

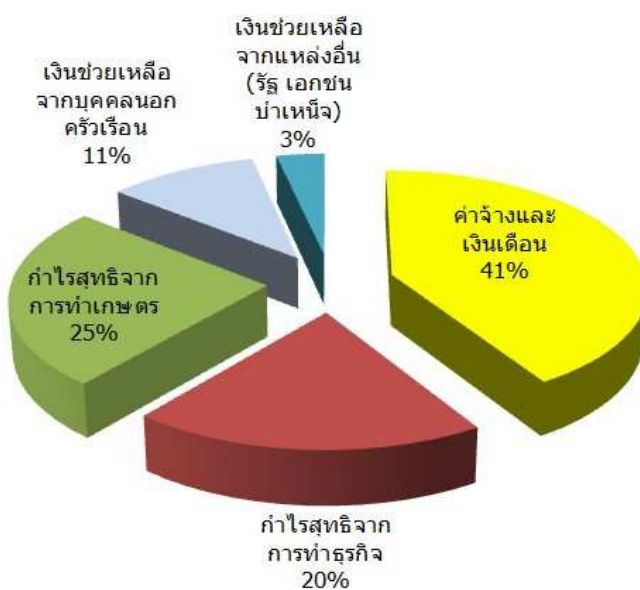
บทบาทของบรรษัทเกษตรและอาหาร กับการเปลี่ยนแปลงชนบทและสังคมไทย

วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ
มูลนิธิชีววิถี(BIOTHAI)

1. เกษิน

ในขณะที่สังคมชนบทกำลังเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของการผลิตทางการเกษตร ในฐานะที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญของชนบทกำลังลดลง และการโยกย้ายของคนรุ่นใหม่เพื่อไปประกอบอาชีพในสาขาการผลิตอื่นๆ แต่ทำไมบรรษัทเกษตรและอาหารกำลังเติบโตและขยายกิจการอย่างรวดเร็ว เจ้าของธุรกิจการเกษตรกลายเป็นคนที่มีมั่งคั่งที่สุดของประเทศ

สัดส่วนที่มาของรายได้ของครัวเรือนชนบท



ที่มา : รายได้ครัวเรือนนอกเขตเทศบาล สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2552

นักลงทุนข้ามชาติขยายการลงทุนทางการเกษตรเข้าไปในประเทศต่างๆซึ่งรวมถึงการยึดครองที่ดิน (land grabbing) ปრაการณดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับโลก แต่เกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนหลักที่อาศัยอยู่ในชนบทกลับประสบกับปัญหาหนี้สินและสูญเสียที่ดินทำกินกลายเป็นผู้เช่าที่ดินในสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม ในความเห็นของผู้เขียนงานวิชาการและการถกเถียงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของชนบทไทยดังกล่าวยังขาดการทำความเข้าใจถึงพลังที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงของชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของกลุ่มทุนที่มีบทบาทสำคัญในภาคการผลิตของชนบท และรวมไปถึงกระแสการเปิดเสรีทางการค้าการลงทุนทั้งในระดับโลก และระดับภูมิภาคที่มีผลกระทบต่อสังคมไทยทั้งหมดรวมทั้งชนบทไทยด้วย

ผู้เขียนพบว่าหากแบ่งแนวความคิดเกี่ยวกับชนบทอย่างหยาบๆ ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ หนึ่ง กลุ่มที่เห็นว่าวิถีชีวิตของชุมชนและหมู่บ้านในอดีต เป็นทางออกและคำตอบสำหรับอนาคต และสอง กลุ่มที่เห็นว่าชนบท ชุมชนท้องถิ่น และเกษตรกรรายย่อยเป็นเพียงการดำรงอยู่ชั่วคราวของพัฒนาการสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมและเมือง ทั้งสองแนวคิดล้วนแล้วแต่มีข้อจำกัด กล่าวคือแนวคิดแรก มิได้ให้ความสำคัญกับบทบาทและพลังของทุนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่แนวคิดหลัง นอกเหนือจากมิได้ตระหนักถึงศักยภาพและความสำคัญของชนบทอย่างเท่าที่ควรแล้ว ยังมีได้ต่อสู้ต่อรองกับกลุ่มทุนที่ได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของชนบทและภาคเกษตรกรรมอีกด้วย

การศึกษาชนบทควรเป็นไปเพื่อให้ชุมชนและเกษตรกรรายย่อยสามารถต่อสู้/ต่อรองกับผู้เข้ามาแสวงหาประโยชน์จากฐานทรัพยากร ที่ดิน แหล่งน้ำ ปัจจัยการผลิต และอื่นๆ และสร้างทางเลือกการพัฒนาที่มีสมดุลระหว่างชนบท/เกษตรกรรม กับ เมือง/อุตสาหกรรม ตลอดจนไปจนถึงการต่อรองทางการเมืองเพื่อให้มีนโยบายระดับต่างๆ ที่สร้างความเป็นธรรมและความอยู่รอดอย่างผาสุกของคนในชนบทในท้ายที่สุด

3. อะไรคือเนื้อหาและความสำคัญของชนบท

ในความเห็นของผู้เขียน ชนบทมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างน้อย 4 ประการคือ หนึ่ง ชนบทคือกลุ่มทางสังคมของประชาชนที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรธรรมชาติ ประชาชนในชนบทคือผู้ถือครองที่ดินส่วนใหญ่ และมีสิทธิตามธรรมชาติ วัฒนธรรม และมีส่วนร่วม(อย่างน้อยที่สุดตามรัฐธรรมนูญ)ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติส่วนรวมของประเทศ

สอง ชนบทเป็นฐานการผลิตทางการเกษตรและอาหารของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตของเกษตรกรรายย่อย แม้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในการผลิตบางสาขา เช่น การเลี้ยงไก่ สุกร กุ้ง หรือ ปลาน้ำจืด ที่เข้าไปอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทเกษตรและอาหาร แต่สินค้าเกษตรและอาหารอื่นส่วนใหญ่ เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน ฯลฯ ยังอยู่ในมือของเกษตรกรรายย่อยในชนบท

