เพราะฉะนั้นป่ามันก็แน่นหนาแน่นอน สำหรับบ้าน

เรา ถึงทุกวันนี้ก็เริ่มเห็นความเปลี่ยนแปลง เริ่มมีความสุขกับมัน ต้นไม้ที่เราปลูกไว้เริ่มโต นอกจากมีประโยชน์ในเรื่องร่มเงา นกก็กลับมาเยอะ จี๊ชะมดเราก็เห็นมากขึ้น แสดงว่าอาหารที่มีอยู่สมบูรณ์ ไม่ว่าสัตว์เล็ก เช่น หนู ผลไม้ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือกาแฟที่ปลูกเพิ่มเข้าไป เราเลยเห็นว่าระบบนิเวศก็กลับมาอย่างชัดเจนแล้ว นอกจากนก นอกจากชะมด บนคอยช้างยังมีลิงอยู่สองฝูง ซึ่งเรากำลังค้นคว้าอยู่ว่าเป็นลิงสายพันธุ์ไหน เราไปถ่ายวิดีโอ ไปถ่ายรูปมาเพื่อเก็บไว้ศึกษา ที่น่าแปลกใจ คือในฝูงลิงมีลิงขาวอยู่ตัวหนึ่งต่างไปจากลิงตัวอื่น แล้วก็มีเต่าซึ่งเราไม่เคยเห็นที่ไหนมาก่อน 3-4 ชนิด ก็มีให้เห็นมาขึ้น เก้งกวางก็มีแต่เราไม่รู้จำนวนที่แน่ชัด และมีการล่ากันอยู่จากชาวบ้านบางกลุ่มที่คนเคยจากการล่า คือ เป็นความชอบ ขอให้ได้เดินไปในป่า 4-5 วัน มันเป็นวิถีเดิมของเขา...” (องอาจ 2552: 92-94)

จากคำให้สัมภาษณ์ของคุณวิชา พรหมยงค์ในหนังสือคอยช้างกาแฟจี๊ชะมด สัตว์ป่า กาแฟ และจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าพวกเขาหยิบใช้อัตลักษณ์ที่ว่า “ผู้รักษาระบบนิเวศ” และ “ฟื้นฟูป่า” ซึ่งหมายถึงการ “ผู้นุรักษ์สิ่งแวดล้อม” “มานำเสนอให้คนภายนอกได้เข้าใจพวกเขามากยิ่งขึ้น ในกระแสที่เปลี่ยนแปลงไปในบริบทของ กาแฟคอยช้างในยุคของโลกาภิวัตน์ ง่ายต่อการตอบโต้กว่าในอดีตยิ่งขึ้น เพราะปัจจุบันพวกเขาเลือกใช้พื้นที่ที่สื่อมานำเสนอตัวตนของพวกเขามากกว่าแต่ก่อน และพวกเขาก็ภาคภูมิใจในตัวตนของเขา

ตัวตนของเราก็คือกาแฟ กาแฟก็เหมือนทองคำของที่นี่ ต้องดูแลให้ดีเพราะนี่คือชีวิตของพวกเรา เราต้องรักษาเราจึงช่วยเหลือด้านสังคม บริษัทเราทำ CSR ซึ่งคอยช้างก็สนับสนุนการปลูกป่า เริ่มทำมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ปัจจุบันเราก็แจกกล้าไม้ 2,000-4,000 ต้น และยังช่วยด้านการศึกษาของหมู่บ้านบริจาคอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทางโรงเรียนบ้านคอยช้างขาดแคลน เช่น อุปกรณ์กีฬาต่างๆ ช่วยเหลือเกลือในบริบทสังคม สร้างถนนเข้าป่า เข้า สนับสนุนด้านการบริการสังคม สร้างความไว้วางใจให้กับหมู่บ้าน เพราะเราคือความหวังของเขา (คุณปณชัย พิสัยเลิศ สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม 2559)

นอกจากนี้ พวกเขายังมีศักยภาพที่จะช่วยเหลือและตอบแทนสังคม ทั้งด้านการศึกษาและสาธารณประโยชน์ที่จะทำให้คนในหมู่บ้านหรือพี่น้องกลุ่มชาติพันธุ์มีชีวิตที่ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ หากเป็นเหมือนในอดีตรัฐดูเหมือนจะเป็นผู้ที่ใช้อำนาจครอบงำกลุ่มคนเหล่านี้ในการเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มชาติพันธุ์ แต่ในปัจจุบันกระบวนการของอำนาจรัฐที่ทิ้งร่องรอยเอาไว้ในช่วง ของการพัฒนาบนพื้นที่สูง เป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีระบบการผลิต การกำหนดพื้นที่ทำกิน กำหนดตำแหน่งแห่งที่ในการอยู่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนอกจากแสดงภาพลักษณ์ของการเป็น “เป็นผู้มีความรู้” “ผู้เชี่ยวชาญและถ่ายทอดความรู้ด้านกาแฟ”

ยังช่วยเหลือสังคมผ่านสถาบันกาแฟดอยช้าง ไม่ว่ากลุ่มชาติพันธุ์จะเสนออัตลักษณ์ในแบบไหน เสนอเพื่อตอบโต้ใคร หรือเพื่อปฏิบัติการทางสังคมที่ก่อตัวขึ้น พวกเขาเพียงแต่นำเสนออัตลักษณ์ในแบบที่เป็นตัวตนของเขาเท่านั้น

5.2.3 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอในปฏิบัติการสถาบันกาแฟดอยช้าง

จากประสบการณ์ด้านกาแฟของบริษัทกาแฟดอยช้างที่สั่งสมมา บริษัทกาแฟดอยช้างจึงจัดตั้งสถาบันวิชาการการเรียนรู้ด้านกาแฟ (Doi Chaang Academic of Coffee) เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2550 เพื่อช่วยเหลือเสริมสร้างความสามารถในฐานะที่เป็นผู้ปลูก และผู้ผลิตกาแฟอาราบิก้าระดับโลก โดยเน้นทุกกระบวนการ ทั้งขั้นตอนการปลูก และวิถีปฏิบัติ การรักษาคุณภาพกาแฟให้อยู่ระดับคงที่ กาแฟชนิดพิเศษมาตรฐานโลก ซึ่งจะต้องทำควบคู่ไปกับการรักษาระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการปลูก ระบบการผลิตแล้วยังเป็นสถานที่ฝึกอบรมวิชาการต่างๆ ให้กับเขา วชน และคนในหมู่บ้าน เช่น เรื่องระบบการใช้จ่าย ระบบการออมทรัพย์ เพราะว่าปัจจุบันรายได้ของเกษตรกรแต่ละครัวเรือนมีรายได้มากกว่าแต่ก่อน

ในสถาบันกาแฟยังมีห้องทดลอง ห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ มีห้องพักสำหรับผู้เข้าอบรม ความรู้จากสถาบัน ในการอบรมนั้นสถาบันกาแฟจะจัดอบรมปีละ 2-3 ครั้ง หลังการเก็บเกี่ยว จุดประสงค์ในการจัดตั้งสถาบันกาแฟ เพื่อให้บุคคลที่สนใจจะเปิดร้านกาแฟ หรือบุคคลที่สนใจเรียนรู้กระบวนการทำกาแฟที่ดีเป็นอย่างไรได้เข้าอบรมเพื่อเรียนรู้กระบวนการผลิตกาแฟของกาแฟดอยช้าง โดยมีระยะเวลาในการอบรม 3 วัน 2 คืน ซึ่งเป็นการเรียนรู้ทั้งกระบวนการปลูกกาแฟ การดูแล การป้องกันโรค การเก็บเมล็ดกาแฟ รวมไปถึงกระบวนการกะเทาะเปลือกกาแฟ การบ่มกาแฟ การคัดเกรดกาแฟ การคั่ว จนกระทั่งถึงกระบวนการในการชงกาแฟ โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มผู้ที่สนใจในพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น พม่า จีน ลาว ยุโรป อเมริกา มีค่าใช้จ่ายในการอบรมสำหรับบุคคลภายในประเทศประมาณ 6,000 บาท บุคคลต่างประเทศราคา 150 ดอลลาร์ (ประมาณ 5,000-6,000 บาท) ค่าใช้จ่ายในการอบรมกาแฟนี้รวมค่าใช้จ่ายที่พักและค่าอาหาร โดยมีกระบวนการดังนี้

1. การอบรมวันที่ 1 อบรมโดยมีอาจารย์พัชนี สุวรรณวิมลกิจ เป็นผู้อบรมหลักตลอดระยะเวลาในการอบรม โดยให้ความรู้เรื่องกระบวนการของการทำกาแฟที่ดีเป็นอย่างไร ทั้งเรื่องกระบวนการปลูกกาแฟ การดูแลและการป้องกันโรคกาแฟ

2. การอบรมวันที่ 2 อบรมเรื่องวิธีการเก็บเมล็ดกาแฟ ต้องเก็บอย่างไร หลังจากเก็บแล้วต้องกะเทาะเปลือกภายใน 24 ชั่วโมง ตามมาตรฐานของบริษัทกาแฟดอยช้าง โดยการเรียนรู้จากสถานที่จริงจากโรงสีกาแฟ ลานตากกาแฟ โรงบ่ม และโรงคั่วกาแฟ

3. การอบรมวันที่ 3 หลังจากเรียนรู้กระบวนการปลูก เทคนิคและกระบวนการแปรรูปแล้ว ใน วันสุดท้ายของการอบรมผู้เข้า ร่วมอบรมจะเรียนรู้กระบวนการในการทดสอบคุณภาพกาแฟ ใน ห้องทดลองกาแฟ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานคุณภาพกาแฟ

โดยผู้ให้ความรู้เรื่องกาแฟเป็นนักวิชาการกาแฟจากคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ อาจารย์พัชนี สุวรรณวิศลกิจ เป็นผู้ให้ความรู้หลักของสถาบันกาแฟดอยช้าง จ. กาประสพการณ์ที่ อาจารย์ได้ร่วมกันแก้ไขปัญหาเรื่องราคากาแฟตกต่ำ การให้ความรู้ด้านการ เกษตรในเรื่องการปลูก การดูแล และการป้องกันโรคกาแฟ การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟ และระบบการผลิตกาแฟให้กับกาแฟดอย ช้างมาโดยตลอดตั้งแต่ยุคเริ่มการก่อตั้งบริษัทกาแฟดอยช้าง ซึ่งอาจารย์พัชนีได้เล่าประสบการณ์เรื่อง ของราคากาแฟที่ตกต่ำในยุคเริ่มต้นให้ฟังว่า

