

โมเดิร์นเทรดกับความ(ไม่)มั่นคงทางอาหาร

มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน(ประเทศไทย)

พบว่าชุมชนเขตเมืองไม่ทำอาหารกินร้อยละ 14 ไม่ทำอาหารมากกว่าพื้นที่ชนบท 5 เท่า ทำอาหารมากที่สุด อยู่ทีวันละ 2 ครั้ง รองลงมา คือ วันละ 1 ครั้ง และอันดับสาม เฉลี่ยอาทิตย์ละ 3-5 ครั้ง ส่วนพื้นที่ชนบทยังคงทำกินถึงร้อยละ 96 ซึ่งไม่น่าแปลกใจที่พื้นที่เมืองซื้อมากกว่าที่สุดและอัตราโรคอ้วนมากที่สุด พื้นที่เมืองพึ่งพิงตลาดโมเดิร์นเทรดมากที่สุด รองลงมาคือเมืองท่องเที่ยวและหัวเมือง ต่อมาคือ พื้นที่ชนบทที่อยู่ในระการผลผลิต และชาติพันธุ์ และข้อสรุปสำคัญของงานศึกษาชิ้นนี้พบว่าค่าดัชนีมวลกายที่บ่งบอกภาวะโรคอ้วนกับค่าเฉลี่ยการพึ่งพาฐานอาหารจากการซื้อจากโมเดิร์นเทรด มีความสัมพันธ์ในลักษณะแปรผันตามนั้นหมายความว่า อาหารในโมเดิร์นเทรดมีส่วนทางโภชนาการที่อาจจะไปสู่ภาวะทุพโภชนาการ หรือยิ่งพึ่งพาโมเดิร์นเทรดยิ่งมีโอกาสเสี่ยงต่อโรคอ้วน

อิทธิพลที่มีผลต่อการกินอาหารของมนุษย์เราในยุคปัจจุบันไม่ใช่อิทธิพลของภูมิศาสตร์ นิเวศและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดหลักอีกต่อไปแล้ว การกินของคนในยุคสมัยใหม่โดยเฉพาะคนเมืองยึดถือการกินตามสื่อโฆษณาเป็นสำคัญและสื่อโฆษณาที่กระทำการสื่อสารซ้ำแล้วซ้ำเล่าส่งผลให้การกินของคนเป็นมากกว่าการกิน แต่กลายเป็นการ “เสพสัญญะ” หรือการเสพความหมาย การกินที่ลึกลงในระดับความหมายนี้เองที่นำไปสู่การแบ่งแยก ระหว่างคนทันสมัยและไม่ทันสมัย ระหว่างคนบ้านนอกและเมือง ระหว่างฐานะรวยและยากจน ฯลฯ จากวัฒนธรรมอาหารที่เคยทำกินเองในครัวเรือนหรืออาศัยความรู้จากการหาอาหารจากแหล่งทรัพยากรมาทำกิน ต้องเปลี่ยนมาเป็นซื้อกินโดยเฉพาะในร้านค้าสมัยใหม่ซึ่งมีอาหารสะดวกซื้อ อาหารแช่แข็ง อาหารสำเร็จรูปมากมาย ผู้บริโภคมากมายล้วนนิยมใช้บริการเพราะสะดวกรวดเร็ว ทำให้โมเดิร์นเทรดมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วของโมเดิร์นเทรดล้วนบ่อนทำลายวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

โมเดิร์นเทรดหรือร้านค้าสมัยใหม่ มีการพัฒนาขยายสาขาอย่างรวดเร็ว กลายเป็นแหล่งอาหารหลัก โดยเฉพาะของผู้คนในเขตเมือง กึ่งเมือง หรือผู้คนที่จำเป็นต้องเข้าถึงอาหารด้วยการซื้อกิน ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ดำเนินการโดยบริษัทและบรรษัทเพียงไม่กี่เจ้าที่ครอบครองการตลาด มีการจัดการอาหารอย่างเบ็ดเสร็จตั้งแต่การผลิต การแปรรูป ระบบขนส่ง หน้าร้าน กระทั่งปัจจุบันร้านขายของชำขนาดเล็กหรือโชว