สาม ชนบทคือกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่รองรับการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภค เนื่องจากประชาชนในชนบทยังคงเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ

สี่ ชนบทคือแหล่งทางวัฒนธรรมและความรู้ที่สะสมมาเนิ่นนานในอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้พื้นบ้าน (traditional knowledge) ที่เกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรชีวภาพ อาหาร และยา ซึ่งมีความสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้โดยไม่จำเป็นต้องกล่าวถึงภูมิปัญญา (wisdom) ของชุมชนพื้นเมือง หรือปัญญาชนท้องถิ่นแบบต่างๆ

การล่มสลายของชนบทคือการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ การเสื่อมถอยของการผลิต การเกษตรและอาหาร การลดลงของประชากรในชนบท และการสูญหายของความรู้พื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ

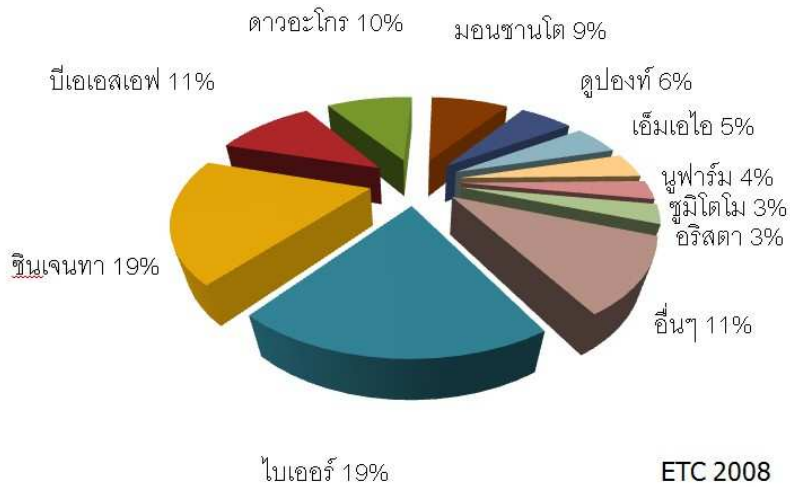
4. บทบาทของบรรษัทกับการเปลี่ยนแปลงชนบทและภาคเกษตรกรรมไทย

จากการศึกษา การเก็บข้อมูลในพื้นที่ การรวบรวมสถิติต่างๆ รวมถึงการติดตามและวิเคราะห์ และได้เข้าร่วมในกระบวนการทำงานที่เกี่ยวกับเกษตรกรรมและความมั่นคงทางอาหาร ผู้เขียนพบว่าพลังสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือแนวทางการพัฒนาของรัฐที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงสร้างของระบบทุนนิยมและการแสวงหากำไรของบรรษัทการเกษตรและอาหารขนาดใหญ่ ผลประโยชน์จากการพัฒนาถูกโยกย้ายจากชุมชนชนบท และเกษตรกรผ่านกลไกการจัดการและใช้ประโยชน์จากชนบทในรูปแบบต่างๆ เช่น

4.1 การยึดครองทรัพยากรพันธุกรรม

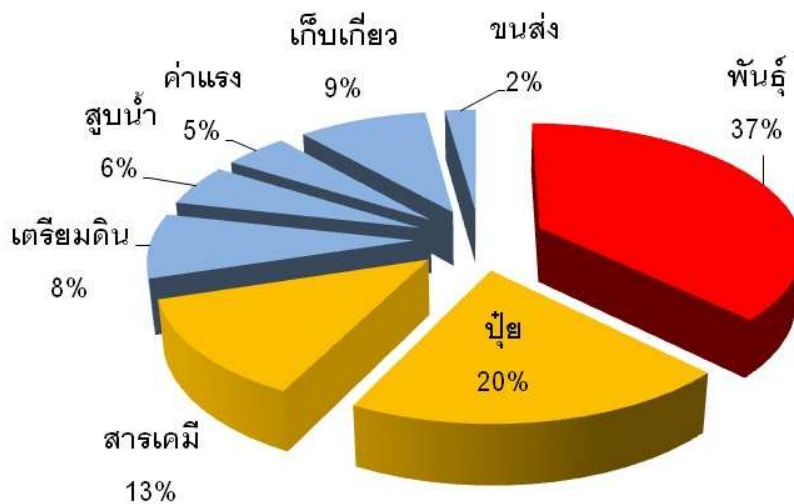
ในอดีตและในชนบทส่วนใหญ่ของโลก เมล็ดพันธุ์และพันธุ์สัตว์ถูกอนุรักษ์ พัฒนา และใช้ประโยชน์จากชุมชน โดยการผ่านกฎสองประการคือ หนึ่ง พันธุกรรมทั้งหลายนั้นสามารถเก็บไปปลูกต่อได้ในฤดูกาลผลิตหน้า และสอง พันธุ์พืชพันธุ์สัตว์นั้นถูกแจกจ่ายและเปลี่ยนระหว่างครอบครัวและชุมชนต่างๆ โดยกระบวนการดังกล่าวทำให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพขึ้นในสังคมเกษตรกรรม แต่ในช่วงสงครามเย็น การพัฒนาพันธุ์พืชถูกชี้นำและครอบงำโดยสถาบันวิจัยการเกษตรระหว่างประเทศภายใต้การสนับสนุนของธนาคารโลก เกษตรกรและชุมชนต่างๆค่อยๆลดบทบาทการอนุรักษ์และพัฒนาพันธุ์โดยตนเองมาเป็นการพึ่งพาสถาบันวิจัยสาธารณะ และเมื่อสถาบันเหล่านี้โรยราลงเพราะทิศทางใหญ่ของโลกคือการส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนให้มาทำหน้าที่แทน บรรษัทขนาดใหญ่ได้เข้ามาครอบครองพันธุ์พืชพันธุ์สัตว์ของโลก ปัจจุบัน บรรษัทยักษ์ใหญ่ของโลก 6 บริษัทครอบครองตลาดเมล็ดพันธุ์ของโลกถึง 74%