เรื่องกาแฟของดอยช้างและกาแฟอื่นๆ ในประเทศไทยมาจากฐานเดียวกัน คือ ฝับนบน ดอย ไร่เลื่อนลอย และชาวเขา เป็นปัญหาเดียวทั้งหมด เราจะเห็นชาวเขาหลายดอยมากเลยทีเดียว ที่ ปลูกกาแฟ ซึ่งก่อนหน้านั้นไม่มี ทำไม เพราะว่ากาแฟตอนนี้เป็นพืชที่สร้างมูลค่าให้กับเกษตรกร ได้เยอะ และกาแฟเป็นพืชยืนต้น มี มูลค่าดี พุดถึงตัวดอยช้างเขาเป็น กลุ่มเกษตรกรที่มีความ เข้มแข็ง กลุ่มที่มีผู้นำเข้มแข็ง โดยมีคุณวิชา พรหมยงค์ ซึ่งคนนี้มีบทบาทมากเป็นผู้นำทาง ความคิด แรกๆ ที่รู้จักกับคุณวิชา เขาเป็นผู้มีความคิด มีมุมมองในด้านธุรกิจ แต่มาในระยะ หลังคุณวิชาเขานักพัฒนาสังคม เขาใช้ความรู้กับประสบการณ์ของเขาที่นำมาพัฒนา ซึ่ง ในความเป็นนักธุรกิจของเขา เขาไม่ได้คิดทุกอย่างเป็นธุรกิจเสมอ

ปี พ.ศ. 2512 กว่าๆ เป็นต้นมาซึ่งมาทดลองปลูกกาแฟว่าปลูกได้ไหม จนถึง พ .ศ. 2530 กาแฟไปไม่ค่อยรอด เพราะมีนักวิชาการจากต่างประเทศไปเอาสายพันธุ์ต่างประเทศ มาแล้วมาปลูกในพื้นที่ เป็นกาแฟอาราบิก้าสายพันธุ์เก่าที่ไม่ต้านทานโรคราสนิม เรานำมา ปลูกด้วยความที่เป็นกาแฟอาราบิก้า ซึ่งโร คราสนิมจะดูดน้ำเลี้ยงจากต้นกาแฟทำให้เมล็ด กาแฟร่วง ต้นกาแฟหนึ่งต้นเกษตรกรคิดว่าจะได้ผลผลิต 5-6 กิโลกรัมก็ไม่ได้ การจิตยาใน สมัยนั้นก็มีเกษตรกรใช้สารเคมีในการเกษตรโดยไม่มีความรู้เท่าที่ควร ไม่มีความตระหนักว่า มันคือสารพิษนะ โรคราสนิมมันเป็นเชื้อราที่อยู่ใต้ใบ การกำจัดต้องใช้ยาแรงในการกำจัด กาแฟจึงไม่ประสบความสำเร็จ

ต่อมา พ.ศ. 2532 มีคนเอากาแฟอาราบิก้าสายพันธุ์คาร์ติมอร์ มีคุณสมบัติในการ ต้านทานราสนิม หน่วยงานที่เอาเข้ามาก็คือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมีสายพันธุ์อื่นอีกมาก เช่น LC1669 LC1662 เป็นต้น คุณแจ๊คที่ปรึกษาโครงการพัฒนาที่สูงไทย- นอร์เวย์ เอาเข้ามา

พ.ศ. 2538 เป็นช่วงที่กาแฟราคาตกพอดี กาแฟไม่มีตัวตน ซื้อกาแฟมาแล้วเอาไปไหนต่อ โครงการพัฒนาที่สูงไทย- นอร์เวย์เอามาแล้ว ไม่มีตลาดรองรับ จึง ขายกาแฟให้กับโรงคั่ว กาแฟ ตั้งแต่ จังหวัด เชียงใหม่ เอามาทำกาแฟโบราณเป็นกาแฟผสม เป็นของคนจีนซึ่งก็คั่วกาแฟขาย โครงการพัฒนาที่สูงไทย-นอร์เวย์ เป็นคนที่บอกกับเกษตรกรที่เอากาแฟมาขายให้กับเราต้อง เป็นกาแฟที่คัดเกรด ซึ่งโครงการเองก็ไม่ได้รับซื้อคืนในราคาที่เกษตรกรพอใจ เกษตรจึงไม่ เข้าใจ จนกระทั่งโ ครงการพัฒนาที่สูงไทย- นอร์เวย์ หมดการสนับสนุน ใน ระยะเวลาที่ โกล้เคียงกัน ประมาณ พ .ศ. 2535 จากนั้นเกษตรกรก็ไม่ว่าจะขายกาแฟให้ใคร กาแฟใน สมัย นั้นจึงไม่ประสบความสำเร็จ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เองพอจะมีเครือข่ายบ้าง จึงนำกาแฟที่มีอยู่ไปให้โรงคั่วที่ กรุงเทพฯ เสร็จแล้วก็เอามาขงแจกกัน เนื่องจากความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยังไม่มี หลังจากนั้น มาเราก็เปลี่ยนโรงคั่วกาแฟ ซึ่งในกระบวนการคั่วนั้นเราไม่รู้ว่าเป็นอย่างไร จนประมาณ พ.ศ. 2540 ก็มีนักวิชาการบอกว่าให้ทำหล่อเหล็กแล้วคั่วกาแฟเองดีกว่า โดยเจ้าหน้าที่คั่วแล้วก็ได้ กาแฟเมล็ดสีน้ำตาลมา และก็ยังนำมาขงกินในหน่วย งานก็แค่นั้นเอง พอระยะหลังเรา เริ่ม เห็นตลาด เริ่มนำกาแฟคั่วมาขาย แรกๆ เราขาย กิโลกรัมละ 250 บาท เราขายแบบไม่ได้ตั้งใจ และก็เรียนรู้เพิ่มขึ้นเรื่องคุณภาพของกาแฟ ต่อมา พ.ศ. 2535-2536 ราคากาแฟในตลาดมีราคา ตกต่ำมาก ซึ่งในพื้นที่ดอยช้างก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในปีนั้นขอ เงินทุนจากกระทรวงพาณิชย์ มา 5 ล้าน จึงนำเงินมารับซื้อกาแฟจากเกษตรกร ซึ่งคุณเองใน ตอนนั้นก็ประสบปัญหาเช่นกัน และมาปรึกษาว่าจะตัดต้นกาแฟทิ้ง เพราะถึง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตั้งรับ งบประมาณมา 5 ล้าน ซึ่งเป็นเงินแผ่นดินเดียว แล้วกาแฟในแต่ละ ดอยก็มีคุณภาพและเมล็ดกาแฟก็ไม่เหมือนกันเลยซักเมล็ดเดียว

ขณะเดียวกัน โครงการพัฒนาพื้นที่สูงไทย- นอร์เวย์บอกว่า ทำเป็นสารกาแฟจะได้ ราคาสูงกว่านี้ ซึ่งในตอนนั้นก็ยังไม่เข้าใจ มากนัก จึงกำหนดราคากาแฟกิโลกรัมละ 12 บาท เป็นราคากลาง ไม่รวมค่าการเก็บเกี่ยวและค่าขนส่ง มีราคาต้นทุนอยู่ที่กิโลกรัมละ 2 บาทเอง ซื้อมาเป็นระยะเวลา 2 ปี จึงนำมาขาย ในช่วงปี พ.ศ. 2540 มีโครงการ Amazing Thailand ที่ สนับสนุนเรื่องการท่องเที่ยว และมีคนต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการ ดื่มกาแฟของชาวต่างชาติไม่นิยมดื่มกาแฟโบราณ เนื่องจากมีส่วนผสมหลายอย่าง พวกเขา นิยมดื่มกาแฟดำ ซึ่งเป็นกาแฟคนละเกรดกับกาแฟที่เราคุ้นชินกัน สิ่งนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นการ เติบโตของกาแฟ คนต่างชาติเข้ามาเยอะก็นิยมดื่มกาแฟกันเยอะขึ้น โรงคั่วกาแฟก็เริ่ม เปิดตัว มากขึ้น ขณะนั้นเราไม่เข้าใจคุณค่าของกาแฟอาราบิกามากนัก ซึ่งแตกต่างจากกาแฟในภาคใต้

ที่เป็นกาแฟแบบ instant coffee คือกาแฟที่ดื่มได้ทุกเวลาที่อยากทำ กลิ่นของกาแฟมันไม่เหมือนกัน ไม่เหมือนกับกาแฟอาราบิก้าที่เป็นเมล็ดกาแฟมีคุณภาพระดับหนึ่ง พอคั่วเสร็จเอามาบดแล้วชงน้ำเลยมันเป็นกลิ่นของความสด เรียกว่า fresh blue ในต่างประเทศเรียกว่า กาแฟคั่วบด (Roast and Ground coffee) กาแฟแบบนี้คือชงสดๆ นี่คือภาษาของคนที่ดื่มกาแฟ พอกาแฟสดเริ่มโต คนเริ่มพูดถึง คนที่มีรายได้ดีจะนิยมดื่มกาแฟแบบนี้ทุกวัน กาแฟก็เริ่มเป็นธุรกิจมากขึ้น