หน่วยได้หายสาบสูญไปจากระบบการค้าเกือบหมด เพราะโมเดิร์นเทรดมีศักยภาพสูงในระบบการตลาด โดยมีเครื่องมือการสร้างค่านิยมและกระตุ้นการจ่ายผ่านสื่อโฆษณาต่างๆจนเป็นที่ยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการบริโภคของประชาชนโดยเฉพาะคนเมืองอย่างขาดเสียไม่ได้

ข้อมูลกรมการค้าภายใน (2555) ได้จำแนกรูกรักจ้านค้าสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) ออกเป็นลักษณะต่างๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต (เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต, ฟู๊ดแลนด์) พื้นที่การขาย 1,500 –9,000 ตารางเมตร สินค้าเฉลี่ย 15,000 รายการ สัดส่วนสินค้าอาหารประมาณร้อยละ 67 ไฮเปอร์มาร์เก็ต (เช่น เทสโก้ โลตัส, บิ๊กซี) พื้นที่การขาย 9,000 ตารางเมตรขึ้นไป สินค้าเฉลี่ย 25,000 รายการสัดส่วนสินค้าอาหารประมาณร้อยละ 33-67 ร้านสะดวกซื้อ หรือ คอนวีเนียนสโตร์ (เซเว่น-อีเลฟเว่น, เทสโก้โลตัส เอ็กเพรส, มินิบิ๊กซี) พื้นที่การขายน้อยกว่า 800 ตารางเมตรขึ้นไป สินค้าไม่เกิน 5,000 รายการ เปิดทำการตลอด 24 ชั่วโมง รูปแบบอื่นๆ เช่น ซีพี เฟรชมาร์ท ตลาดโลตัส บิ๊กซีเอ็กซ์ตรา ฯลฯ และจากข้อมูลการขายสาขาของโมเดิร์นเทรดระหว่างปี 2548 – 2554 พบว่ามีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดดโดยเฉพาะประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ข้อมูลกระทรวงพาณิชย์(2551-2554) พบว่า ร้อยละ 50 ของมูลค่าตลาดรวมของโมเดิร์นเทรดอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีการเจาะตลาดผู้บริโภคระดับกลางและระดับล่างระหว่างปี 2551 –2554 ร้านสะดวกซื้อมีอัตราการเติบโตร้อยละ 33 ไฮเปอร์มาร์เก็ตร้อยละ 36 ซูเปอร์มาร์เก็ตร้อยละ 15

และข้อมูลในระยะปี 2555 – 2560 พบว่าปฏิบัติการทางการตลาดของโมเดิร์นเทรดหันมาใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์มากขึ้นและมีวิสัยทัศน์ให้เป็นช่องทางหลักในการขายและโฆษณาสินค้า อาทิ เซ็นทรัลห้างสรรพสินค้า หันมาทำช่องทางตลาดออนไลน์ขายสินค้าโดยเก็บเงินปลายทางและอีคอมเมิร์ซ(e-commerce) ยกใหญ่อย่างอาลีบาบาเข้าซื้อกิจการ ลาซาด้า (Lazada) ผู้นำด้านอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ในไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปเมื่อเดือนเมษายน 2016 และ ตอนนี ในปี 2017 อาลีบาลงทุนเพิ่มอีก 1 พันล้านเหรียญ (รวมแล้วลงทุนให้ลาซาด้ามากกว่า 2 พันล้านเหรียญ) โดยเป็นการซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้จากเดิมที่ครองสัดส่วนหุ้น 51% ก็ขยับมาเป็น 83%¹

การเติบโตของโมเดิร์นเทรดแม้จะแสดงให้เห็นความสามารถในการตอบสนองผู้บริโภคในเชิงปริมาณและคุณภาพตามมุมมองของคนทั่วไป แต่จากเหตุการณ์ภาวะวิกฤตน้ำท่วมเขตเมือง สะท้อนให้เห็นถึง

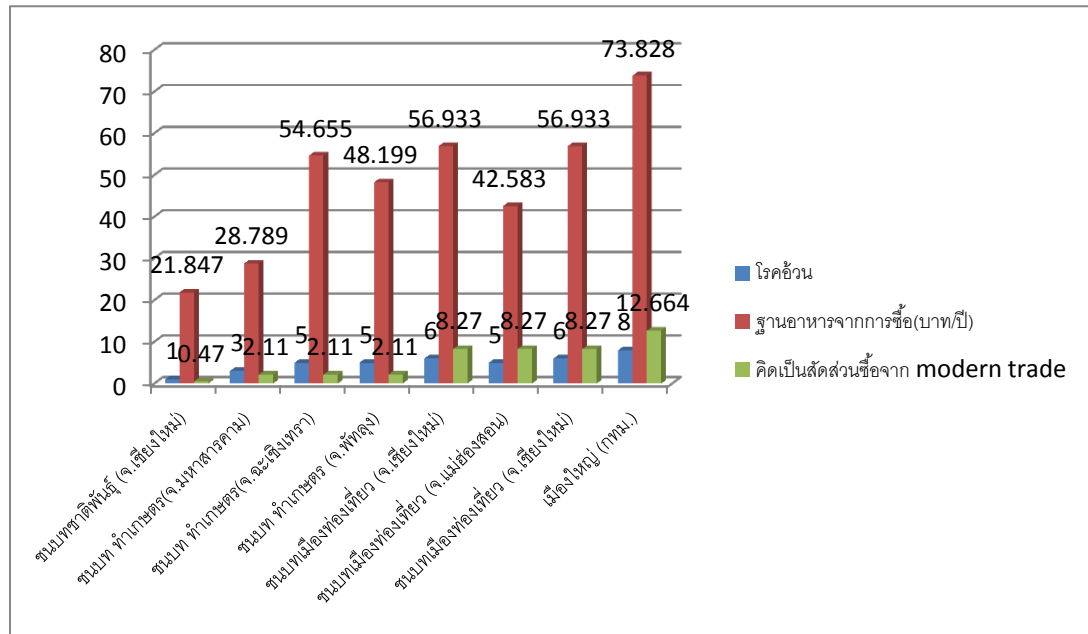
¹ <https://www.beartai.com/news/itnews/177726> ข้อเขียนวันที่ 28/06/2017

ระบบโมเดิร์นเทรดที่ไม่สามารถรองรับปัญหาวิกฤตฉบับพลันได้ เพราะมีลักษณะของการกระจายอาหารที่รวมศูนย์ ส่งผลให้ในช่วงน้ำท่วมปี 2554 โมเดิร์นเทรดหลายสาขาขาดแคลนอาหารและน้ำดื่ม แม้ว่าจะมีร้านสะดวกซื้อทั้งหมด 612 แห่ง และไฮเปอร์มาร์เก็ต 237 แห่ง แต่เนื่องจากการสต็อกสินค้าภายในโมเดิร์นเทรดมีจำนวนน้อย และขาดความยืดหยุ่นในการจัดการจึงไม่สามารถหาซัพพลายเออร์รายอื่นมาทดแทนได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการปรับตัวได้ตามสภาพ(resilience) ในระบบตลาดจึงมีความน่าสนใจ ในกรณีทางเลือกอื่นๆ เช่น ระบบการกระจายอาหารของชุมชน การกระจายอาหารท้องถิ่น การกระจายอาหารผ่านเครือข่าย เป็นต้น

โมเดิร์นเทรดอาจจะไม่ได้มีความเปราะบางเพียงการกระจายสินค้าในภาวะภัยพิบัติเท่านั้น ในด้านโภชนาการก็มีความเสี่ยงและเปราะบางเช่นกัน มีงานศึกษาที่พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโมเดิร์นเทรดและภาวะโภชนาการของผู้คน และพิจารณาความมั่นคงทางอาหารของคนเมือง กึ่งเมือง และชนบทอย่างน่าสนใจ โดยมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน ประเทศไทย (2559) งานศึกษาชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจความมั่นคงทางอาหารระดับชุมชนที่มีพลวัตเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยนอกจากศึกษาสัดส่วนการได้มาซึ่งอาหารที่ประกอบด้วยการซื้อ ปลูก/เลี้ยง หากจากร้านอาหาร/พื้นที่สาธารณะ และแลกเปลี่ยนแบ่งปัน ยังได้ศึกษาภาวะโภชนาการของชุมชนที่สัมพันธ์กับตลาดโดยใช้ดัชนีมวลกายในการวิเคราะห์ ใช้จำนวนประชากรศึกษาทั้งหมด 1,050 ครอบครัว รวม 7 พื้นที่ โดยเป็นตัวแทนในแบบต่างๆ กล่าวคือ ได้แก่ 1) พื้นที่ตัวแทนชุมชนเมือง 2) พื้นที่ตัวแทนชุมชนกึ่งเมือง 3) ตัวแทนชุมชนชนบท 4) ตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์

ผลการศึกษาค่า Body Mass Index (BMI) หรือดัชนีมวลกายที่แสดงความสัมพันธ์กับสัดส่วนการพึ่งพาโมเดิร์นเทรด พบว่าพื้นที่เมืองใหญ่ มีอัตราโรคอ้วนสูงร้อยละ 8 และมีคนน้ำหนักเกินถึงร้อยละ 26 พบว่ามีสัดส่วนการพึ่งพาฐานอาหารจากการซื้อถึง 73,828 บาท/ปี คิดเป็นสัดส่วน 12.64 ตามมาด้วยพื้นที่กึ่งเมืองมีคนเป็นโรคอ้วนคิดเป็นร้อยละ 5-6 ของกลุ่มชุมชนกึ่งเมือง และมีคนน้ำหนักเกินร้อยละ 20-23 โดยมีสัดส่วนการพึ่งพาอาหารจากตลาดโมเดิร์นเทรดในสัดส่วน 8.27 ต่อมา คือ พื้นที่ ชนบททำเกษตรคนเป็นโรคอ้วนร้อยละ 3-5 และมีคนน้ำหนักเกินอยู่ที่ร้อยละ 19-21 ของกลุ่มชนบทเกษตร ในขณะที่พึ่งพาโมเดิร์นเทรดที่สัดส่วน 2.11 สุดท้ายพื้นที่ชนบทชาติพันธุ์ กลับพบคนมีน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์อยู่ที่

ร้อยละ 23 ถือว่ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม ขณะที่มีคนเป็นโรคอ้วนอยู่ที่ร้อยละ 1 และน้ำหนักเกิน ร้อยละ 10 ซึ่งนับว่าน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น และพึงพาโมเดิร์นเทรดอยู่ที่ 0.47



มีข้อมูลที่สอดคล้องในงานศึกษาเดียวกัน พบว่าชุมชนเขตเมืองไม่ทำอาหารกินร้อยละ 14 ไม่ทำอาหารมากกว่าพื้นที่ชนบท 5 เท่า ทำอาหารมากที่สุดอยู่ที่วันละ 2 ครั้ง รองลงมา คือ วันละ 1 ครั้ง และเฉลี่ยอาทิตย์ละ 3-5 ครั้ง ส่วนพื้นที่ชนบทยังคงทำกินถึงร้อยละ 96 ซึ่งไม่น่าแปลกใจที่พื้นที่เมืองซื้อมากที่สุด อัตราโรคอ้วนมากที่สุดเช่นกัน และพึ่งพึ่งตลาดโมเดิร์นเทรดมากที่สุด รองลงมาคือเมืองท่องเที่ยวและหัวเมือง ต่อมาคือ พื้นที่ชนบทที่อยู่ในระบบการผลิต และชาติพันธุ์ และข้อสรุปสำคัญของงานศึกษาชิ้นนี้พบว่าค่าดัชนีมวลกายที่บ่งบอกภาวะโรคอ้วนกับค่าเฉลี่ยการพึ่งพาฐานอาหารจากการซื้อจากโมเดิร์นเทรด มีความสัมพันธ์ในลักษณะแปรผันตาม นั่นหมายความว่า อาหารในโมเดิร์นเทรดมีส่วนสูงทางโภชนาการที่อาจจะไปสู่ภาวะทุพโภชนาการ หรือยิ่งพึ่งพาโมเดิร์นเทรดยิ่งมีโอกาสเสี่ยงต่อโรคอ้วน เนื่องจากส่วนหนึ่งเป็นอาหารที่สะดวกกิน มีสัดส่วนของแป้งน้ำตาล และไขมันในปริมาณมาก อีกทั้งอาหารบางอย่างเป็นอาหารแช่แข็งต้องผ่านการรักษารสชาติของอาหารแช่แข็ง ซึ่งมีการใช้สารเคลือบผิวของวัตถุดิบก่อนที่จะนำไปแช่แข็งเพื่อให้วัตถุดิบยังคงรสชาติเดิมและสูญเสียน้ำหนักให้น้อยที่สุด ถ้าวัตถุดิบแช่แข็งได้รับสารตัวนี้มากเกินไปเมื่อเข้าสู่ร่างกายก็อาจจะก่อให้เกิดการแพ้ได้ ซึ่งข้อมูลจาก

โรงพยาบาลสุขภาพตำบล(รพ.สต.) 2559-2560 โดยมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน พบว่า อัตราการเป็นโรคหัวใจ ความดันโลหิต ไขมันอุดตันในเลือด ตลอดจนโรคเรื้อรัง ระบบน้ำเหลือง และมะเร็งมีแนวโน้มสูงขึ้นไม่ว่าในพื้นที่เมืองและชนบท และจะมากขึ้นเรื่อยๆ หากระบบอาหารภาพใหญ่ของประเทศยังคงกวาดต้อนคนให้รู้จักเพียงร้านค้าสมัยใหม่ไม่กี่ชื่อ ก็จะสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ยอมรับการกินเพื่ออิมและกลายเกิดภาวะขาดสารอาหาร ตลอดจนพึ่งพาตนเองไม่ได้ แถมด้วยโรคภัยไข้เจ็บตามมา

แนวทางออกสำหรับวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปในสังคมปัจจุบัน จำเป็นต้องเข้าไปมองภาพใหญ่เชิงนโยบายของประเทศในการวางมาตรการระบบอาหารที่หลากหลายขึ้น ไม่เพียงช่องทางตลาดแบบโมเดิร์นเทรด แต่การพยายามสนับสนุนตลาดระดับล่าง อาทิ ตลาดนัดท้องถิ่น ตลาดเขียว ตลาดวัฒนธรรม ตลาดข้างถนน ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีช่องทางและเรียนรู้เรื่องตลาดหลากหลายมากขึ้นมากกว่าเพียงแค่อาหารเพียงไม่กี่เมนูในชั้นวางติดแอร์ของร้านค้าสมัยใหม่ แต่อาจได้เรียนรู้ตลาดในเชิงภูมิปัญญา ได้เรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคมากขึ้น อาทิ ตลาดเขียว จ.ยโสธร เป็นตลาดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ตลาดสวนไผ่ จ.พัทลุง เป็นตลาดขายสินค้าอินทรีย์และวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งตลาดดังกล่าวได้ให้ความรู้กับผู้บริโภคและเป็นการสร้างการท่องเที่ยวไปในตัวด้วย

อย่างไรก็ตามกระบวนการเรียนรู้เรื่องอาหารการกินและความมั่นคงทางอาหาร นอกจากจะอยู่ที่พื้นที่ตลาดเพราะเป็นที่พบกันระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคแล้ว การให้ความสำคัญโดยสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับเยาวชนในสถานการศึกษาก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง โดยเชื่อมโยงความรู้เรื่องอาหารกับภูมิปัญญาการเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์รักษาทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่น ย่อยความรู้เป็นกระบวนการเรียนรู้ให้กับเยาวชน ก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นการทำงานเชิงรุกให้กับผู้บริโภคไม่เพียงผ่านช่องทางการตลาด แต่ผ่านช่องทางของสถาบันการศึกษาด้วย ซึ่งถ้าหากอาหารดี มีคุณภาพ ผู้คนไม่เจ็บป่วย งบประมาณด้านสุขภาพของประเทศก็จะน้อยลงไปด้วย ดังนั้นอิทธิพลของตลาดหากไม่ผูกขาดและได้รับการออกแบบทางนโยบายที่ดี ตลอดจนมีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ไปพร้อมกันกับสังคม ก็สามารถนำไปสู่ความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงได้

.....