การครอบครองตลาดเมล็ดพันธุ์ของโลกโดยบริษัทขนาดใหญ่ 2552



การเปลี่ยนแปลงเมล็ดพันธุ์เป็นไปเพราะแรงจูงใจว่า เมล็ดพันธุ์สมัยใหม่สามารถเพิ่มผลผลิตได้ตั้งแต่ 15-30% แต่ต้องแลกกับเมล็ดพันธุ์ราคาแพง และการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆเพิ่มขึ้น และเมื่ออยู่ในระบบตลาดที่บริษัทครอบงำตลาด หรือใช้เทคโนโลยีที่ไม่สามารถเก็บพันธุ์ไปปลูกต่อได้ (เช่น hybrid seed) หรือใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆเพื่อให้ได้สิทธิผูกขาด(exclusive right) ต้นทุนของการผลิตพืชจะมีสัดส่วนของต้นทุนค่าเมล็ดพันธุ์สูงถึงประมาณ 35% ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

สัดส่วนต้นทุนการปลูกข้าวลูกผสม 2552



ผลการสำรวจโดยมูลนิธิชีววิถีเมื่อปี 2552

ตัวอย่างเช่นการเปลี่ยนจากพันธุ์ข้าวทั่วไปมาเป็นพันธุ์ข้าวลูกผสม ชาวนาจะต้องจ่ายค่าพันธุ์ข้าวเพิ่มขึ้นจากเดิม 200 บาท/ไร่ มาเป็น 1,500-1,700 บาท/ไร่ และสัดส่วนการจ่ายผลประโยชน์จากการใช้พันธุ์กรรมจะสูงขึ้น 35% ของรายได้ ในกรณีที่เปลี่ยนไปใช้พืชตัดแปลงพันธุกรรมเพื่อการค้า ดังกรณีของมะละกอดัดแปลงพันธุกรรมต้านทานโรคใบด่างจุดวงแหวน ตามรายละเอียดในภาพ

ส่วนแบ่งรายได้กรณีการปลูกมะละกอดัดแปลงพันธุกรรม

เหรียญสหรัฐ	กรมวิชาการเกษตร(%)	Cornell (%)
น้อยกว่า 250,000	90	10
250,000 – 500,000	80	20
500,000 – 1,000,000	70	30
มากกว่า 1,000,000	65	35

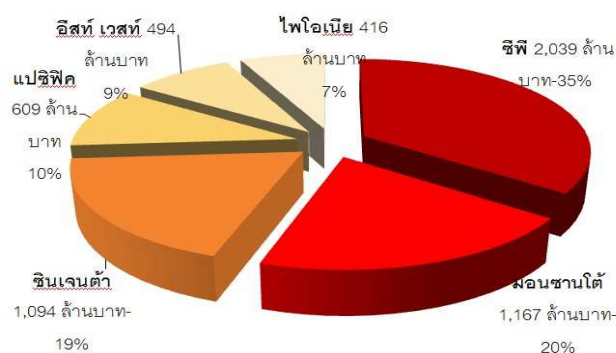
4. กรมฯ จะเสนอกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พิจารณาร่าง MOU ในเดือนตุลาคม 2547 เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี พิจารณาต่อไป

* 12. แผนงานฯ 8 ปี (พ.ศ. 2547-2554)

ที่มา : เอกสารการแถลงข่าว กรมวิชาการเกษตร 2547

ขณะนี้ตลาดเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะพืชไร่เช่น ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ทานตะวัน รวมถึงพันธุ์ผักทั้งหลายล้วนแล้วแต่อยู่ในมือของบริษัทข้ามชาติและบริษัทยักษ์ใหญ่การเกษตรและอาหารของไทยแล้วแทบทั้งหมด

สัดส่วนการครอบครองตลาดเมล็ดพันธุ์พืชในประเทศไทย¹



ที่มา : BIOTHAI Briefing

¹ จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น ยังไม่สามารถนำไปอ้างอิงได้

อาจกล่าวได้ว่าการพรากพันธุ์พืชไปจากชุมชนท้องถิ่นและเกษตรกรรายย่อยคือจุดเริ่มต้นของการผูกขาดของบริษัทขนาดใหญ่และความล่มสลายของเกษตรกรรายย่อยและชุมชนท้องถิ่นต่างๆ

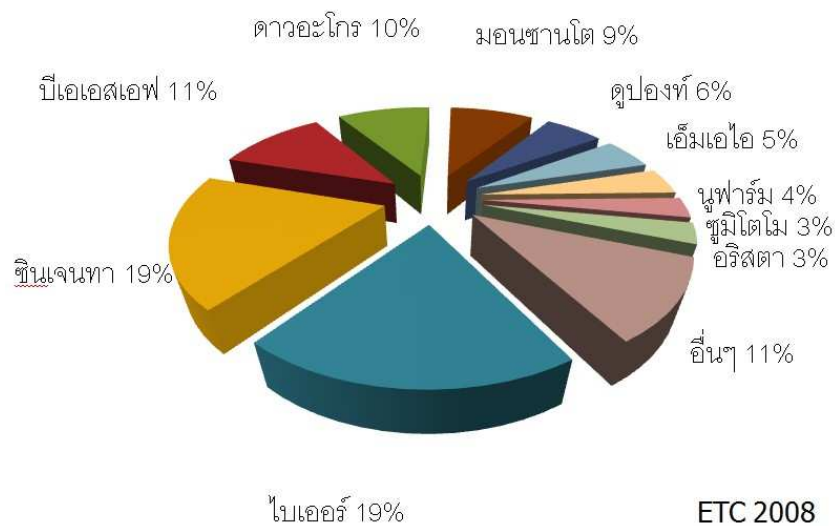
4.2 การผูกขาดปัจจัยการผลิตและการครอบงำระบบการผลิต