กาแฟดอยช้างประสบความสำเร็จในการรวมกลุ่มของเกษตรกร เกษตรกรที่ดอยช้างก็จะมีกลุ่มผู้นำเกษตรกรแต่ละกลุ่ม ตอนแรกรวมได้ 12 กลุ่ม ขณะนั้นกาแฟในเมืองไทยไม่มีตัวตน การที่เราจะเอาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งไปวางขายในตลาดต่างประเทศเราใช้ความพยายามมากเพราะข้อจำกัดเยอะ โดยเฉพาะคุณวิชาที่เริ่มทำการตลาดในการขายผลิตภัณฑ์กาแฟซึ่งจะเห็นได้จากเครื่องคั่วกาแฟที่อยู่ในโรงงานดอยช้างกว่าจะได้มาขายมาก จากนั้นกาแฟก็เริ่มมีตัวตนขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับคนต่างชาติชื่นชอบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่พวกเขาได้ใส่เพื่อติดต่อกันต่างๆ การที่จะค้นผลิตภัณฑ์วางขายในประเทศได้สิ่งที่คุณวิชาพูดบ่อยๆว่า “ปริมาณและคุณภาพ ” ที่สำคัญคือคุณจะขายให้ใคร ต้องทำยังไงเสร็จแล้วก็มีอีกคือ ระบบ Certification ดอยช้างก็มีมากมายหลายใบมาก ซึ่งใบ Certification เหล่านี้ก็ต้องเสียเงินหลักแสน และมีเวลา กำหนด ซึ่งมองว่า “เป็นการขายสินค้าที่ไม่ค่อยยุติธรรม” (ระบบ Certification เป็นเหมือนองค์กรหนึ่งที่ต้องเข้ามาตรวจสอบคุณภาพ) ตอนแรกเรา ก็ทำเรื่องออร์แกนิก พอคุณวิชา ทำเรื่องการตลาด คือปริมาณ คุณภาพ เป็นต้น จากนั้นกาแฟดอยช้างจึงร่วมกับ บแคนาดา ซึ่งแคนาดาก็เป็น ฝรั่งเศสที่ไม่มีความรู้เรื่องกาแฟเลย จนกระทั่งปี 2549 เริ่มมีเรื่องด้าน GI ขึ้นมาเป็นของกระทรวงพาณิชย์ กาแฟดอยช้างมาจากเกษตรกร มาจากความตั้งใจของกลุ่ม เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ มาจนมาเป็นกาแฟเป็นพืชอุตสาหกรรม (อาจารย์พัชนี สุวรรณวิศกรกิจ สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2560)

จากการสัมภาษณ์อาจารย์พัชนีด้วยวิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นรวมถึงการวิเคราะห์ถึงระบบคุณภาพมาตรฐานของกาแฟดอยช้างที่สามารถทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งอาจารย์พัชนียังชี้ให้เห็นถึงระบบตลาดกาแฟ และการเติบโตของธุรกิจกาแฟ มาจากการควบคุมคุณภาพมาตรฐานกาแฟ เรียนรู้และพัฒนาไปพร้อมกับปัญหาที่เกิดขึ้น อาจารย์พัชนียังวิเคราะห์ให้เห็นถึงการผลิตกาแฟให้แตกต่างและสามารถดำรงอยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งราคากาแฟในระบบตลาด หากสามารถผลิตกาแฟให้มีคุณภาพและแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่นได้ ในเรื่องการตลาดจะอย่างไร ให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานเดียวกัน แต่ต้องมีความแตกต่างจากแหล่งอื่น รวมถึงการ

รวมกลุ่มของเกษตรกรชาวคอกเป็นสิ่งที่ทำได้ยากเพราะรวมกลุ่มเกษตรกร จะสามารถมาปรับกระบวนการผลิตกาแฟในกระบวนการปลูกให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องน้ำกระบวนการผลิตกาแฟที่ไม่สะอาด การรวมกลุ่มเกษตรกรจึงเป็นเรื่องสำคัญในการผลิตกาแฟที่มีคุณภาพ

ตลาดกาแฟในประเทศไทยและตลาดของกาแฟคั่วขำนั้นมาจากปัญหาเดียวกันคือราคากาแฟตกต่ำ และคนยังไม่นิยมบริโภคกาแฟ ในการสร้างสถาบันกาแฟคั่วขำขึ้นมาเป็นความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับกลุ่มชาติพันธุ์และได้ นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ เพื่อบอกว่าตน เป็นผู้มีความรู้ในด้านกาแฟผ่านตัวสถาบันกาแฟคั่วขำ โดยวัตถุประสงค์ของสถาบันกาแฟคั่วขำดำรงอยู่เพื่อประโยชน์อย่างไรและมีความหมายอื่นหรือไม่ กล่าวคือสถาบันกาแฟคั่วขำก่อตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือเสริมสร้างความสามารถในฐานะที่เป็นผู้ปลูก และผู้ผลิตกาแฟอาราบิก้าระดับโลกโดยเน้นทุกกระบวนการ เป็นการบอกถึงตัวองค์กรที่มีศักยภาพ และขีดความสามารถในการให้ความรู้เรื่องกาแฟ ซึ่งกลไกในการขับเคลื่อนของสถาบันกาแฟคั่วขำมาจากเกษตรกร และคนทำงานที่สัมพันธ์กับกาแฟทั้งหมดไม่เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้ ยังรวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ และจีนยูนนาน ที่ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมนอกจากจะเรียนรู้เรื่องกระบวนการผลิตกาแฟที่มีคุณภาพแล้ว ยังเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ และกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้สามารถใช้ตัวสถาบันกาแฟคั่วขำเพื่อประโยชน์ในการนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ด้วยการเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องกาแฟซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตรวมถึงวัฒนธรรมของกลุ่มไปแล้ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 5.2 สถาบันกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ 5.3 อบรมโดยอาจารย์พัชนี สุวรรณวิศกรกิจ

5.2.4 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในปฏิบัติการของมูลนิธิกาแฟดอยช้าง

การก่อตั้งมูลนิธิกาแฟดอยช้าง เพื่อพัฒนาสังคม พัฒนาชุมชนและดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านแนวคิดในการช่วยเหลือสังคม เริ่มจากการที่กาแฟดอยช้างคิดริเริ่มสร้างโรงเรียนภายในหมู่บ้านขึ้นและทำให้คนในชุมชนเข้าใจด้วยวิถีกาแฟดอยช้างว่าบริษัทมีความประสงค์จะให้ชุมชนดอยช้างเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง และทำให้อยากเห็นสิ่งแวดล้อมมีความอุดมสมบูรณ์เหมือนในอดีต โดยเริ่มประชาสัมพันธ์เจตนารมณ์ของบริษัทให้กับต่างประเทศได้เข้าใจ เช่น ในตลาดยุโรปและอเมริกาเหนือให้รับรู้ว่าการกาแฟดอยช้างมีอุดมการณ์ในการช่วยเหลือสังคม ทางบริษัทต่างประเทศจึงให้ผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างหากขายออกไปจะมอบให้มูลนิธิกาแฟดอยช้าง 1 เหยี่ยว ขายได้ 1 ล้าน เหยี่ยว ก็มอบให้ 1 ล้านเหยี่ยว

กระทั่งโรงเรียนดอยช้าง ก่อรูปขึ้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ชุมชนรู้จัก การอยู่ร่วมกันและมีความสามัคคีมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ในอดีตที่ต่างคนต่างอยู่ ขาดจิตสาธารณะกับสังคม ขาดความสามัคคี ซึ่งในพื้นที่ดอยช้างมีหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ หลากหลายศาสนา อยากให้มีความคิดในเรื่องของการอยู่ร่วมกัน ความเป็นพี่น้องกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งความสำเร็จของการดำเนินงานภายใต้ชื่อมูลนิธิกาแฟดอยช้างทำให้สถาบัน องค์กร และมหาวิทยาลัยต่างเข้ามาศึกษาชุมชนบ้านดอยช้างในรูปแบบของการจัดการดอยช้าง เช่น มหาวิทยาลัยวอชิงตัน เป็นมหาวิทยาลัยในแคนาดา มี นักศึกษา 20,000 กว่าคน เปิดร้านกาแฟดอยช้างในมหาวิทยาลัย 2 ร้าน หากขายกาแฟได้ 600 ถุงต่อปี จะได้รับเงินทุนการศึกษา 4,000 เหยี่ยว เป็นต้น และในอนาคตที่มูลนิธิกาแฟดอยช้างมีความประสงค์จะสร้างโรงพยาบาลชุมชนและธนาคารชุมชนอีกด้วย

การก่อตั้งมูลนิธิดอยช้างขึ้น เรามุ่งหวังอยากจะส่งเสริมเรื่องของวัฒนธรรม การปลูกป่าและการช่วยเหลือสังคมไม่ได้เฉพาะกับพี่น้องอำเภอเท่านั้น ยังรวมถึงพี่น้องลี้ซู่และจินยูนนาน ในระยะที่ผ่านมาเราก็ให้ความช่วยเหลือกับพี่น้องที่ไม่มีสัญชาติในเรื่องของการรักษาพยาบาล ในพื้นที่ใกล้เคียงก็สนับสนุนในเรื่องทุนการศึกษา ช่วยเหลืออุปกรณ์การเรียนหรืออุปกรณ์กีฬา หากพื้นที่ไหนหรือองค์กรหรือสถาบันการศึกษาต้องการความช่วยเหลือสามารถมาส่งหนังสือเพื่อรับการสนับสนุน และช่วยเหลือในแต่ละรายไป ซึ่งในแต่ละปีมูลนิธิกาแฟดอยช้างจะมีโครงการประมาณ 30-40 โครงการ ส่วนที่ตั้งของมูลนิธิกาแฟดอยช้างนั้นก็คือโรงงานกาแฟดอยช้าง สามารถมาติดต่อหรือมาขึ้นหนังสือได้ที่นี้เลย โครงการที่มูลนิธิกาแฟดอยช้างจัดขึ้น ส่วนใหญ่ก็เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอยู่แล้ว ในการทำงานของมูลนิธิกาแฟดอยช้างเราไม่ให้มองว่าเราเป็นกลุ่มบริษัทหรือว่าเป็นนายทุน ไม่อยากให้มองว่าบริษัทกาแฟดอยช้างเป็นธุรกิจมากเกินไป อยากให้คนภายนอกมองว่ามูลนิธิกาแฟดอยช้างเป็นองค์กรที่ช่วย

สื่อสารหรือเป็นตัวแทนในการให้ความช่วยเหลือพี่น้องคอยซังด้วยกัน (คุณปณชัย พิสัยเลิศ
สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2560)

ทั้งนี้การก่อตั้งมูลนิธิกาแฟคอยซัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือสังคมรวมถึงการ
ช่วยเหลือพี่น้องในชุมชนคอยซัง นอกจากจะเป็นการนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในฐานะผู้ให้ช่วยเหลือ
สังคมแล้ว สินค้ากาแฟคอยซังที่มาจากกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งเป็นเรื่องราวที่สร้างขึ้นด้วยวิถีชีวิต ความอยู่
รอดของตนเองก่อรูปขึ้นมาเป็นธุรกิจกาแฟ และความสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการที่เป็นสินค้า ที่เป็น
มาตรฐานโดยเป็นการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) โดยประกอบธุรกิจด้วยความยุติธรรมและ ช่วยเหลือ
สังคม ซึ่งการรับรู้ทั่วไปในสังคมกลุ่มชาติพันธุ์อาจมีศักยภาพที่สามารถช่วยเหลือสังคม ในอดีตพวก
เขาเป็นเพียงกลุ่มชาติพันธุ์โดยการรับรู้จากคนทั่วไปว่าเป็นกลุ่มที่รัฐต้องเข้าไปช่วยเหลือเพื่อให้มี
ความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งส่งเสริมเรื่องการปลูกพืชทดแทน ฝิ่น ส่งเสริมเรื่องสา ธารณสุขด้านอนามัยและ
ความปลอดภัยขึ้น ซึ่งคนภายนอกมองภาพลักษณ์ ่องความเป็นชาติพันธุ์ที่ด้อยกว่าคนพื้นราบทั่วไป
ปัจจุบันบริบทและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มชาติพันธุ์อาจกลายเป็นกลุ่มหนึ่งที่สามารถผลิต
สินค้ากาแฟให้มีชื่อเสียง มีศักยภาพที่สามารถช่วยเหลือสังคมในพื้นที่คอยซัง และพื้นที่ใกล้เคียงอย่าง
มีนัยสำคัญมูลนิธิกาแฟคอยซัง จึงสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไปในทางที่ดีขึ้น และ
พวกเขาเหล่านั้นก็ได้นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในฐานะเป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือสังคม

5.2.5 อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอในปฏิบัติการของกิจกรรมกาแฟคอยซัง

กิจกรรมวันกาแฟคอยซังและการระสู้อาสุ เกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2550 โดยจัดขึ้นในวันที่ 16-17
เมษายน ของทุกปี ณ ลานตากกาแฟ บริษัท คอยซัง คอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด จังหวัดเชียงราย โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อเคารพผู้สู้อาสุที่เป็นผู้เริ่มปลูกกาแฟ แสดงความยินดี และเฉลิมฉลองกับผู้สู้อาสุที่มี
กาแฟที่มีคุณภาพจนมาเป็นกาแฟคอยซังในปัจจุบัน โดยผู้สู้อาสุเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ
ดังกล่าว ผู้เข้าร่วมงานเป็นกลุ่มชาติ พันธุ์อำเภอ ลีซูและจินยูนานใน พื้นที่คอยซังและคอยอื่นๆ เช่น
คอยผาหมี่ คอยผาอี และคอยผาตั้ง เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ ปกาเกอญอ ไทใหญ่ กลุ่มชาติพันธุ์อำ
เภอในประเทศเพื่อนบ้าน จากประเทศลาว พม่า และจีน รวมทั้งกลุ่มลูกค้า และกลุ่มประเทศคู่ค้าทั้งใน
เอเชียและยุโรป เช่น สิงคโปร์ เกาหลี ไต้หวัน แคนาดา อเมริกาและอิตาลี ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ
เช่น ฝ่ายปกครอง ผู้ว่าราชการจังหวัด ทหาร ตำรวจ หน่วยงานสาธาณ สุข กรมป่าไม้ เพื่อเป็นเกียรติ
ในการเข้าร่วมงาน โดยในงานยังเป็นการพบปะเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในพื้นที่และผู้ปลูกกาแฟจากต่าง
หมู่บ้าน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ในกิจกรรมวันผู้สู้อาสุ
และการระสู้อาสุ กิจกรรมแบ่งเป็น 2 ช่วง ดังนี้

1. กิจกรรมช่วงเช้า คือ การเปิดงานโดยมีผู้อาวุโสที่สุดในพื้นที่คอยช้างเป็นหลัก ผู้อาวุโสเข้าร่วมกิจกรรม มีกิจกรรมการร้องเพลงของพี่น้องกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า การขับกล่อมบทเพลง“อะซิกู” จากผู้อาวุโสบอกเล่าเรื่องราวต่างๆในอดีตจนถึงปัจจุบัน เนื้อหาเพลงกล่าวถึงการเข้ามาของกาแฟในพื้นที่คอยช้างโดยมาจากโครงการพระราชดำริของในหลวงทำให้มีชีวิตที่ดีขึ้นและเปลี่ยนแปลงชีวิตที่ปลูกฝิ่นมาเป็นปลูกกาแฟ นอกจากการแสดงดังกล่าวแล้ว กลุ่มเยาวชนในพื้นที่คอยช้างและนอกพื้นที่แข่งขันกีฬาฟุตบอล กีฬาวอลเลย์บอล การละเล่นตีลูกส้อย เป็นต้น เพื่อชิงรางวัลในงานวันกาแฟคอยช้างและการวาระผู้อาวุโส รวมทั้งกลุ่มลูกค้าและประเทศคู่ค้า จะเข้าร่วมเดินและร่วมร้องเพลงกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในงาน (ภาพที่ 5.4)

2. กิจกรรมช่วงบ่าย มีการแสดงการร้องเพลงและแสดงการละเล่นของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ เช่น ลีซูและจีนยูนนาน ส่วนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างหมู่บ้านแสดงการร้องเพลงและเตรียมการแสดงที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละกลุ่มเช่นกัน การรับรางวัลจากการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมต่างๆ การแสดงจากกลุ่มอาข่าในประเทศเพื่อนบ้าน การแสดงจากกลุ่มคู่ค้าจากไต้หวัน ซึ่งแต่ละปีกลุ่มลูกค้าและกลุ่มประเทศคู่ค้าต่างสลับกัน มาเข้าร่วมงานในแต่ละปี หลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม ผู้อาวุโสจะกล่าวให้พรเพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับพี่น้องพื้นที่คอยช้างและผู้เข้าร่วมงานทุกคน (ภาพ 5.5 และ ภาพ 5.6)

กิจกรรม วันกาแฟคอยช้างและการวาระผู้อาวุโส เป็นการแสดงถึง การให้ความหมายของกลุ่มอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ในฐานะเป็นสังคมกาแฟ และเป็นผู้สร้างกาแฟคอยช้าง ในกระบวนการสร้างความหมายและการสร้างมูลค่าให้กับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาข่า นั้น พบว่ากิจกรรมวันกาแฟคอยช้างและการวาระผู้อาวุโสเป็นการสร้างความหมายของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับกาแฟคอยช้างด้วยทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาข่าเกี่ยวข้องกับเชิงพาณิชย์ด้วยการขายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในกาแฟคอยช้าง ประการแรก ลานโรง งานกาแฟคอยช้างเป็นพื้นที่ในการนำเสนออัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาข่าในการแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อจะแสดงการร้องเพลง การละเล่น ต่างๆ ในวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตอาข่าในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อนำวิถีชีวิตในการปลูกกาแฟของพวกเขาไปใช้ในประเทศของตน รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในพื้นที่คอยช้างและพื้นที่ใกล้เคียง ด้วย ประการที่สอง เพื่อให้ลูกค้าและประเทศคู่ค้าเข้าร่วมงานเข้าใจในความเป็นอาข่าและการผลิตกาแฟคอยช้างที่มาจากกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกาแฟคอยช้างขึ้น เมื่อได้บริโภคกาแฟคอยช้างก็จะเข้าใจถึงความเป็นอาข่าและการเกิดขึ้นของกาแฟคอยช้างที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หากแต่เกิดขึ้นกับประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์ เรื่องราวความเป็นอาข่าที่อยู่ในตัวผลิตภัณฑ์กาแฟคอยช้าง

จากการสัมภาษณ์ คุณปณชัย พิสัยเลิศ ทำให้เห็นถึง อัตลักษณ์อำเภอที่ถูกนำเสนอด้วยกิจกรรม วันกาแฟดอยช้างและการระสู้่อวูโส ซึ่งเกิดขึ้นด้วยบริบทของการค้า อุตสาหกรรมกาแฟในพื้นที่ดอยช้าง ตลาดกาแฟในประเทศและต่างประเทศต่าง บริโภคกาแฟดอยช้างด้วย ความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ กาแฟดอยช้างเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ที่เป็นวัตถุที่มีชีวิต ด้วยเรื่องราววิถีชีวิต ความเป็น อำเภอเรื่องราวกาแฟ สิ่งเหล่านี้เป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอที่อยู่ในผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างถูกสร้างขึ้นผ่านกิจกรรมวันกาแฟดอยช้างและการระสู้่อวูโส

วันกาแฟดอยช้างและการระสู้่อวูโส เป็นการเคารพและการให้เกียรติผู้่อวูโสที่มีให้กำเนิดกาแฟดอยช้าง ในระยะเริ่มต้นที่พ่อแม่ของเราเริ่มปลูกกาแฟพวกเขาต้องลำบากผ่านปัญหามากมายจากการปลูกฝืนในอดีจนกระทั่งมาเป็นกาแฟดอยช้างอย่างทุกวันนี้ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ในงานนี้เราก็จะให้เกียรติผู้่อวูโสเป็นหลักเป็นการขอบคุณท่านที่ทำให้มีทุกวันนี้ นอกจากจะแสดงถึงความเคารพบรรพบุรุษแล้วยังเป็นการเฉลิมฉลองต่อผู้่อวูโสที่มีกาแฟคุณภาพและมีกาแฟดอยช้างที่สามารถเปลี่ยนชีวิตของพวกเขาให้ดีขึ้นได้ในปัจจุบัน ในวันกาแฟดอยช้างและการระสู้่อวูโสมีกลุ่มพี่น้องอำเภอ ลีซูและจีนยูนนานในพื้นที่และนอกพื้นที่เข้าร่วมงานแล้ว ยังมีกลุ่มลูกค้าและประเทศคู่ค้าจากต่างประเทศเข้าร่วมงาน เพราะพวกเขารัก ชอบ และตื่นเต้นกับการแต่งกายและกิจกรรมในงาน และอยากให้เขาได้รู้ว่าพวกเราเป็นครอบครัวดอยช้าง (คุณปณชัย พิสัยเลิศ สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2560)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



(ก) ผู้อาวุโสในพิธีเปิดงาน



(ข) เกล็ดมอลองแสดงความยินดีกับผู้อาวุโส



(ค) การแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่า



(ง) การเล่นเกมตีลูกล้อ



(จ) การแข่งขันตะกร้อ



(ฉ) การแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ภาพที่ 5.4 (ก) ผู้อาวุโสในพิธีเปิดงาน (ข) เกล็ดมอลองแสดงความยินดีกับผู้อาวุโส
(ค) การแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์อ่าข่า (ง) การเล่นเกมตีลูกล้อ (ง) การเล่นเกมตีลูกล้อ
(ฉ) การแข่งขันกีฬาฟุตบอล



ภาพ 5.5 การแต่งกายของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพ 5.6 การรับของรางวัลจากกิจกรรมต่างๆ

5.3 การประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อ่าขำกับกาแฟดอยช้าง

การก่อร่างสร้างอัตลักษณ์นั้นมีหลายระดับทั้งระดับปัจเจกและในระดับกลุ่ม และการสร้างอัตลักษณ์นั้นเราอาจไม่ต้องเห็นด้วยกับผู้สร้างอัตลักษณ์ว่าทำสำเร็จหรือไม่ หรือใช้กฎเกณฑ์อะไรในการสร้าง หากแต่เรามองว่าผู้สร้างนั้นต้องการให้อัตลักษณ์ที่เขาอยากจะนำเสนอเป็นอย่างไรและเพื่อตอบโต้หรือต่อรองกับใคร และในสถานการณ์ไหน มากกว่าที่จะมองว่าสิ่งที่เขาสร้างมานั้นมันผิด หรือถูก หรือสอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิมของเขาเหล่านั้นหรือไม่ เช่น การศึกษาความเป็นสื่อของลื้อนั้น มีการเข้าไปมาของอัตลักษณ์และการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ ซึ่งไม่สามารถนิยามอัตลักษณ์ความเป็นลื้อได้อย่างชัดเจน โดยคนลื้อที่บ้านปิงไม่เข้าใจคนลื้อที่เชียงขวาง หรือรูปทรงแบบบ้านของคนลื้อที่เชียงคำเป็นแบบเดียวกันกับคนไทดำ การให้ความสำคัญเกี่ยวกับเตาไฟของคนลื้อเชียงคำก็เหมือนกับกะเหรี่ยงพื้นราบ และลานที่ให้คนห่มสา วเกี้ยวพาราสีที่เป็น

ลักษณะร่วมของสื่อในสิบสองปีนั้นก็ไม่มีในสื่อเชิงคำ (อภิญา 2546: 70) จะเห็นได้ว่าการยึดเอาลักษณะทางวัฒนธรรมมาเป็นตัวกำหนดตัวตนหรือตัวกำหนดอัตลักษณ์ ไม่สามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มได้ หากแต่อัตลักษณ์ที่พวกเขาสร้างขึ้น นั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่พวกเขาปฏิบัติสัมพันธ์อยู่ ภายใต้เงื่อนไขหรือภายใต้สถานการณ์ไหนและอัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงและมีความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ในกรณีของการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง ที่เราอาจไม่เห็นด้วยว่าอัตลักษณ์ที่พวกเขาสร้างขึ้นมานั้นเหมาะสมหรือผิดแปลกไปจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของเขาหรือไม่ หากแต่การสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง ที่ทำให้มีความเชื่อมโยงกับกาแฟดอยช้างนั้น พวกเขาเลือกหยิบยกขึ้นมานำเสนอ เพื่อตอบโต้อัตลักษณ์เดิมและนิยาม เป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างแบบใหม่ขึ้นมาโดยเป็นอัตลักษณ์ในแบบที่พวกเขาเข้าใจและอยากให้เป็น

การสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างนั้น จะเห็นถึงการปฏิบัติการของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์อยู่ 2 ประการ คือ ประการแรก การสร้างอัตลักษณ์ผ่านปฏิบัติการ ปลุกกาแฟ ซึ่งการปลุกกาแฟอาราบิก้าบนพื้นที่สูงในภาคเหนือของประเทศไทยนั้น ในอดีตกาแฟเป็น พืชที่รัฐส่งเสริมให้ปลูกเพื่อทดแทนการปลูกฝิ่น เช่นเดียวกับพืชชนิดอื่น เช่น ถั่วต่างๆ กระหล่ำปลี หอม บัวบก แมคาเดเมีย ฯลฯ เป็นต้น การส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่สูงและการเกิดขึ้นของนโยบายพัฒนาที่สูงในอดีต ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 ที่รัฐบาลประเทศให้ยกเลิกการปลูกและการเสฟฝิ่น และมีผลปฏิบัติในปี พ.ศ. 2502 เป็นต้นมา อันเป็นผลให้เกิดวาทกรรมการพัฒนาพื้นที่สูงที่ว่าด้วยกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง “ปลูกฝิ่น” “ทำไร่เลื่อนลอย” และเป็นสาเหตุของ “การตัดไม้ทำลายป่า” ทั้งจากการนำเสนอทางโทรทัศน์ หนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการเหมารวมว่ากลุ่มชาติพันธุ์เป็นต้นเหตุของปัญหาเหล่านั้นและกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านั้นถูกปฏิบัติด้วยความเป็น “คนอื่น” ในระยะที่ผ่านมา จนกระทั่งกาแฟเริ่มเข้ามาในพื้นที่ดอยช้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 และเริ่มพัฒนาโดยกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้างหนึ่ง และตั้งบริษัทกาแฟดอยช้างขึ้นในปี พ.ศ. 2546 กว่า 30 ปี ที่ชาวบ้านประสบผลสำเร็จในการปลุกกาแฟเนื่องจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจเปลี่ยนไปและความต้องการกาแฟในศตวรรษที่ 21 ทำให้ธุรกิจกาแฟกลายเป็นที่ต้องการของตลาดและเป็นที่นิยมมากขึ้น

กาแฟอาราบิก้าเป็นพืชที่รัฐส่งเสริมให้ปลูกเนื่องจากด้วยเหตุผลความมั่นคง ในอดีตชาวบ้านดอยช้างต่างก็รับและตอบสนองพืชทดแทนฝิ่นที่หน่วยงานในพื้นที่ส่งเสริมให้ปลูก แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เช่น การปลูกถั่วแดง กระหล่ำปลี มะเขือเทศ เป็นต้น ส่วนพืชเมืองหนาวอื่นๆ ก็สามารถปลูกหมุนเวียนและสร้างรายได้บ้าง แต่ก็ไม่มีพืชชนิดไหนที่สามารถพัฒนาเป็นพืชเศรษฐกิจได้ จากการต่อสู้ การล้มลุกคลุกคลานของกว่าจะตั้งบริษัทกาแฟดอยช้าง กว่าจะมาเป็น กาแฟดอยช้างที่มีชื่อเสียงจนถึงปัจจุบันนี้ ด้วยการศึกษากาแฟปลูกกาแฟให้ได้คุณภาพมาตรฐานของกาแฟดอยช้างนั้น เริ่มจาก

การรวมกลุ่มของเกษตรกร 12 กลุ่ม เพื่อควบคุมการปลูกให้ได้มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งในอดีตเป็นเรื่องที่ยากมากในการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟบนพื้นที่สูง จากการรวมกลุ่มเกษตรกรบ้านดอยช้างนั้น นับเป็นการพัฒนาเรื่องความรู้ในการดูแลกาแฟ เนื่องจากในอดีตเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟไม่มีความรู้ในเรื่องกาแฟ ทั้งเรื่องการเพาะพันธุ์ การดูแลและการป้องกันโรค และเมื่อผลผลิตออกไม่ในช่วง พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ราคากาแฟเริ่มตกต่ำ เกษตรกรพบปัญหาหาราสนิมจากต้นกาแฟ เนื่องจากความไม่เชี่ยวชาญจากนักวิจัยที่นำสายพันธุ์กาแฟอาราบิก้าที่เข้ามาในประเทศไทย และ เป็นช่วงที่เริ่มทดลองปลูกกับชาวบ้านไปด้วย ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจากการสัมภาษณ์อาจารย์พัชนี สุวรรณวิศลกิจ เกี่ยวกับ สถานการณ์กาแฟในสมัยนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ช่วงแรกที่มีการปลูกกาแฟไม่ประสบความสำเร็จ เป็นเพราะการสนับสนุนการส่งเสริมการปลูกพืชทดแทนผืนนั้น มีการสำรวจสภาพพื้นที่ภูมิประเทศ ดิน น้ำ อากาศ ในเบื้องต้น แต่ยังไม่มีความหมายงานไหนทดลองปลูกและปรับปรุงสายพันธุ์กาแฟให้ได้ผลว่าเหมาะสมกับสภาพพื้นที่จริงๆ แล้วค่อยแจกจ่ายให้กับเกษตรกร รวมถึงความเป็นไปได้ของการตลาด เมื่อผลผลิตออกมาแล้ว เกษตรกรจะขายให้กับใคร ราคาเท่าไร สิ่งเหล่านี้ ทำให้เกิดข้อผิดพลาดและปัญหาที่ติดอยู่กับเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ

กระนั้นเองกลุ่มชาติพันธุ์อาข่ากลุ่มหนึ่งในผู้ปลูกที่ได้รับพันธุ์กาแฟจากโครงการหลวง คือ ครอบครัวของคุณปณชัย พิสัยเลิศ ได้ปลูกกาแฟมาตั้งแต่รุ่นพ่อ สืบทอดมากระทั่งรุ่นลูก และมุ่งมั่นหาข้อผิดพลาดเหล่านั้นมาพัฒนาให้การปลูกกาแฟมีมาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมความรู้ให้กับเกษตรกร มีนักวิชาการที่เชี่ยวชาญกาแฟอบรมให้ความรู้เรื่องกาแฟ ตั้งแต่การปลูก การเพาะพันธุ์ต้นกล้า การดูแลและรักษา การป้องกันโรค จนกระทั่งถึงการเก็บเกี่ยว การก่อตั้งบริษัทกาแฟดอยช้าง พ.ศ. 2546-ปัจจุบัน กว่า 20 ปี ที่ชาวบ้านดอยช้างมีส่วนร่วมในการพัฒนาการปลูกกาแฟ จน กระทั่ง กาแฟกลายเป็นพืชเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านดอยช้าง และ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟจากผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านการปลูกกาแฟ กลายเป็น “ผู้ปลูกกาแฟ” และกลายเป็น “ผู้มีความรู้เรื่องกาแฟ” สร้างความภาคภูมิใจและภายใต้บริษัทกาแฟดอยช้าง นอกจากนี้การปลูกกาแฟยังสามารถเติบโตได้ดีจากการปลูกไม้ที่ไ้ร่มบัง ชาวบ้านจึงสามารถปลูก ไม้ยืนต้นต่างๆ ที่ให้กาแฟเติบโตได้ดี ฉะนั้นการปลูกกาแฟจึงเป็นการ “ปลูกป่า” สามารถทำให้ระบบนิเวศกลับมาและสร้างความอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่ดอยช้าง มีชมดป่ามากินกาแฟ ชาวบ้านสามารถเก็บมาขายให้กับกาแฟดอยช้างได้ในราคาสูง

เราดีใจและภูมิใจที่พี่น้องคอยข้างปลูกกาแฟและช่วยกันสร้างป่าให้ให้ความอุดมสมบูรณ์กลับคืนมา และทำให้ชะมดกลับคืนมา แต่ในระยะหลังชาวบ้านเริ่มเลี้ยงชะมด จับมาจิ้งและให้กินกาแฟ แต่กาแฟของเรานั้นต้องมาจากชะมดป่าเท่านั้น ต้องบอกกับชาวบ้านและช่วยกันดูกาแฟที่ชาวบ้านเอามาขายว่าต้องมาจากชะมดที่อาศัยอยู่ตามธรรมชาติเท่านั้นไม่ใช่เกิดจากการจับมาจิ้ง (คุณปณชัย พิสัยเลิศ สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม 2559)

จะเห็นได้ว่าปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอนี้ในการปลูก กาแฟคอยข้าง แสดงให้เห็นถึงการแสดงออกถึงการนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ที่พวกเขาเข้าใจและอยากให้เป็น ว่าพวกเขาเป็น “ผู้ปลูกฝิ่น” และ “อนุรักษ์ป่า” เพื่อตอบโต้อัตลักษณ์ในระยะที่ผ่านมาที่ถูก สร้างจากคนภายนอกและเข้าใจพวกเขาในด้านลบมาตลอด ประการที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอนี้ผ่าน ปฏิบัติการสถาบันกาแฟคอยข้าง มูลนิธีกาแฟคอยข้างและวันกาแฟคอยข้าง เมื่อระบบวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้คอยข้างเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เนื่องด้วยผลนโยบายการพัฒนา นานบนพื้นที่สูง ที่รัฐเข้ามาพัฒนาพื้นที่คอยข้างและการพัฒนาดังกล่าวไม่ได้เป็นไปแบบคู่ตรงข้าม แต่ผลของการพัฒนานั้น กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงสามารถนำมาพัฒนาและต่อยอดด้วยตัวของพวกเขาเอง จากการเกิดบริษัทกาแฟคอยข้างที่ทำให้พวกเขามีความรู้ในด้านการปลูกกาแฟ นอกจากนี้ยังเกิดสถาบันกาแฟคอยข้าง มูลนิธีกาแฟคอยข้างและวันกาแฟคอยข้าง นั้นล้วนเป็นปรากฏการณ์ ใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่คอยข้าง ปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่พวกเขาเลือกที่จะหยิบมานำเสนอ กล่าวคือ การปลูกกาแฟบนคอยข้าง กลายเป็นวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านกลายเป็นชีวิตประจำวันของพวกเขา ในปัจจุบัน การเรียนรู้และพัฒนาการปลูกกาแฟและแปรรูป ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สังกกลายเป็น “องค์ความรู้” ของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ คอยข้าง ทั้งนี้จึงเกิดการก่อตั้งสถาบันกาแฟคอยข้าง เพื่อเป็น “ศูนย์การศึกษาเกี่ยวกับกาแฟคอยข้าง เป็นแหล่งเรียนรู้กาแฟสำหรับผู้ปลูกกาแฟเพื่อพัฒนาศักยภาพเกษตรกรทั้งผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการด้านกาแฟจากในประเทศและต่างประเทศ ” การนำเสนออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่พวกเขาคลุกคลีอยู่กับการปลูกกาแฟตั้งแต่ เริ่มต้นจนกระทั่งกลายเป็น องค์ความรู้ของเกษตรกรเหล่านี้ สถาบันกาแฟคอยข้างจึงเปรียบ เป็นตัวแทนของพวกเขาเป็น “ผู้มีความเชี่ยวชาญทางด้านกาแฟ” รวมทั้งการก่อตั้งมูลนิธีกาแฟคอยข้าง เพื่อดำเนินงานและให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในด้านต่างๆ ผ่านมูลนิธีกาแฟคอยข้าง และยังให้ความช่วยเหลือด้านชุมชนและสังคมในการให้ทุนการศึกษา สนับสนุนอุปกรณ์กีฬาหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การเป็นตัวแทนในการช่วยเหลือสังคม สะท้อนให้เห็นถึง สถานะของความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้เปลี่ยนแปลงไปในอดีตกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้หรือกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง เป็นพลเมืองชายขอบของสังคมและรัฐต้องเร่งพัฒนาให้กลุ่มคนเหล่านี้ หลุดพ้นจากความล้าหลังและเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติตามทัศนะของรัฐ ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนี้กลับเป็น “ผู้ช่วยเหลือสังคม” ด้วยการพัฒนาชุมชน เช่น ร่วมสร้าง

โรงเรียนชุมชนบ้านคอยช้าง เพื่อให้เด็กๆ ในหมู่บ้านได้รับการศึกษา ส่งเสริมการศึกษาด้วยการสนับสนุนอุปกรณ์การศึกษา และให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในด้านต่างๆ เป็นต้น รวมถึง “วันกาแฟคอยช้าง” ที่จัดขึ้นในวันที่ 16-17 เมษายน ของทุกปี ณ ลานตากาแฟ บริษัทกาแฟคอยช้าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่คอกย้ำในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงโดยการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้างใหม่ที่ยึดโยงกับกาแฟคอยช้าง

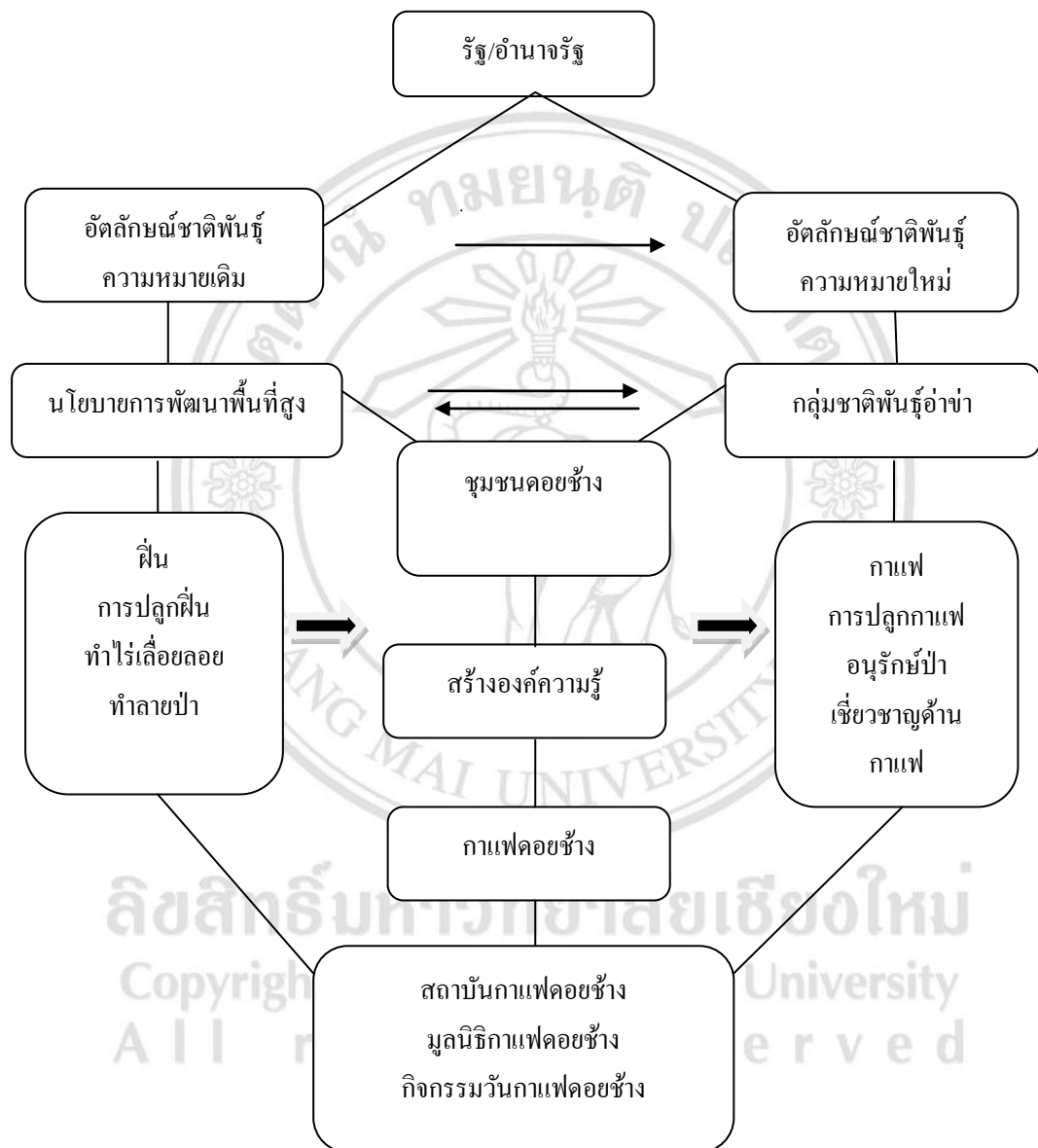
ทั้งสามกิจกรรมอย่าง สถาบันกาแฟคอยช้าง มูลนิธิกาแฟคอยช้างและกิจกรรมวันกาแฟคอยช้าง เป็นผลมาจากนโยบายการพัฒนาของรัฐในอดีต ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงระบบการทำเกษตรของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่เปลี่ยนมาเป็นปลูกกาแฟได้ กลายเป็นวิถีชีวิตและชีวิตประจำวันของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้าง การกระทำในชีวิตประจำวัน ในปัจจุบันของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้างที่ดูเหมือนเป็นการกระทำที่ไม่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด หากมองย้อนกลับไปแล้ว การที่กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้างได้เผชิญกับการปะทะสังสรรค์กับภาครัฐ ที่ภาครัฐเองก็ได้รับอิทธิพลการพัฒนาให้เป็นความทันสมัยในบริบทสังคมโลกที่ต้องหลุดพ้นจากสถานะความล้าหลัง มากำหนดกฎเกณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ว่าด้วยการเป็นต้นเหตุของปัญหาของการเป็นภัยต่อชาติและกระทบต่อความมั่นคง ด้วยพฤติกรรมปลูกฝิ่น ทำไร่เลื่อนลอย และการทำลายป่า โดยใช้กลไกนโยบายการพัฒนาเพื่อปรับเปลี่ยนและส่งเสริมให้กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงหลุดพ้นจากความล้าหลังดังกล่าว เมื่อผลของนโยบายการพัฒนาของรัฐทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้างครั้งใหญ่ รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ บนพื้นที่สูงอื่นๆ ในภาคเหนือของประเทศไทย ทำให้พวกเขาไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงวาทกรรมที่ทำให้พวกเขากลายเป็น “คนอื่น” ในช่วงทศวรรษ 2500 ที่รัฐประกาศการปลูกฝิ่นและการเสฟฝิ่นเป็นสิ่งผิดกฎหมาย จนกระทั่งช่วงทศวรรษ 2530 การปลูกฝิ่นเริ่มลดลง แต่ก็เกิดปัญหายาเสพติดที่รุนแรงมากกว่าฝิ่นหลายเท่าคือการแพร่ระบาดของเฮโรอีนที่เริ่มแผ่ขยายเข้ามาในประเทศไทย ผลของนโยบายการพัฒนาของรัฐที่มีต่อกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงจึงเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้หน่วยงานความมั่นคงมุ่งพัฒนาชุมชน สิ่งแวดล้อมและการควบคุมพืชเสพติดบนพื้นที่สูงระหว่างปี พ.ศ. 2535-2549 ระยะ 5 ปี เพื่อจัดระเบียบชุมชนบนพื้นที่สูงเป็นหลัก (ชยันต์ 2553: 33)

การจัดการปลูกฝิ่นและส่งเสริมการปลูกพืชเชิงพาณิชย์ของรัฐ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและเศรษฐกิจในชุมชนบนพื้นที่สูง และเกิดการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้าง การปฏิบัติการเปลี่ยนแปลง หรือ การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้าง ในกระบวนการผลิตกาแฟคอยช้าง ซึ่งผลของการพัฒนาดังกล่าวไม่ได้เป็นไปแบบคู่ตรงข้ามที่จะเข้ามาทำลายเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงโดยเฉพาะบ้านคอยช้าง กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอบ้านคอยช้างได้ศึกษาและเรียนรู้การปลูกกาแฟ ต่อมาพัฒนาให้กาแฟกลายเป็นพืชเชิงพาณิชย์ จนกระทั่งมีกลุ่ม

ชาติพันธุ์อำเภอกลุ่มหนึ่งได้ก่อตั้งบริษัทกาแฟดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด บนพื้นที่บ้านดอยช้าง และดำเนินการผลิตกาแฟดอยช้างตั้งแต่ต้นกระบวนการคือการปลูกกาแฟ จนเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง บริษัทกาแฟดอยช้างจึงเป็นตัวเชื่อมโยงกลุ่มชาติพันธุ์เข้าสู่กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอห้วยบกเอาอัตลักษณ์ที่ตนเอง เป็นผู้ปลูกกาแฟที่มีชื่อเสียง และชีวิตประจำวันปลูกกาแฟเป็นอาชีพนั้นคือ ปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอ ซึ่งกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอเป็น “ผู้กระทำ” (Agency) ผ่าน “ปฏิบัติการ” (Practice) ที่กาแฟคือความเป็นวิถีชีวิตของพวกเขาในปัจจุบัน โดยปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ใหม่ผ่านตัวเชื่อมคือ “กาแฟดอยช้าง” ที่เป็นตัวอย่างของการประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจและประสบความสำเร็จ ในการทำให้ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์เป็นสินค้า กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอจึงเลือกที่จะหยิบยกอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยง กับกาแฟดอยช้างมานำเสนอต่อสังคม กลไกที่ทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอดอยช้าง หยิบมานิยาม ตัวตนคือเป็น “ผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ” จากตัวสถาบันกาแฟดอยช้าง ซึ่งเป็นสถาบันอบรมให้ความรู้ผู้ที่สนใจในด้านกาแฟทั้งเรื่องกระบวนการปลูกจนกระทั่งถึงกระบวนการผลิต ผู้อบรมก็จะเข้าเยี่ยมชม และเรียนรู้จากเกษตรกรโดยตรง ซึ่งสถาบันกาแฟเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จที่สามารถนำเรื่องกาแฟมา พัฒนาเป็นองค์ความรู้ของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ

ปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอ ที่เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่กลุ่มชาติพันธุ์ใช้คือ การจัด กิจกรรมวันกาแฟดอยช้าง เป็นการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ อำเภอให้เข้ากับบริบทในปัจจุบัน และ นำเสนออัตลักษณ์ให้เชื่อมโยงกับกาแฟว่าเป็นเจ้าของและเป็นผู้ริเริ่มการปลูกกาแฟจนกระทั่งประสบความสำเร็จ โดยให้ความสำคัญกับการเคารพและขอบคุณผู้อาวุโสซึ่งเป็นตัวแทนของความสำเร็จ เป็นผู้ปลูกกาแฟรุ่นแรกในชุมชนดอยช้าง โดยกิจกรรมดังกล่าวไม่ได้มีเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอเพียงกลุ่มเดียวที่เข้าร่วมกิจกรรม ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์ลีซูและจีนยูนนาน เข้าร่วมเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บ้านดอยช้างและเป็นเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยว ประเทศคู่ค้า กาแฟดอยช้าง ลูกค้ายาแฟดอยช้าง เข้าร่วมกิจกรรมในทุกๆ ปี แสดงให้เห็นถึงการนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในฐานะพวกเขา เป็นผู้ปลูกกาแฟและเป็นเจ้าของกาแฟดอยช้างร่วมกัน จากภาพ 5.7 ที่แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของชาติพันธุ์อำเภอ กลไกและความเชื่อมโยงที่ทำให้พวกเขามีส่วนกำหนด กฎเกณฑ์ ตัวตนและตำแหน่งแห่งที่ของตนเองในสิ่งที่พวกเขาอยากจะเป็น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอบ้านดอยช้าง เป็นผลพวงมาการนโยบายการพัฒนา บนพื้นที่สูงของรัฐที่ใช้วาทกรรมในการสร้างความชอบธรรมเพื่อให้ กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงยอมรับการพัฒนา หากแต่วาทกรรมที่รัฐมอบให้กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ไปกดทับ และลดทอนความเป็นตัวตนของพวกเขา แต่นโยบายการพัฒนาที่เข้ามาในชุมชนบ้านดอยช้างไม่ได้เข้ามาแบบคู่ตรงข้าม นโยบายดังกล่าวยังเอื้อประโยชน์ให้พวกเขาเล็งเห็นถึงความสำคัญของพืชทดแทนฝิ่นอย่างกาแฟและพัฒนาให้เป็นพืช

เศรษฐกิจได้ในปัจจุบัน อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอในพื้นที่ดอยช้าง ที่มีการปะทะสังสรรค์กับรัฐและกระบวนการพัฒนาให้ทันสมัย หล่อหลอมให้พวกเขามีวิถีชีวิตที่ผูกพัน กับกาแฟและประเพณีที่พวกเขาเลือกนิยามตนเองในบริบทที่พวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ 5.7 ภาพการประกอบสร้างอัตลักษณ์

5.4 สรุปและอภิปรายผล

ในการนิยามอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนนั้น มีความสลับซับซ้อนและมีความเป็นพลวัตอยู่เสมอ ในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อำมาในบ้านคอยช้าง ก่อรูปขึ้นมาด้วย อำนาจรัฐที่เข้ามาด้วย เหตุผลของความมั่นคงของชาติและเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และถูกประกอบสร้างด้วย ผลของวาทกรรมของความเป็นชายขอบที่กำหนดกฎเกณฑ์ ให้พวกเขาดำเนินชีวิตภายใต้อำนาจและอคติทางชาติพันธุ์ สร้างความหมาย นิยามและปะทะสังสรรค์ใน สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อัตลักษณ์จึงมีความเลื่อนไหล ไม่ชัดเจน กำกวม และสามารถสร้างความหมายใหม่ เพื่อต่อรอง ตอบโต้ วาทกรรมเดิมที่ครอบงำ แล้วบันทึกความหมายใหม่ ในสถานการณ์ใดสถานการณ์ที่อัตลักษณ์ใหม่ถูกแทนที่ อัตลักษณ์จึงมีความไม่มั่นคง ไม่ต่อเนื่องและมีความเป็นพลวัตในตัวเอง

ในกระบวนการใส่ความหมายหรือการนิยามความหมายใหม่ให้กับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำมา ในบริบทที่อัตลักษณ์ชาติพันธุ์เป็นสินค้าแล้วนั้น การให้ “ความหมาย” หรือนักวิชาการในวงการ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เรียกว่า “สัญญะ” นั้น แฟร์ดี นื่องค์ เดอ โซซูร์ นักภาษาศาสตร์ชาว ฝรั่งเศสแนวโครงสร้าง ที่ศึกษาการแยกภาษากับการใช้ภาษาออกจากกัน โดยแยกรหัสกับข้อความที่ สื่อออกมา (Code-Message) ซึ่งเป็นการหาความรู้ที่เรียกว่าสัญญวิทยา ซึ่ง โรลันด์ บาร์ตส์ ได้นำแนวคิด ของแฟร์ดีนื่องค์ เดอ โซซูร์ มาศึกษาต่อทำให้สิ่งที่เรียกว่า “ความหมาย” มาจากการตัด แบ่ง โลกของ ความจริงออกจากกันก่อให้เกิดระบบของการแก้ ต่างและการเปรียบเทียบ เพื่อแบ่งความจริงออกเป็น ส่วนๆ แบ่งแยกออกจากกันและทำให้เป็นความไม่ต่อเนื่อง ทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งแยกออกจากกันเพื่อให้ เกิดความหมายใหม่ขึ้นมา (ไชยรัตน์ 2554: 87-88) สอดคล้องกับมิเชล ฟูโกต์ ที่พู ถึงวาทกรรม (Discourse) ที่เกิดจากการตัดแบ่งภาษาเพื่อทำให้ขาดตอนและไม่ต่อเนื่องเพื่อทำลายความเป็น เอกภาพ เป็นการทำให้วาทกรรมเป็นตัวทำให้เกิดความรุนแรงในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การหาความรู้ของ ฟูโกต์ไม่ได้เป็นการหา ความรู้เพื่อความเข้าใจแต่เป็นการหยุดความเข้าใจหรือทำให้ความหมายที่มีอยู่ เกิดความว่างเปล่าเพื่อสร้างความหมายใหม่ขึ้นมา (เรื่องเดียวกัน : 89) ความหมายสำหรับ นักสัญญวิทยาเป็นเรื่องของความแตกต่างซึ่งไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง เป็นความหมายที่ เป็นคู่ตรงข้ามของสิ่งนั้น ได้กำหนดความหมายซึ่งกันและกัน ความหมายจึงมีความสลับไหลเป็นพลวัต ไม่หยุดนิ่งตายตัว

การมองไม่เห็นสัญญะหรือการมองไม่เห็นความหมายของสิ่งนั้น เป็นการมองสิ่งต่างๆ เป็น เพียงแค่วัตถุ กระบวนการเปลี่ยนแปลง บิดเบือน ลดทอน ปกปิด ที่ทำให้สัญญะเป็นเรื่องปกติและเป็น ธรรมชาติ โรลันด์ บาร์ตส์ เรียกกระบวนการนี้ว่า กระบวนการสร้างมายาคติ ผลผลิตของกระบวนการ ดังกล่าวคือ มายาคติ หมายถึงความคิด ความเชื่อของคนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับโดยการไม่ตั้ง

คำถาม ผลผลิตของความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอจึงเป็น มายาคติของการรับรู้ของสังคมในปัจจุบันที่ยังมองและนิยามความหมายในตัวคนของพวกเขาในด้านลบจากคนภายนอกมาโดยตลอด เมื่ออัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอถูกทำให้เป็นสินค้าในกระบวนการผลิตกาแฟคอสซัง การนิยามความหมายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ใหม่จึงเกิดขึ้น

มายาคติของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอในการรับรู้ของคนทั่วไปในอดีตที่ นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อำเภอให้กับพวกเขาว่าเป็นผู้ปลูกฝิ่น ค้ายาเสพติด ทำไร่เลื่อนลอยเป็นตัวการของการทำลายป่า การสำนิยามความหมายใหม่ของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในกระบวนการสร้างแบรนด์กาแฟคอสซังอย่างตราสินค้าที่เป็นรูปหัวคนอำเภอ เพื่อเป็นการให้เกียรติผู้ที่เริ่มการปลูกกาแฟมาตั้งแต่เริ่มต้น คือ คุณพิภักดิ์ แซ่คู ผู้เป็นพ่อของคุณอเดล ซึ่งตราสินค้าซ่อนความหมายของความเป็นชาติพันธุ์อำเภอ ถือเป็นตัวแทนของความบากบั่นฝ่าฟันอุปสรรค มีความขยัน อุตสาหะ จากการปลูกฝิ่นมาปลูกกาแฟ ผู้ รุนลูกก็ได้สร้างความเป็นรูปร่างความมั่นคงโดยการก่อตั้งบริษัทกาแฟคอสซังขึ้นมา สิ่งเหล่านี้คือการเปลี่ยนผ่านของสินค้าแต่เดิมความเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ก็ไม่ได้ถูกระบุว่าเป็นสินค้าแต่กลับถูกทำให้เป็นสินค้า และเกิดการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมบริโภคสัญชาติของสินค้าที่มีเรื่องราว บริโภคความเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ที่มีความโดดเด่นโดยการใส่ความหมายลงไปในตัวสินค้าซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับตลาด

ส่วนกระบวนการผลิตกาแฟคอสซังเป็นการ นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ อำเภอในฐานะของคนผลิตและขายกาแฟด้วยเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นชาติพันธุ์ที่เป็นสังคมเกษตรมาแต่ในอดีต แต่ด้วยบริบทในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยบริบทกาแฟ ในการผลิตกาแฟคอสซังต้องควบคุมคุณภาพตั้งแต่ “การผลิตต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ” แสดงให้เห็นการใส่ใจคุณภาพของสินค้า ที่ถูกดำเนินการด้วยกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอผู้เป็นเจ้าของสินค้าเองและทุกคนมีส่วนร่วมกับการทั้งหมด ส่วนการให้ความหมายของสถาบันกาแฟคอสซังและมูลนิธิกาแฟคอสซัง คือการทำให้สินค้ากาแฟคอสซังเป็นที่รับรู้กันในสังคมหรือรับรู้กันโดยทั่วไปว่า กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอนอกจากจะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพยังเป็นผู้ให้ความรู้เรื่องกาแฟแบบครบวงจร รวมถึงการ นิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ อำเภอในฐานะผู้ให้ช่วยเหลือสังคมผ่านมูลนิธิกาแฟคอสซัง จาก อดีตกลุ่มชาติพันธุ์เป็นผู้ต้องได้รับความช่วยเหลือจากรัฐเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปกลับนิยามความหมายตัวคนเป็นผู้ที่คอยช่วยเหลือสังคม อัตลักษณ์ที่พวกเขาประกอบสร้าง และนิยามขึ้นใหม่เราอาจจะไม่ต้องหาคำตอบว่าสิ่งที่พวกเขาได้นำเสนอในความเป็นตัวคนจะถูกหรือผิดแต่อย่างใด หากแต่อัตลักษณ์ ในความเข้าใจ กลุ่มชาติพันธุ์อำเภอในปัจจุบันเป็นอัตลักษณ์ที่พวกเขานำเสนอในความหมายที่พวกเขาอยากจะเป็น

ในอดีตอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับการทำให้เป็นสินค้าและไม่ได้มีความหมายในทางเศรษฐกิจ แต่ด้วยอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในบริบทของกาแฟดอยช้างถูกทำให้เป็นสินค้าด้วยกระบวนการวิธีการใส่ความหมายของการนิยามอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในทุกๆ กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง ทำให้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาจเกิดมูลค่ากลายเป็นวัตถุทางเศรษฐกิจ เป็นกระบวนการที่กาแฟดอยช้างในฐานะที่เป็นสินค้าได้ถูกเข้าสู่กระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้า เกิดการตั้งราคาจนกระทั่งอยู่ในบริบทของการค้าขายที่สุดแล้วอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาจจะถูกทำให้เป็นสินค้าในที่สุด อย่างไรก็ตามมีข้อที่น่าสังเกตว่าอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อาจในบริบทกาแฟดอยช้างไม่ได้ผลิตซ้ำความเป็นตัวตนอย่างซ้ำในแบบเดิมและการเข้ามาของนโยบายรัฐ ไม่ได้เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมอัตลักษณ์ชาติพันธุ์อย่างแต่อย่างใด หากแต่อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่ปรากฏ อยู่ในกาแฟดอยช้างเป็นการ นิยามความหมาย และสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับชาติพันธุ์อาจในฐานะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างที่มีชื่อเสียง ซึ่งแตกต่างจากงานศึกษาของอัมพร บุญเทพ (2556) ศึกษาความเป็นผู้หญิงในมิติทางวัฒนธรรมผู้บริโภคภาพเชิงสัญลักษณ์ของอาชีพฟรีตี้เชอร์เบียร์ โดยการใช้เรือนร่างและอำนาจของผู้หญิงคือความชอบธรรมนำไปสู่ประโยชน์ทางธุรกิจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของบริษัทเบียร์ที่ต้องการให้ฟรีตี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด หรืองานของธัญพร ธิ ราววัฒน์ (2553) ศึกษาความนิยมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ภาครัฐและภาคเอกชน ให้ความสนใจในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นและให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อนกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบอดีต ซึ่งทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าในตลาดโรงแรมบูติค โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าโดยผ่านกระบวนการมิติทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนามาผลิตและสร้างความหมายต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า แม้กระทั่งงานศึกษาของสิบลพพงศ์ หงษ์ภักดี (2556) ศึกษากระบวนการและกลไกที่ทำให้หัตถกรรมในท้องถิ่นของชุมชนบ้านบ่อสร้างเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ผ่านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและทำให้หัตถกรรมของชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง ด้วยกลไกทางการตลาดและการเข้ามาสนับสนุนของภาครัฐทำให้หมู่บ้านบ่อสร้างได้รับความนิยมอย่างมาก

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved