

ซูเปอร์มาร์เก็ต กัดกร่อนทำลาย อธิปไตยด้านอาหาร

Supermarket Super trap :
Undermining Food Sovereignty



TESCO



ASDA



Sainsbury's



MORRISONS



GRAIN
2014

ภาพใหญ่

- อุตสาหกรรมค้าปลีกอาหารเติบโต 4.8% ต่อปี ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา 50% ของยอดขายอาหารในโลกเป็นการขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต
- รูปลักษณะของการค้าอาหารในภูมิภาคเอเชียเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเติบโตของอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหารในเอเชียนับได้ว่าเร็วที่สุดในโลก .

ตาราง มูลค่าการค้าอาหารในระบบค้าปลีกสมัยใหม่ในหลายประเทศในเอเชีย ระหว่างปี 2554-2555

ประเทศ	มูลค่า
จีน	2.16 ล้านล้านบาท
อินเดีย	1.62 แสนล้านบาท
อินโดนีเซีย	3.80 แสนล้านบาท
ญี่ปุ่น	9 ล้านล้านบาท
ประเทศไทย	6.9 แสนล้านบาท

ซูเปอร์มาร์เก็ต 30 แห่ง คุม 33 % ตลาดอาหารโลก

ตารางยอดขายซูเปอร์มาร์เก็ต 10 อันดับต้น

เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ต	ยอดขายในปี 2556 (ล้านบาท)
WalMart	13,387,200
Carrefour	4,470,300
Tesco	3,135,300
Metro Group	3,068,100
Seven&I Holdings	2,876,700
Kroger	2,796,900
Lidl	2,588,400
Costco	2,561.400
Auchan	2,380,800
Groupe Casino, owner of Big C supermarket	2,238,300

ปรากฏการณ์นี้ส่งนัยยะอะไร

1. บ่อนทำลายความมั่นคงของเกษตรกรรายย่อย และ อธิปไตยทางอาหาร

- การผนวกระบบการกระจายอาหารสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดมากขึ้นระหว่างเครือข่ายซูปเปอร์มาร์เก็ตกับเกษตรกรอุตสาหกรรม
- กลุ่มยักษ์ใหญ่อย่างเจริญโภคภัณฑ์ ไทสันฟู้ด และเป๊ปซี่โค มีการทำฟาร์มขนาดใหญ่ของตัวเอง หรือทำเกษตรพันธะสัญญา เพื่อสร้างหลักประกันความสม่ำเสมอของผลผลิตเข้าสู่ระบบ
- การจัดซื้อระดับข้ามชาติ กดราคาผลผลิตท้องถิ่น ให้ได้ราคาต่ำสุด เป็นการทำลายการผลิตท้องถิ่น เพิ่มการผลิตผูกขาดในพื้นที่เฉพาะ และพึ่งพาการนำเข้าอาหารมากขึ้น

มูลค่าการนำเข้าผลไม้ในระบบค้าปลีกสมัยใหม่

สินค้าที่นำเข้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งตลาด ประเทศนำเข้า
ผลไม้สด	10,897	จีน (66%), สหรัฐอเมริกา (11%) นิวซีแลนด์ (8%), ออสเตรเลีย(5%)
ผักสด	4,336	จีน (68%), ลาว (8%), แคนาดา(6%), สหรัฐอเมริกา(3%)
ปลาและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเล	80,671	ไต้หวัน (11%), สหรัฐอเมริกา (10%), จีน (8%)
ผลิตภัณฑ์นม	19,764	นิวซีแลนด์ (40%), ออสเตรเลีย (20%), เนเธอร์แลนด์ (8%)

2. เปลี่ยนโฉมหน้าตลาดอาหารในเอเชีย

การเปิดเสรีการลงทุนนำไปสู่การทะลุทะลวงของห่วงโซ่อุปทานข้ามชาติ
เร่งกระบวนการเปลี่ยนสู่ซูเปอร์มาร์เก็ตในเอเชีย

เป็นภัยคุกคามชาวนา
ผู้ผลิตอาหารรายย่อย ผู้ค้า
ในตลาดสด และคนขาย
อาหารรถเข็นรถเร่ จำนวน
นับล้าน ๆ คน



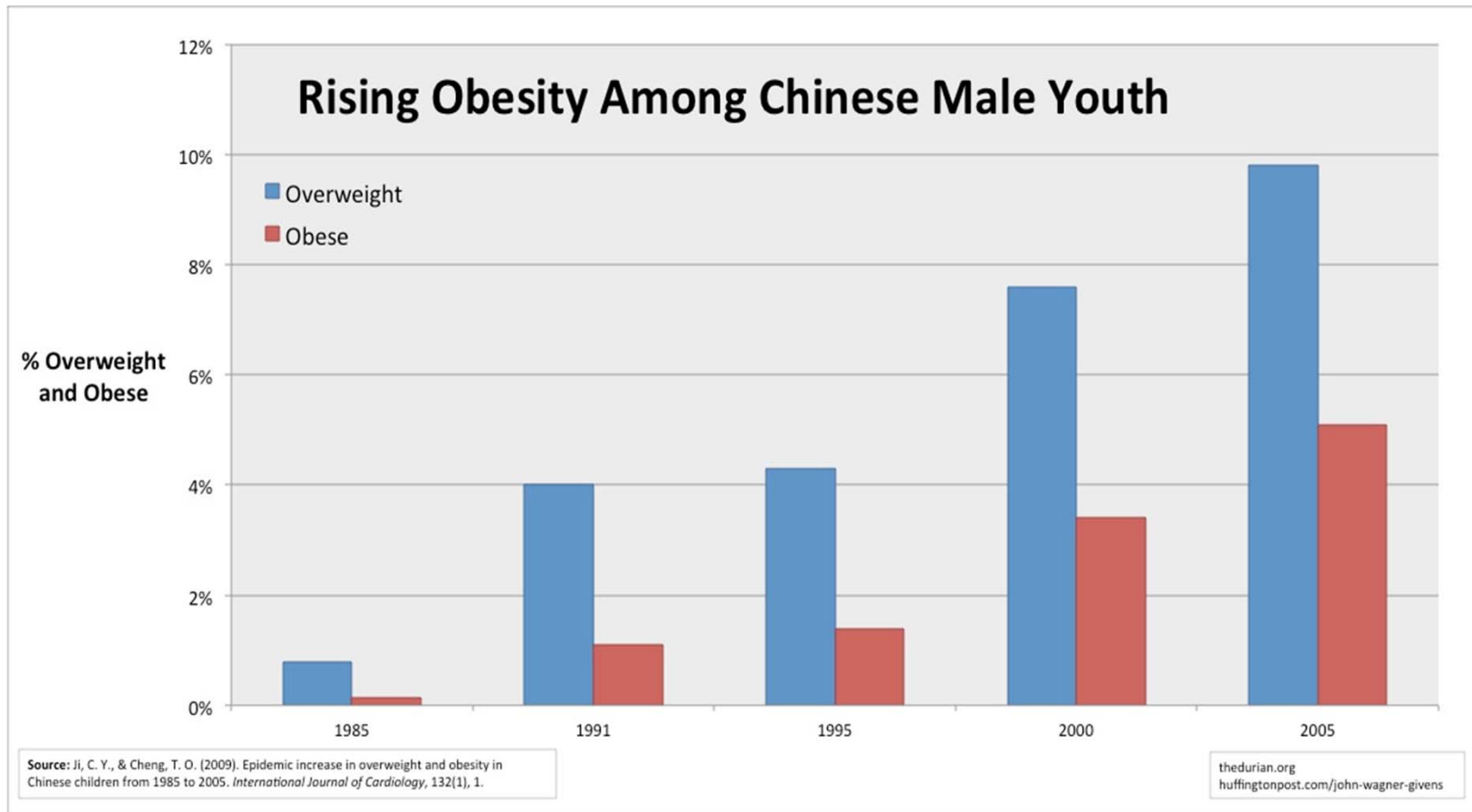


- .อินโดนีเซีย : ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เติบโตร้อยละ 17.57 ต่อปี และมีเจ้าของเพียง 5 กลุ่ม คุกคามผู้ค้าตลาดสดราว 12.5 ล้านคน
- . อินเดีย : คนราว 40 ล้านคน ที่หาเลี้ยงชีพจากการทำการค้านอกระบบ ค่าขายในตลาดสด จะถูกเบียดขับจากระบบ และถูกแทนที่โดยการค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีทุนข้ามชาติเป็นเจ้าของ 51% ถึง 100%
- .ญี่ปุ่น : ซูเปอร์มาร์เก็ตห้าอันดับต้นครองตลาดอาหารถึง 65 % ทำให้ชาวนาซึ่งไม่มีสายสัมพันธ์กับซูเปอร์มาร์เก็ตหาที่ขายผลผลิตได้ยากมาก

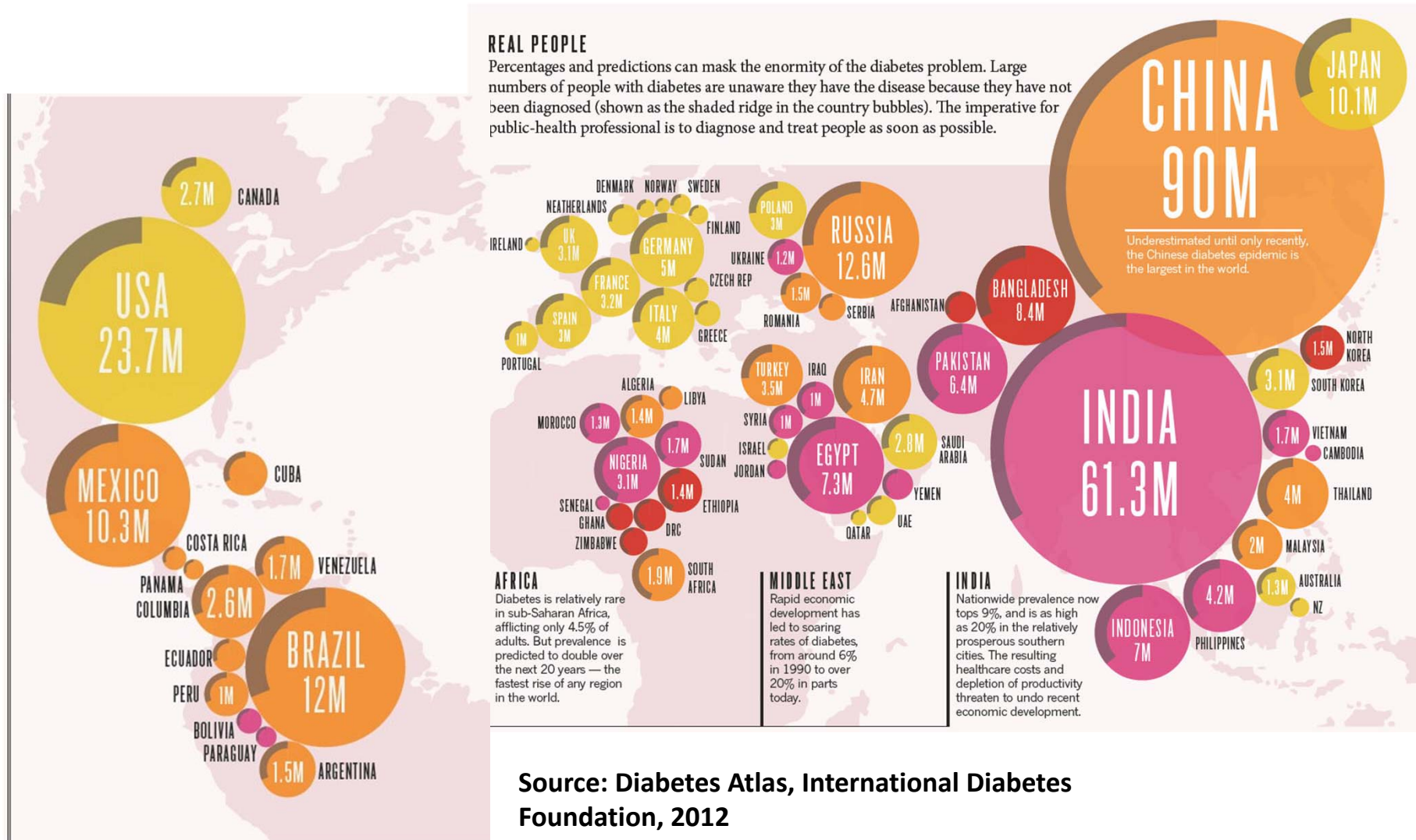
3. การเปลี่ยนผ่านด้านโภชนาการ

การกระจายอาหารแบบสมัยใหม่ ส่งเสริมการกินอาหารแบบเดียวกัน ด้วยการบริโภคที่เปลี่ยนไปกินอาหารแปรรูป อาหารสำเร็จรูป อาหารรสหวานเกินจำเป็น เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์นม ผัก น้ำมันพืช ที่มาจากกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

จีน อินเดีย ปากีสถาน และอินโดนีเซีย ติดลบอันดับประเทศคนอ้วนไปเรียบร้อยแล้ว



ประชากรโลก กับปัญหาโรคเบาหวาน



Source: Diabetes Atlas, International Diabetes Foundation, 2012

.ในประเทศรายได้เกือบสูง รายได้ปานกลาง มีการเพิ่มอัตราการเป็นโรคเบาหวานมากขึ้น ด้วยเหตุการกินอาหารทำสดใหม่ถูกแทนที่ด้วยอาหารทำลายสุขภาพ อาหารสำเร็จรูปราคาถูก และเป็นเรื่องสูงเกินเอื้อมที่ครัวเรือนยากจนจะเข้าถึงอาหารอินทรีย์ อาหารดีต่อสุขภาพซึ่งวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตในราคาสูง ๆ

. คนรายได้น้อย เฉพาะอย่างยิ่งที่อาศัยอยู่ในเมือง แทบไม่มีทางเลือกอื่นใดในการกินอาหารนอกจากอาหารถูก ที่ไม่ต้องคำนึงถึงสุขภาพใด ๆ



.ระบบการกระจายอาหารของโลก ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เป็นระบบที่ไม่ยั่งยืน และเป็นภัยคุกคามต่อเกษตรกรรายย่อย และชุมชน

.มันได้ถ่ายโอนการควบคุม และการจัดการอาหารจากมือของเกษตรกรรายย่อย ผู้ผลิตอาหารรายเล็กรายน้อย ช่างปรุงอาหารจากครัวบ้าน ๆ ตลาดสด ตลาดท้องถิ่นนับล้าน ๆ ชีวิตไปสู่บรรษัทจำนวนหยิบมือเดียว

.ความท้าทายจึงอยู่ที่การสร้างหลักประกันว่าผู้ผลิตผู้ประกอบการขนาดเล็กในท้องถิ่นสามารถอยู่รอดได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงระบบอาหารไปสู่ระบบที่เราถึงปรารถนา