การยึดครองพันธุ์กรรมซึ่งแต่เดิมอยู่ในมือของชุมชนและเกษตรกรรายย่อยมาเป็นพันธุ์พืชของบริษัท ทำให้ออกเหนือจากบริษัทชุดรีดผลประโยชน์ผ่านพันธุ์พืชแล้ว การใช้พันธุ์พืชของบริษัทยังนำไปสู่การผูกบังคับทั้งโดยตรงและโดยอ้อมให้ต้องใช้ปัจจัยการผลิตอื่นด้วย ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือพันธุ์พืชดัดแปลงที่ใช้อยู่โลกขณะนี้มากกว่า 85% เป็นพืชต้านทานสารเคมีปราบวัชพืช ทำให้เกษตรกรต้องใช้พันธุ์พืชและสารเคมีของบริษัทนั้น

แต่แนวโน้มดังกล่าวได้เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้แล้วในกรณีของการส่งเสริมการปลูกข้าวโพด รวมถึงข้าวลูกผสม เนื่องจากบริษัทต่างๆ มักจะผูกมัดให้เกษตรกรต้องใช้พันธุ์พืช ปุ๋ยและสารเคมีในเครือบริษัทของตน

ในระดับโลกนั้นเห็นได้ชัดเจนว่าบริษัทผลิตเมล็ดพันธุ์รายใหญ่ของโลกล้วนแล้วแต่เป็นบริษัทที่ครอบครองตลาดสารเคมีการเกษตรรายใหญ่ของโลกด้วยเช่นเดียวกัน โดยบริษัทข้ามชาติ 10 บริษัทครอบครองตลาดสารเคมีการเกษตรของโลกถึง 89%

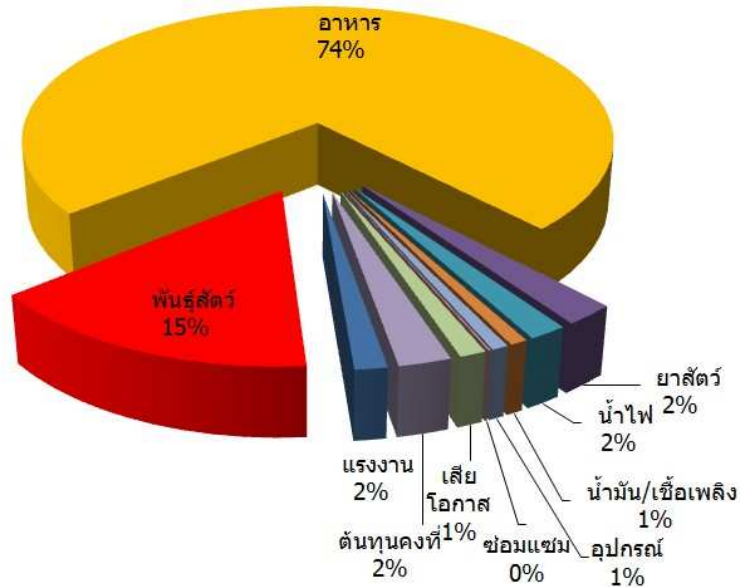
สัดส่วนของบริษัทข้ามชาติที่ครอบครองตลาดสารเคมีของโลก



บริษัทเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทรองลงมาอีก 2-3 บริษัทสามารถผูกขาดการเลี้ยงไก่ไว้ได้เพราะพันธุ์ไก่สมัยใหม่ถูกผูกขาดอยู่ในมือของบริษัท ทั้งๆที่ในอดีตประเทศไทยคือแหล่งที่มีความหลากหลายของพันธุ์ไก่และสัตว์ปีกมากมายทั้งที่พบในธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นต่างๆ การเลี้ยงสัตว์ในระบบนี้เกษตรกรต้องยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยการผลิตอื่นๆของบริษัทแทบทั้งหมด รายได้ที่เกษตรกรจะได้รับมีแบ่ง

น้อยมาก เพราะประมาณ 90% ของต้นทุนการผลิตเป็นผลประโยชน์ของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าพันธุ์
ไก่และค่าอาหารสัตว์

ต้นทุนการเลี้ยงไก่เนื้อ 2551



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

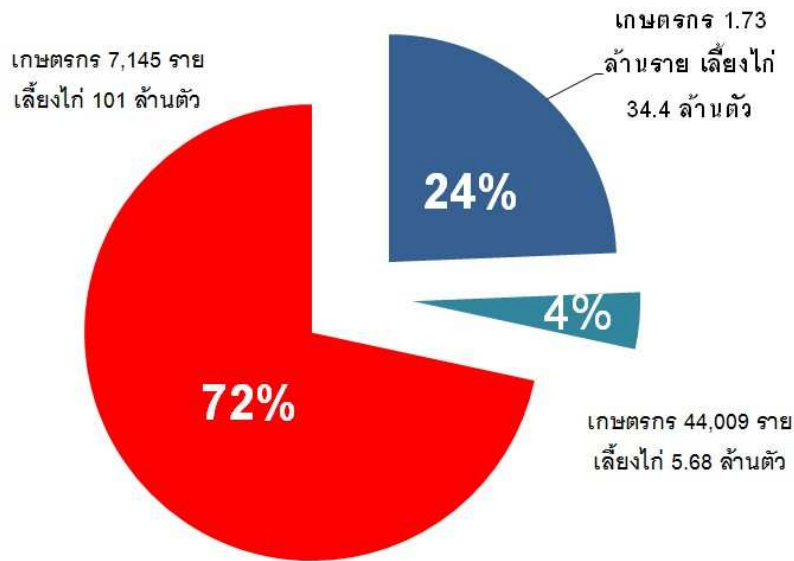
ระบบการเกษตรแบบพันธะสัญญาได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับการผลิตที่บริษัทเป็นผู้ครอบครอง พันธุ์พืชพันธุ์สัตว์ อาหาร สารเคมี และเทคโนโลยีการผลิต เกษตรกรเป็นผู้ใช้แรงงานกู้เงินจากสถาบัน การเงินและถูกผลักดันให้เป็นผู้รับภาระจากความเสียหายในกระบวนการผลิตที่เกิดขึ้น

เมื่อรวมการแสวงหาประโยชน์จากพันธุ์พืชซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 35% ของต้นทุนการผลิต กับการ ครอบครองปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีเข้าด้วยกันแล้ว สัดส่วนต้นทุนการผลิตที่อยู่ในมือบริษัทจะเพิ่มขึ้น เป็นอย่างน้อย 70% และจะสูงขึ้นมากกว่า 85-90% ในกรณีการเลี้ยงปลาและไก่แบบอุตสาหกรรม

สิ่งที่น่าสนใจคือระบบการผลิตขนาดใหญ่ที่เกษตรกรได้รับส่วนแบ่งเพียงน้อยนิดจากระบบการ ผลิตนั้น สามารถทดแทนการผลิตโดยเกษตรกรรายย่อยอื่น ๆ ได้เป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น สถิติของ สำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า 72% ของไก่เนื้อที่เลี้ยงในปัจจุบัน (ประมาณ 101.25 ล้านตัว/ปี)มาจาก ฟาร์มขนาดใหญ่ของเกษตรกรจำนวน 7,145 รายเท่านั้นเอง ในขณะที่การเลี้ยงไก่แบบพื้นบ้านเหลือเพียง 10% เท่านั้น² แนวโน้มเช่นนี้กำลังดำเนินไปในสาขาการผลิตอื่น เช่น การเลี้ยงกุ้ง การเลี้ยงปลา และ แม้กระทั่งการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นๆ นี่เป็นหนึ่งในสาเหตุการล่มสลายของชนบทและการที่เกษตรกรราย ย่อยต้องโยกย้ายเปลี่ยนอาชีพ

² คำนวณจากสถิติของกรมปศุสัตว์ ปี 2544-2552

การเลี้ยงไก่ของไทยดำเนินการโดยผู้ผลิตรายใหญ่



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2551

4.3 แนวโน้มการครอบครองและผูกขาดกลไกการกระจายอาหาร

การขยายตัวของกิจการไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ คอนวีเนียนสโตร์ ที่เข้ามาแทนที่ตลาดสด ตลาดนัด แผงเนื้อสัตว์ และร้านขายของชำขนาดเล็กอย่างรวดเร็ว โดยขาดการควบคุมทำให้ผลผลิตจากระบบเกษตรและอาหารของเกษตรกรรายย่อยถูกจำกัดลงเป็นลำดับ

การค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ที่อยู่ในมือบริษัทยักษ์ใหญ่ต่างๆ กำลังขยายตัวออกไปมากยิ่งขึ้นทุกที โดยบริษัทค้าส่งค้าปลีกของโลก 15 บริษัท ครอบครองส่วนแบ่ง 30.6% ของซูเปอร์มาร์เก็ต 73.5 ของไฮเปอร์มาร์เก็ต 68.8% ของดิสเคาท์สโตร์ และ 57.5 % ของร้านสะดวกซื้อ(คอนวีเนียนสโตร์)³

³ ตามการให้ความหมายของ Euromonitor ซูเปอร์มาร์เก็ตหมายถึง สถานที่จำหน่ายสินค้าที่มีพื้นที่การขายระหว่าง 400 - 2,500 ตารางเมตร และ 70% เป็นสินค้าอาหารและสินค้าในชีวิตประจำวันทั่วไป ส่วนไฮเปอร์มาร์เก็ตหมายถึงสถานที่จำหน่ายสินค้าที่มีพื้นที่จำหน่ายมากกว่า 2,500 ตารางเมตรขึ้นไป และอย่างน้อย 35 % เป็นสินค้าประเภทอาหาร ส่วนดิสเคาท์สโตร์ หมายถึงสถานที่จำหน่ายสินค้าที่มีพื้นที่เก็บสินค้าประมาณ 300-900 ตารางเมตร และเก็บสินค้าขนาดต่ำกว่า 1,000 ผลิตภัณฑ์ (product lines) ส่วนคอนวีเนียนสโตร์หมายถึงร้านค้าที่ขายสินค้าทั่วไปและเปิดขายตลอดเวลาหรือเป็นเวลายาวนาน

Leading retailers in global food market sales, by type of retail outlet, 2008

Global sales rank	Supermarkets	Hypermarkets	Discounters	Convenience stores
1	Kroger Co (United States)	Wal-Mart Stores Inc (United States)	Aldi Group (Germany)	Seven & I Holdings Co, Ltd (United States)
2	Safeway Inc (United States)	Carrefour SA (France)	Schwarz Beteiligungs GmbH (Germany)	Itochu Group (Japan)
3	Tesco Plc (United Kingdom)	Tesco Plc (United Kingdom)	Rewe Group (Germany)	Lawson Inc (Japan)
4	Royal Ahold NV (Netherlands)	Auchan Group SA (France)	Supervalu Inc (United States)	Internationale Spar Centrale BV (Netherlands)
5	Edeka Zentrale AG & Co KG (Germany)	E Leclerc (France)	Carrefour SA (France)	Carrefour SA (France)
6	Rewe Group (Germany)	J Sainsbury Plc (United Kingdom)	Wal-Mart Stores Inc (United States)	Uny Co Ltd (Japan)
7	Delhaize Group SA (Belgium)	Casino Guichard-Perrachon SA (France)	Tengelmann Group, The (Germany)	Musgrave Group Plc (Ireland)
8	ITM Entreprises SA (France)	Schwarz Beteiligungs GmbH (Germany)	George Weston Ltd (Canada)	Co-operative Group (CWS) Ltd (United Kingdom)
9	Carrefour SA (France)	Royal Ahold NV (Netherlands)	Dansk Supermarked A/S (Denmark)	FEMSA (Fomento Economico Mexicano SA de CV) (Mexico)
10	Woolworths Ltd (United States)	Metro AG (Germany)	X5 Retail Group NV (Russia)	Tesco Plc (United Kingdom)
11	Supervalu Inc (United States)	Target Corp (United States)	Edeka Zentrale AG & Co KG (Germany)	AEON Group (Japan)
12	Publix Super Markets Inc (United States)	Meijer Inc (Japan)	Reitan-Gruppen AS (Norway)	Alimentation Couche-Tard Inc (Canada)
13	Internationale Spar Centrale BV (Netherlands)	Shinsegae Department Store Co Ltd (South Korea)	Norma Lebensmittel Filialbetrieb GmbH & Co KG (Germany)	Auchan Group SA (France)
14	Mercadona SA (Spain)	Systeme U Central Nationale SA (France)	Tander ZAO (Russia)	CBA Kereskedelmi Kft (Hungary)
15	Casino Guichard-Perrachon SA (France)	Louis Delhaize SA (Belgium)	Jerónimo Martins SGPS SA (Portugal)	Casino Guichard-Perrachon SA (France)
Sales share of top 15	30.6 percent	73.5 percent	68.8 percent	57.5 percent

Source: Euromonitor, 2008.

ในประเทศไทยนั้นยอดขายของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และโมเดิร์นเทรดดังกล่าวครอบครองตลาดมากกว่าครึ่งหนึ่งของการค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภคแล้วในปัจจุบัน แต่สิ่งที่ควรตระหนักมากขึ้นก็คือ สัดส่วนของสินค้าในห้างขนาดใหญ่ดังกล่าวเป็นสินค้าประเภทอาหารสูงตั้งแต่ 44-84 % ตามตาราง

ยอดขายสินค้าอาหารของห้างขนาดใหญ่ 2003

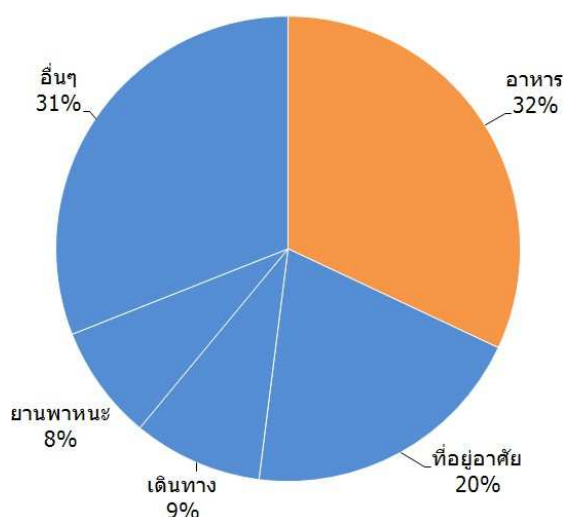
อันดับ	ยอดขายสินค้าอาหาร (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ยอดขายทั้งหมด (ล้านเหรียญสหรัฐ)	เปอร์เซ็นต์อาหาร
1 วอลมาร์ท(Walmart)	121,566	278,081	44
2 คาร์ฟู (Carefour)	77,330	99,872	77
3 อะโฮลด์ (Ahold)	72,414	86,205	84
4 เทสโก(Tesco)	40,907	54,807	75
5 โคโรเกอร์(Kroger)	39,320	56,024	70
6 เรเว (Rewe)	36,483	48,246	76
7 อัลดี (Aldi)	36,189	43,277	84
8 อิตโต-โยคาโด (Ito-Yokado)	35,812	56,160	64
9 เมโทรกรุ๊ป (Metro Group)	34,700	68,692	51
10 อินเตอร์มาร์เช่(Intermarché)	33,487	43,414	77

Source: M+M PlanetRetail.

ผู้บริหารร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นประกาศว่า เครือข่ายร้านค้าของพวกเขาไม่มีแค่เพียงเป็นคอนวีเนียนสโตร์ แต่เป็น “คอนวีเนียนฟู๊ดสโตร์”⁴ เพื่อแย่งชิงรายได้จากค่าใช้จ่ายด้านอาหารของผู้บริโภค

การดำรงชีพของประชาชนในชนบททั้งในฟากการผลิตและการบริโภคจึงต้องพึ่งพาบรรษัทเกษตรและอาหารขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านอาหารของครอบครัวไทยคิดเป็นสัดส่วน 32% ของค่าใช้จ่ายของครอบครัวทั้งหมด ในขณะที่ในชนบทและครอบครัวที่มีรายได้น้อยนั้น ค่าใช้จ่ายด้านอาหารอาจสูงถึงมากกว่า 50%

สัดส่วนค่าใช้จ่ายของครัวเรือน



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2552

⁴ คำอภิปรายของนายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ ในการอภิปรายครบรอบ 60 ปี คณะเศรษฐศาสตร์ ม.ธรรมศาสตร์ 21 มกราคม 2552

4.4 วัฒนธรรมการบริโภคอาหารสมัยใหม่

การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมผ่านนโยบายทางการค้าและการเปิดรับสื่อทำให้วัฒนธรรมการบริโภคอาหารแบบอุตสาหกรรม และการบริโภคอาหารจากวัฒนธรรมต่างชาติมีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ จากการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่ามูลค่าตลาดของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในปี 2550 สูงถึง 1.4 หมื่นล้านบาท หรือมีสัดส่วนคิดเป็นประมาณร้อยละ 67 ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนทั้งหมด แบ่งเป็น ฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ 50% แฮมเบอร์เกอร์ 21.4% และประเภทพิซซ่า 28.6%⁵

อาหารญี่ปุ่นก็เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยตัวเลขเมื่อปี 2550 นั้น มีมูลค่า 6,000 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 10-15 ในปี 2550 จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นมากเป็นอันดับ 5 ของโลก เป็นรองเพียงสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้และไต้หวันเท่านั้น ความนิยมในอาหารญี่ปุ่นที่พุ่งสูงขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยติดอันดับ 6 ของประเทศที่นำเข้าอาหารญี่ปุ่นสูงสุดของโลก โดยไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารกว่า 100 ประเภท รวม 4,000 รายการ และคาดว่าหลังข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) มีผลบังคับใช้ จะส่งผลให้ตัวเลขนำเข้าอาหารญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้น⁶ ผู้เชี่ยวชาญอาหารญี่ปุ่นยังคาดการณ์ด้วยว่าตลาดอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยจะโตขึ้นเป็นหนึ่งในสามอันดับแรกของโลกในไม่ช้า⁷

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเปิดเสรีทางการค้าในปัจจุบัน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เป็นไปโดยง่าย เช่นเดียวกับที่อาหารไทยเป็นที่นิยมในหลายประเทศ แต่บทความนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกกระตุ้นกระแส “นิยมไทย” แต่ชี้ชวนให้วิเคราะห์ว่ากลุ่มผลประโยชน์และคนกลุ่มใดที่ได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและวิถีการบริโภคนี้ ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคจากถั่วฝักยาวที่พริกเล็กๆ ถั่วหนึ่งเป็นแฮมเบอร์เกอร์ จะมีผลกระทบอย่างไรต่อชาวนา ความหลากหลายทางชีวภาพ และสุขภาพของคนในสังคม เป็นต้น

5. อิทธิพลทางการเมืองและนโยบายที่เอื้ออำนวยผลประโยชน์ต่อบรรษัทเกษตรและอาหารที่สร้างความไม่เป็นธรรมต่อเกษตรกรรายย่อยและชุมชน

บริษัทเกษตรและอาหารสร้างสายพันธ์กับพรรคการเมือง สถาบันการศึกษา ระบบราชการ และรวมถึงสถาบันดั้งเดิมอื่นๆ ผ่านการบริจาคเงินสนับสนุน การเข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมือง การเป็นคณะกรรมการบริหารหน่วยงาน กรรมการร่างหลักสูตร กรรมการสภามหาวิทยาลัย โครงการร่วมพัฒนา ฯลฯ⁸

⁵ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2550

⁶ สุานเศรษฐกิจ 14 มิ.ย. - 16 มิ.ย. 2550

⁷ การให้สัมภาษณ์ของ นายอะชะอิ ยาสุมาซะ ผู้จัดการองค์การส่งเสริมร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ สาขาประเทศไทยโพสต์ 16 กุมภาพันธ์ 2552

⁸ อ่านเพิ่มเติมได้จากหนังสือ “ชีวิตร่วมกับเกษตรกรไทย” กลุ่มติดตามบทบาทบรรษัท จัดพิมพ์โดยมูลนิธิชีววิถี

อิทธิพลทางการเมืองดังกล่าวทำให้บรรษัทเกษตรและอาหารได้ประโยชน์จากนโยบายทางเศรษฐกิจต่างๆ เช่น ได้ประโยชน์จากการจัดทำความตกลงการค้าเสรีที่เอื้ออำนวยให้บรรษัทสามารถส่งออกอาหารได้โดยง่าย ได้วัตถุดิบอาหารสัตว์ราคาถูกลงจากประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะที่เกษตรกรรายย่อยกลับได้รับผลกระทบจากราคาผลผลิตตกต่ำ การขายพันธุ์พืชและปัจจัยการผลิตผ่านช่องทางของธนาคารและหน่วยงานส่งเสริมของรัฐ ได้ประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมการลงทุนและการสนับสนุนต่างๆ จากสถาบันวิจัยของรัฐ ในขณะที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตเมล็ดพันธุ์แข่งกับบริษัทกลับถูกจับกุมและถูกกดดันให้เลิกกิจการ⁹

บริษัทเหล่านี้ยังมีอิทธิพลต่อสื่อมวลชน ทั้งในฐานะที่เป็นเจ้าของรายการโทรทัศน์ทางดาวเทียมและเคเบิลทีวี การสนับสนุนรายการทีวีที่มียอดนิยมสูง การจัดกิจกรรมร่วมกับสื่อและหนังสือพิมพ์รายวัน รวมไปถึงการเข้าไปมีบทบาทในการบริหารและการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาเป็นจำนวนมาก ทำให้บริษัทเหล่านี้คงสถานภาพการเป็นผู้ผูกขาดทางเศรษฐกิจในระบบเกษตรและอาหารอยู่ได้โดยไม่ได้รับการตรวจสอบหรือควบคุมอย่างที่ควรจะเป็นทั้งโดยสื่อ สถาบันทางวิชาการ และแม้แต่กลุ่มพลังทางการเมืองกลุ่มต่างๆ ในขณะที่เกษตรกรรายย่อยและชนบทกำลังล่มสลาย และผู้บริโภคถูกลากจูงให้ต้องพึ่งพาสินค้าของบริษัทโดยเหลือทางเลือกในการบริโภคน้อยลงๆ เป็นลำดับ

6. ประเด็นท้าทายใหม่ๆ และบทบาทการศึกษาเกี่ยวกับชนบทไทย

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มีประเด็นท้าทายใหม่ๆ เกี่ยวกับชนบทและเกษตรกรรม หลายประการดังนี้

6.1 บทบาทของชนบทและบรรษัทในยุควิกฤตอาหารครั้งใหม่

แนวโน้มราคาอาหารที่สูงขึ้นจนอาจกล่าวได้ว่าหมดยุคแห่งอาหารราคาถูกอีกต่อไปอันเป็นผลมาจากปัญหาข้อจำกัดของพลังงานที่เศรษฐกิจโลกและระบบการผลิตอาหารต้องพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลนั้น ทำให้เกษตรกรกลายเป็นสาขาที่ดึงดูดการลงทุน ทั้งจากบรรดา “กองทุนความมั่นคง” บรรษัทด้านเกษตร/อาหาร/พลังงาน รวมถึงการเข้ามาลงทุนโดยกลุ่มทุนท้องถิ่นอื่นๆ สถานการณ์นี้จะทำให้เกิดการแย่งชิงที่ดินและทรัพยากรในชนบทเพิ่มขึ้น ดังมีแนวโน้มว่าสถิติการลดลงของประชากรในชนบทและภาคเกษตรเริ่มช้าลง และมีผู้หวนกลับมาประกอบอาชีพเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น ประเด็นหลักของความท้าทายนี้อยู่ที่ว่า

⁹ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำแพร่ และเขื่อนมาก ใน อ.พัวัว ถูกจับกุมเมื่อนำเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดลูกผสมไปขายแข่งกับบริษัทเมล็ดพันธุ์

- ชนบทและเกษตรกรรายย่อยซึ่งเป็นผู้สูญเสียจากผลพวงของการพัฒนาที่ผ่านมาจะเป็นผู้ได้ประโยชน์เมื่อโอกาสทางเศรษฐกิจมาถึง ?
- เกษตรกรรายย่อยที่ไรที่ดินทำกิน หรือที่ต้องเช่าที่ดินทำกินจะเผชิญหน้ากับความขัดแย้งกับกลุ่มทุนทั้งใหม่และเก่าอย่างไร เป็นโอกาสในการขับเคลื่อนการปฏิรูปที่ดินให้เกิดขึ้นเป็นจริงได้หรือไม่ อย่างไร ?
- บทบาทความสัมพันธ์ของเกษตรกรรายย่อย/ชนบท กับ แรงงานนอกระบบ/ กรรมกร/ เมือง/ ภาคการผลิตอื่นๆจะเป็นอย่างไรในสถานการณ์ที่เกิดวิกฤตอาหารขึ้น
- ทางเลือกและความอยู่รอดของชนบทและเกษตรกรรายย่อยควรจะเป็นอย่างไร ทั้งที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรพันธุกรรม การผลิต และการจัดการอาหารของครอบครัวและชุมชน
- การพึ่งพาตนเองทางอาหารของชุมชนเมืองหรือปริมณฑลจะเกิดขึ้นเป็นจริงได้มากน้อยเพียงไร
- แนวความคิดและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอุปสรรคและศักยภาพอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต

6.2 การเผชิญหน้ากับวิกฤตสิ่งแวดล้อม วิกฤตพลังงาน ปัญหาสุขภาพ และภัยพิบัติ

ต่างๆ

การใช้พลังงานที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและกิจกรรมอื่นๆของมนุษย์ได้ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาวะโลกร้อน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปสู่วิถีชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ สัตว์และพืช รวมทั้งปัญหาภัยพิบัติโดยเฉพาะน้ำท่วม ฝนแล้ง รวมไปถึงผลกระทบต่อพืชพันธุ์และการผลิตทางเกษตรกรรม น่าเรียนรู่ว่า

- ชนบทจะเผชิญหน้ากับปัญหาวิกฤตต่างๆมากขึ้นอย่างไรและจะมีการเตรียมการเพื่อรับมือเรื่องนี้ได้อย่างไร
- ความตกลงด้านสิ่งแวดล้อม หรือการนำข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมแบบใหม่ๆ เช่น ฉลากคาร์บอน คาร์บอนเครดิต จะมีผลกระทบต่อชนบทและเกษตรกรรายย่อยอย่างไร
- ความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่นจะนำมาปรับใช้เพื่อรองรับปัญหาใหม่นี้ได้อย่างไร
- ความเป็นไปได้ในการสร้างการพึ่งพาตนเองขึ้นในชนบทโดยพึ่งพาระบบพลังงานที่กระจายจากส่วนกลางดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้น้อยลง

6.3 การตรวจสอบและติดตามบทบาทของบริษัท

การที่บทบาทของบริษัทด้านเกษตรและอาหารสร้างผลกระทบโดยตรงต่อการจัดการทรัพยากร การเกษตร การกระจายอาหาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรรายย่อยในชนบทไปจนถึงผู้บริโภคโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น ทุกขณะ ประเด็นที่ควรศึกษาและให้ความสนใจได้แก่

- การติดตามตรวจสอบสายสัมพันธ์ของบริษัทกับการเมืองและสถาบันทางสังคมต่างๆ
- การสำรวจศึกษาบทบาทและผลกระทบการดำเนินกิจกรรมของบริษัท และนโยบายที่เอื้ออำนวยของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรรายย่อยและชนบทไทย
- ข้อเสนอหรือนโยบายที่ทำให้บริษัทอยู่ภายใต้การควบคุมของสังคม ทั้งที่เป็นบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับ CSR หรือโครงการสิ่งแวดล้อม และโครงการพัฒนาที่ดำเนินการโดยบริษัท
- ความสัมพันธ์ที่ควรจะเป็นระหว่าง รัฐ-บริษัท-ผู้บริโภค/เกษตรกรรายย่อย

ในความเห็นของผู้เขียน งานวิชาการที่เกี่ยวกับบทบาทของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสังคมไทย ทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทไทยยังมีน้อยไป การเคลื่อนไหวทางการเมืองของขบวนการภาคประชาชนหลายๆครั้งที่ผ่านมายังมีได้ให้ความสำคัญต่อกลุ่มทุนที่อยู่เบื้องหลังการเมืองไทยอย่างเพียงพอ ข้อเสนอของนักวิชาการที่สนใจชนบทและการเมืองโดยภาพรวมแม้จะให้ความสนใจในประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำมากขึ้น แต่ยังไม่เห็นพลังมากพอที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและความเหลื่อมล้ำทางสังคมอย่างที่ต้องการจะเป็น

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของชนบทไทยที่ให้ความสำคัญต่อบทบาทของบริษัทเกษตรและอาหาร จึงมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมไทยในอนาคต