



Original Research Article

ผู้บริโภคคือผู้กำหนดตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยและตลาดส่งออกต่างประเทศ

Consumers' Influence on the Organic Rice Market in Thailand and Export Markets

ประสาน ปรงเจริญ¹ & ฉัตรวรรษ อังคสิงห์^{2*}Prasan Prungcharun¹ & Chatwarun Angasinha^{2*}

ARTICLE INFO

**Name of Author &
Corresponding Author: ***

1. ประสาน ปรงเจริญ

Prasan Prungcharun

วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Social Innovation,
Rangsit University, Thailand.Email: prungcharun@gmail.com

2. ผศ.ดร.ฉัตรวรรษ อังคสิงห์*

Asst.Prof.Dr. Chatwarun Angasinha

วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Social Innovation,
Rangsit University, Thailand.Email: chattrsu@gmail.com

คำสำคัญ

ผู้บริโภค; ผู้กำหนด; ตลาดค้าข้าวอินทรีย์

Keywords:

Consumers; Influence; Organic Rice
Market

ABSTRACT

This study aimed to 1) examine the organic rice market in Thailand and its export markets and 2) explore the path to survival for organic farmers in Thailand. As qualitative research, the study utilized literature reviews and in-depth field interviews with key informants from five fields: 1) three groups of key informants from Organic Farmer Networks in Yasothorn and Surin Provinces, 2) six groups from the civil society sector, 3) one group of entrepreneurs manufacturing processed rice products, 4) one group of organic rice exporters, and 5) three groups from relevant organizations in the public sector, government officials, and former government officials. in-depth interviews and group discussion with 21 key informants.

The study revealed the following results. First, the organic rice market is pivotal to the economic conditions of organic farmers, leading to their economic and social survival. For organic farmers to survive within the economic system, access to both domestic and international markets is crucial. Currently, the primary market for organic rice is international, while the domestic market is for organic rice with lower quality. The export market for organic rice is dynamic, experiencing annual fluctuations in demand depending on the time period. Consequently, it is essential to discuss with customers to understand market trends and adjust production accordingly. Second, it is the consumers who drive change among farmers. If consumers are informed and express a preference for organic products, farmers are more likely to produce them. However, consumers' demand for visually appealing vegetables free from insects' bites leads farmers to use chemicals. This indicates that consumers have limited knowledge or awareness about the importance of safe food consumption. As a result, the growth of the organic agricultural market has been slow due to insufficient awareness of safety issues. Furthermore, physicians in Thailand cannot conclusively link deaths, particularly from NCDs, to

Article history:

Received: 02/04/2024

Revised: 14/06/2024

Accepted: 19/07/2024

Available online: 26/12/2024

How to Cite:

Prungcharurn, P. & Angasinha C. (2024). Consumers' Influence on the Organic Rice Market in Thailand and Export Markets. *Journal Dhamma for Life*, 30(4), 359-374.

the consumption of food contaminated with chemicals, pesticides, MSG, color additives, and additives for crispiness. Safety inspections in Thailand are not stringent, and the quality of food sold in provincial markets, including various types of crispy snacks, is often of poor quality and harmful to health.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย และตลาดส่งออกต่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาทางอยู่รอดของชาวนาเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกในสนามจากผู้ให้ข้อมูลหลักผ่านตัวแทนทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ 1) เครือข่ายชาวนาอินทรีย์จังหวัดยโสธรและจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 3 กลุ่ม 2) ภาคประชาสังคม จำนวน 6 กลุ่ม 3) ผู้ประกอบการแปรรูปข้าว จำนวน 1 กลุ่ม 4) ผู้ส่งออกข้าวอินทรีย์ไปต่างประเทศ จำนวน 1 กลุ่ม 5) ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่รัฐและอดีตเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 3 กลุ่ม โดยสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 21 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผลการศึกษาพบว่า 1) ตลาดค้าข้าวอินทรีย์ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจของชาวนา ทำให้ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่รอดได้ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคม ข้าวอินทรีย์จำเป็นต้องมีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศจึงจะทำให้ชาวนาอินทรีย์อยู่รอดได้ในระบบเศรษฐกิจ เพราะปัจจุบันตลาดหลักของข้าวอินทรีย์เป็นตลาดต่างประเทศ ตลาดในประเทศนั้นเป็นข้าวอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานรองลงมา ตลาดเกษตรอินทรีย์ส่งออกต่างประเทศ มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา แต่ละปีอาจมีทิศทางขึ้นหรือลง เพราะความต้องการแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน จึงต้องมีการพูดคุยกับลูกค้าถึงแนวโน้มของตลาดว่าต้องเพิ่มหรือลดสินค้าอย่างไร 2) ผู้บริโภคเป็นคนที่เปลี่ยนแปลงเกษตรกร หากผู้บริโภคตื่นตัวและต้องการซื้อสินค้าอินทรีย์ เกษตรกรก็จะผลิตสินค้าออกมา แต่ผู้บริโภคต้องการผักสวยงาม ไม่มีแมลงเจาะ เขาจึงจำเป็นต้องใช้สารเคมี แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจหรือตื่นตัวในเรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัยค่อนข้างน้อย จึงทำให้ตลาดเกษตรอินทรีย์เติบโตช้า เพราะขาดการตระหนักรู้ด้านความปลอดภัย และหมอไม่สามารถยืนยันได้ว่าการเสียชีวิตในประเทศไทยโดยเฉพาะโรค NCDs มีสาเหตุมาจากอาหารที่รับประทานทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมี ยาฆ่าแมลง ผงชูรส สารสี สารความกรอบ และการตรวจสอบความปลอดภัยในประเทศไทยไม่ค่อยเข้มงวด อาหารที่ขายตลาดนัดตามต่างจังหวัดไม่มีคุณภาพ รวมถึงขนมอบกรอบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพอีกด้วย

บทนำ

วิถีการผลิตข้าวโดยใช้สารเคมีในปัจจุบันถึงแม้ชาวนาจะมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถซื้อเครื่องจักรการเกษตรได้ แม้ชาวนาจะมีเงินหมุนเวียนใช้จ่ายใช้สอยผ่านมือมากขึ้น แต่ก็มีหนี้สินเพิ่มขึ้นตามตัวไปด้วยหนี้ที่สะสมพอกพูนมากขึ้นทั้งนี้ ธกส. หรือหนี้ในระบบ หลายปีผ่านไปชาวนาส่วนใหญ่กลับมีชีวิตที่แย่งลงเนื่องจากไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ เพราะต้องแบกรับต้นทุนจากปัจจัยการผลิตและสารเคมีที่เพิ่มสูงขึ้นแต่ขายผลผลิตได้กำไรต่ำหรือขาดทุนในบางปี และสุดท้ายนำมาซึ่งการเสียชีวิตทำกินในที่สุด

ภาวะที่รุดตึงของชาวนาจากการผลิตข้าวแบบใช้สารเคมี ประกอบกับการเคลื่อนไหวของเกษตรทางเลือกเริ่มส่งกระแสแรงขึ้น ด้วยปัจจัยผลักดันหลักใหญ่ๆ มีอยู่ 2 ประการคือ 1) ปัญหาสุขภาพทั้งของชาวนาและผู้บริโภค โดยชาวนาก็กัมผัสกับสารเคมีสะสมสารพิษตกค้างในร่างกายและเสียชีวิตก่อนวัยอันควร (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2559) ส่วนผู้บริโภคก็ได้รับสารเคมีสะสมสารพิษตกค้างในร่างกายเช่นกัน ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดโรคเรื้อรังไม่ติดต่อ (NCDs) และการเกิดมะเร็ง (การประชุมมหกรรมสุขภาพด้านโรคไม่ติดต่อ (NCDs Forum, 2561) และ 2) แรงผลักดันจากความต้องการจากตลาดการค้าในต่างประเทศ หนุนเสริมให้การทำเกษตรทางเลือกต่างๆ โดยเกษตรอินทรีย์เป็นหนึ่งในทางเลือกนั้น และก่อร่างสร้างตัวเป็นเครือข่ายชาวนาเกษตรอินทรีย์ที่ส่งเสริมกัน เครือข่ายเกิดเป็นวิถีเกษตรอินทรีย์ขึ้นในประเทศไทย

แต่การต่อสู้ของชาวนาเกษตรอินทรีย์เพื่อให้มีพื้นที่ยืนทั้งการผลิตและการจำหน่าย ก็ยังมีความยากลำบากในทุกกระบวนการของการผลิตข้าวอินทรีย์ การขายผลผลิต และการรักษาฐานตลาดข้าวอินทรีย์ การต่อสู้ของชาวนาอินทรีย์ไม่สามารถต่อสู้โดยลำพังได้ แต่จำเป็นต้องรวมกลุ่มในรูปแบบของเครือข่ายอินทรีย์เพื่อช่วยเหลือกันและกัน เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงที่ไม่แน่นอนจากนโยบายรัฐ

ปัจจุบันความสำคัญกับมาตรฐานอินทรีย์และตลาดค้าข้าวอินทรีย์ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกัน และเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจของชาวนา ตลาดข้าวอินทรีย์สามารถแบ่งได้กว้างๆ ออกเป็น ตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ผลผลิตจากข้าวอินทรีย์ของประเทศไทยสามารถขายทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้ โดยการส่งออกผลผลิตดังกล่าว เริ่มต้นจากสหกรณ์กรีนเนทได้ส่งออกข้าวไปต่างประเทศ ซึ่งราคาข้าวสูงกว่าขายในประเทศ ต่อมามีการก่อตั้งโรงสีวิสาหกิจชุมชนอยู่หลายแห่ง เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวอินทรีย์บ้านอู่แสง จังหวัดศรีสะเกษ ที่ส่งออกข้าวอินทรีย์ไปต่างประเทศด้วยเช่นกัน ในการส่งออกข้าว ต้องส่งออกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจรับรองมาตรฐานแล้วเท่านั้นและต้องเป็นสินค้าที่พร้อมวางขาย ซึ่งมีความเข้มงวดในการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และมีค่าใช้จ่ายที่สูง

ตลาดส่งออกข้าวส่วนใหญ่อยู่ในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ตลาดแต่ละแห่งมีปัญหาที่แตกต่างกัน คือ ปัญหาความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ต้องมีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออก วางแผนเรื่องอุปสงค์อุปทานของผู้ผลิตและผู้บริโภค และหากต้องการขายข้าวในทวีปยุโรปต้องมีการรับรองมาตรฐานตามเกณฑ์ของสหภาพยุโรปหรือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศปลายทาง ดังนั้น

จึงส่งผลให้เกิดความยากลำบากในการส่งออกต่างประเทศ คือ มาตรฐานการรับรอง หากต้องการส่งออกไปที่ประเทศจีน ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานของประเทศจีน มาตรฐานแต่ละมาตรฐานมีเงื่อนไขที่แตกต่างกัน เช่น แต่ละมาตรฐานสามารถส่งออกไปประเทศใดได้บ้าง ต้องมีกระบวนการหรือเอกสารการรับรองมาตรฐาน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขอการรับรอง โดยส่วนใหญ่จึงมีการขอรับรองมาตรฐานจากสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย (มกท.) ดังนั้น มาตรฐานจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำการตลาดส่งออก แต่มาตรฐานของไทยยังไม่ได้มีการรับรองในต่างประเทศ ชาวอินทรีย์ส่วนใหญ่จึงต้องขายสินค้าภายในประเทศเป็นหลัก

ถึงแม้ว่าประเทศไทยมีการส่งออกข้าวอินทรีย์มากกว่าการขายข้าวภายในประเทศ แต่ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหภายในประเทศ เช่น ปัญหาความไม่เข้าใจเกี่ยวกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคที่ไม่ทราบว่าเกษตรอินทรีย์คืออะไร ผลผลิตที่ซื้อเป็นเกษตรอินทรีย์หรือไม่ เป็นปัญหาอยู่พอสมควรว่าอะไรคือเกษตรอินทรีย์อะไรคือใช้หรือไม่ใช่ รวมไปถึงปัญหาของเกษตรกร กล่าวคือต้องมีการทำความเข้าใจกับเกษตรกรในด้านของปัญหาคือพื้นฐานความ

ข้าวของตลาดในประเทศก็ถูกกดราคาจากโรงสีในท้องถิ่น สำหรับตลาดต่างประเทศเข้าสู่ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลที่ได้รับใบรับรองจากกลุ่มการค้าในต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามชาวนาเกษตรอินทรีย์ไม่อาจร่ำรวยได้จากการค้าข้าวเปลือกแต่เพียงอย่างเดียวจึงได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ ไปเป็นสินค้าอื่นๆ เช่น แป้งสำหรับทำขนมเบเกอรี่และขนมในรูปแบบข้าวอื่น ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น เครื่องสำอาง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ตลาดข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยยังเป็นตลาดที่ยังเล็ก ผู้คนไม่ค่อยให้ความสนใจเพราะราคาแพง คนไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อข้าวจากปริมาณมากกว่าราคา เพราะคนไทยส่วนใหญ่ตั้งแต่ระดับกลางถึงล่างยังชีพด้วยข้าว ยกตัวอย่างกรณีข้าวเสาไห้ เป็นข้าวราคาถูกแต่ปริมาณมาก คนซื้อมากินทั้ง ๆ ที่ไม่อร่อย ดังนั้น จึงมีความต้องการข้าวอินทรีย์ในตลาดของประเทศไทย แต่ขายได้ยาก เพราะเมื่อมีการรับรองว่าเป็นข้าวอินทรีย์ ราคาจึงสูงขึ้น แต่เมื่อเป็นอาหารผู้บริโภคมีสิทธิ์เลือกรับประทานอาหารประเภทใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความชอบ เช่น อาหารที่ใส่ผงชูรส ใส่สารสีจำเป็น ใส่สารกันบูด ซึ่งมีความจำเป็นในเชิงอุตสาหกรรม ดังนั้น เมื่อต้องการขับเคลื่อนเรื่องเกษตรอินทรีย์จึงทำได้ยาก แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ หากผู้บริโภคเกิดความตระหนักรู้ ก็จะเกิดความเข้าใจและเชื่อมโยงตัวเองกับอาหารที่รับประทานว่าการอินทรีย์ดีต่อสุขภาพ อาหารเคมีส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างไร ดังนั้นต้องสร้างความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย และตลาดส่งออกต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาทางอยู่รอดของชาวนาเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การเลือกพื้นที่การศึกษา

ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่ในการศึกษาชาวอินทรีในจังหวัดยโสธรและจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจังหวัดยโสธรเป็นพื้นที่ที่ปลูกข้าวอินทรีย์มากที่สุดในประเทศไทย มีพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์จำนวน 55,951.25 ไร่ เป็นลำดับที่ 1 และจังหวัดสุรินทร์มีพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์จำนวน 37,961 ไร่ เป็นลำดับที่ 4 (กองตรวจสอบรับรองมาตรฐานข้าวและผลิตภัณฑ์ กรมการข้าว, 2565) โดยพื้นที่จังหวัดยโสธรและจังหวัดสุรินทร์ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศอีกด้วย (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2555)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้รับการแนะนำต่อ (Snow Ball) เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพนั้น แท้จริงคือกระบวนการสร้างข้อมูลรูปแบบหนึ่ง ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ต่างมีบทบาทในการเรียบเรียงข้อมูลขึ้นมา แบบสัมภาษณ์จึงเน้นการกำหนดประเด็นเพื่อเป็นหัวข้อสนทนาระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงที่มาของการจัดการศึกษา รูปแบบ วิธีการและผลจากการดำเนินงานของการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายชาวนาเกษตรอินทรีย์ แนวคำถามไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนตายตัว (Unstructured Interview) เพื่อให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.2 การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่างที่รวมกลุ่มอย่างน้อย 5-7 คน เพื่อรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น กระบวนการมีส่วนร่วม รวมถึงความรู้สึกที่ได้เข้าร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเครือข่ายชาวนาเกษตรอินทรีย์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมการจดบันทึก การบันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยลงพื้นที่สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการตีความหมายด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1) การลดทอนข้อมูล (Data reduction) ดำเนินการเรียบเรียงเฉพาะข้อมูลที่สำคัญซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ เชิงลึกจากประชากรเป้าหมาย

2) การจัดระเบียบข้อมูล (Data display) ทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดให้ประเด็นที่มีคำตอบคล้ายกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

3) การค้นหาข้อสรุปและตีความของข้อมูลในรูปแบบพรรณนาตามแนวคิดทางการวิจัยที่กำหนดไว้

4) ทำการสรุปผลพรรณนาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อบรรยายให้เป็นสภาพตามความเป็นจริงของความคิดเห็นที่สัมภาษณ์ได้จากกลุ่มเป้าหมาย และเขียนรายงานสรุปในลักษณะของการพรรณนาความในลักษณะขององค์รวม

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมไว้ก่อนแล้วมาใช้ในรูปของแนวคิด ทฤษฎี โดยรวบรวมจากการค้นคว้าเอกสารบทความวิชาการ หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

4. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล

4.1 การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเปรียบเทียบข้อค้นพบของปรากฏการณ์ที่ศึกษาในมุมมองที่แตกต่างกัน (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) ได้แก่

1) การตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูล (Investigator triangulation) โดยเปรียบเทียบว่าได้ค้นพบสิ่งที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2) การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมมาจากหลายวิธีทั้งเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกต มาพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล

3) การตรวจสอบทฤษฎี (Theory triangulation) เพื่อให้แน่ใจว่าทฤษฎีที่ใช้อ้างอิงมีอิทธิพลต่อข้อค้นพบจริง ๆ ด้วยการตีความข้อมูลจากหลากหลายมุมมองผ่านแนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างกัน

4.2 การตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล ข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งที่เป็นความคิดเห็น การบอกเล่าเหตุการณ์ หรือข้อมูลที่เป็นรายละเอียด เพื่อให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จำเป็นต้องตั้งข้อสงสัยไว้ก่อน และใช้แนวทางตรวจสอบ (รัตนะ บัวสนธ์, 2556) ดังต่อไปนี้

1) ตรวจสอบจากผู้วิจัย โดยถามตนเองว่า เรื่องที่ได้รับฟังจากผู้ให้ข้อมูล มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

2) ตรวจสอบจากผู้ให้ข้อมูล ว่าเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด

3) ตรวจสอบอคติผู้ให้ข้อมูล ว่ามีอคติส่วนตัว หรือโน้มเอียงไปทางใดทางหนึ่งหรือไม่ ต้องนำข้อมูลจากบุคคลกลุ่มต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกับข้อมูลของฝ่ายที่เป็นกลางหรือฝ่ายนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มต่าง ๆ มาเปรียบเทียบความเหมือน และความแตกต่างของเรื่องราวที่ได้รับฟัง

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จำกัดขอบเขตไว้ 3 ด้านดังนี้คือ

5.1 ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย 2 ประเด็น คือ

- 1) ศึกษาตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย และตลาดส่งออกต่างประเทศ
- 2) ศึกษาทางอยู่รอดของชาวนาเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

5.2 ด้านหน่วยการศึกษา ผู้วิจัยเลือกศึกษา 1 หน่วยการศึกษาคือ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

5.3 ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เริ่มต้นแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2564 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2567 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 2 ปี 11 เดือน

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ผู้บริโภคคือผู้กำหนดตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยและตลาดส่งออกต่างประเทศ มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1) การอยู่รอดของชาวนาผ่านตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยตลาดค้าข้าวอินทรีย์ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจของชาวนา ทำให้ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่รอดได้ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคม ข้าวอินทรีย์จำเป็นต้องมีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศจึงจะทำให้ชาวนาอินทรีย์อยู่รอดได้ในระบบเศรษฐกิจ เพราะปัจจุบันตลาดหลักของข้าวอินทรีย์เป็นตลาดต่างประเทศ ตลาดในประเทศนั้นเป็นข้าวอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานรองลงมา ตลาดเกษตรอินทรีย์ส่งออกต่างประเทศ มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา แต่ละปีอาจมีทิศทางขึ้นหรือลง เพราะความต้องการแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน จึงต้องมีการพูดคุยกับลูกค้าถึงแนวโน้มของตลาดว่าต้องเพิ่มหรือลดสินค้าอย่างไร ดังนั้น ตลาดข้าวจึงมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และในระยะหลังสาเหตุที่ทำให้การค้าข้าวกับตลาดต่างประเทศลดความนิยมลงเนื่องจากความเข้มงวดเรื่องมาตรฐานอินทรีย์ ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศ มีตลาดอยู่ 2 แบบ แบบแรกคือการผลิตเกษตรอินทรีย์โดยธรรมชาติ หมายถึง ได้รับการอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจกัน ไม่ใช่ปุ๋ยเคมีหรือยา เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์โดยธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายสินค้าภายในชุมชน ตลาดสีเขียว ตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ และมีกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบของตัวเอง หาตลาดแล้วขายเอง นี่คือนิยามของตลาดโดยธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์แบบที่สอง คือ มีการตลาดที่มีการสร้างมาตรฐานที่เป็นแบบสากล มีการขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ บางพื้นที่มีการสั่งซื้อสินค้าแบบปริอเดอร์ บางพื้นที่มีโรงแรมหรือร้านอาหารเป็นลูกค้าประจำ

ขณะเดียวกันเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีคุณวิฑูรย์ ปัญญากุล เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มีความรู้เกี่ยวกับการส่งออกข้าวอินทรีย์และความต้องการของตลาด (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2555) เนื่องจากทำ

ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) ในขณะเดียวกัน ดร.ชมชวน บุญระหงษ์ อาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้ศึกษาระบบเต็กเก้ (ระบบส่งตรงถึงบ้าน) ของประเทศญี่ปุ่น (ชมชวน บุญระหงษ์, 2537) อีกทั้งยังเป็นผู้ประสานงานกับสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ และองค์กรมาตรฐานอื่น ๆ ในประเทศไทย จึงได้ริเริ่มส่งออกเกษตรอินทรีย์จากชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ และมีการเปิดตลาดเขียวในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

ตลาดเขียว เป็นตลาดที่มีทุกภาคของประเทศไทย แต่มีเพียงบางจังหวัดเท่านั้น ต่อมาจังหวัดสุรินทร์ได้มาศึกษางานตลาดเขียวที่จังหวัดเชียงใหม่ และนำแนวคิดกลับไปปรับใช้ที่จังหวัดของตนช่วงปี พ.ศ. 2546-2547 ชาวบ้านผู้มาค้าขายที่ตลาดเขียว จังหวัดเชียงใหม่ได้เริ่มบริหารจัดการการตลาดเอง และได้ย้ายตลาดไปที่ช่วงเกษมศรี บริเวณคันคลองชลประทานจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีตลาด ออแกนิกหลายแห่งและมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน

ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ได้มีการสร้างตลาดเขียวที่จังหวัดสุรินทร์ จากนั้นก็มีการสร้างที่จังหวัดยโสธร ขอนแก่น และมหาสารคาม ชาวบ้านกล่าวว่า การค้าขายที่ตลาดเขียวช่วยสร้างรายได้รายสัปดาห์ให้กับพวกเขา ในขณะที่ตลาดขาวนั้นเป็นการสร้างรายได้รายปี เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ทำนาปีละครั้ง ในขณะที่ภาคกลางสามารถทำนาได้หลายครั้ง อย่างไรก็ตามในภายหลังกลับพบว่าการปรับใช้ใช้ปุ๋ยหมักและปุ๋ยชีวภาพในการทำนา คือการใส่ปุ๋ยคอกแล้วไถดินกลบ และมีระบบพืชหลังนา ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้น ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา เครื่องมือเกษตรอินทรีย์มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เกิดตลาดนัดสีเขียว เช่น ขอนแก่น มหาสารคาม สุรินทร์ ยโสธร และอุบลราชธานี เป็นต้น ในช่วงเวลาที่ ดร.ชมชวน บุญระหงษ์ สร้างร้านอิมบูญที่จังหวัดเชียงใหม่ และคุณวิฑูรย์ ปัญญากุล สร้างสหกรณ์ GreenNet (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2555) เป็นช่วงเวลาที่ยังคงไม่มีความรู้และทักษะที่เพียงพอในการผลิตข้าวอินทรีย์ อีกทั้งในขณะนั้นผู้บริโภคยังไม่ทราบเรื่องเกษตรอินทรีย์

ตลาดอินทรีย์สีเขียว (Green market) คือตลาดที่ขายผลผลิตอินทรีย์ ไม่ว่าจะเป็นข้าว อาหาร สัตว์ อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากไร่นาหรือชุมชน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำการเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมี (สุภา ไยเมือง, 2561) ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่ได้เพราะมีตลาดของตัวเอง มีตลาดเขียวที่จัดทำภายในพื้นที่ ชาวนาที่ขายผลผลิตในตลาดเขียวไม่ได้ขายข้าวเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำพืชผลอื่น ๆ มาขายร่วมด้วย ตลาดเขียวจึงกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของชาวนา จนอาจกล่าวได้ว่ารายได้จากการขายพืชผลในไร่นานั้นสูงกว่าการขายข้าวเลยก็ว่าได้ ทำให้ชาวนามีรายได้และสามารถอยู่รอดได้ ตลาดสีเขียวเป็นตลาดที่มีทุกภาคของประเทศไทย แต่มีเพียงบางจังหวัดเท่านั้น ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง มีความตระหนักรู้และให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคมากขึ้น มีการเชื่อมโยงการบริโภคของตัวเอง การผลิตที่ปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือสินค้ามีราคาเป็นธรรมหรือไม่ ดังนั้น การที่ประชากรในประเทศไทยเกิดความตระหนักรู้ในจุดนี้ ทำให้เกิดแรงผลักดันผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศมากขึ้นและเกิดช่องทางการขายผ่านตลาดสีเขียวของเกษตรอินทรีย์ การทำการตลาดของเกษตรอินทรีย์มีลักษณะกลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก คือการทำการตลาดที่ทำให้คนเกิด

ความสนใจ ประทับใจ พุดถึง และบอกต่อ เช่น เมื่อคุณปลูกผักแล้วแจกให้เพื่อนบ้าน พวกเขาจะตามหาผักที่คุณเคยให้ ลูกค้าจะถามหาสินค้าตัวนี้ สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ต้องการกินอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้แล้วยังมีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่นำข้าวมาแปรรูปเป็นอาหารอื่นๆ อีกมากมาย เช่น การนำข้าวมาแปรรูปเป็นขนมปัง การทำพิซซ่าที่ทำจากแป้งข้าว การแปรรูปข้าวเป็นแครกเกอร์ และ มีผู้ประกอบการอื่นๆ แปรรูปข้าวเป็นขนมขบเคี้ยว อาหารว่างต่างๆ ที่ปัจจุบันสามารถพบเห็นได้ในท้องตลาด หรือร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น และยังมีผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นรูปแบบของพาสต้า เพื่อส่งออกต่างประเทศอีกมากมาย ซึ่งเป็นสินค้าแปรรูปจากข้าวที่เป็นอินทรีย์ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการแปรรูปสินค้า ซึ่งสินค้าเหล่านี้ ในต่างประเทศมีกระแสการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น กระแสอแกนิก กระแสอาหารปลอดกลูเต็น อาหารไร้น้ำตาล เป็นต้น

2) ความรู้กับความอยู่รอดของชาวนาเกษตรอินทรีย์ จากผลกระทบด้านปัญหาสุขภาพจากการใช้สารเคมี ปัญหานี้สืบจากต้นทุนการผลิตที่สูง เช่น ปุ๋ยเคมี สารเคมี เป็นต้น การที่ชาวนาอินทรีย์มีความรู้ในการบริหารจัดการน้ำ การบำรุงรักษาดิน และพันธุ์ข้าวด้วยตัวเอง ทำให้ระบบนิเวศมีการฟื้นฟู รวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาโรคแมลงระบาดและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนด้วยตัวเอง ซึ่งความรู้หรือภูมิปัญญาด้านเกษตรอินทรีย์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ชาวนาสามารถอยู่รอดได้ และความไม่แน่นอนด้านราคาข้าว นโยบายข้าวของรัฐที่มีผลต่อชาวนาอินทรีย์ ซึ่งในระบบเกษตรอินทรีย์ทำให้ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่ได้หลังจากชาวนาได้ผลผลิต ผลผลิตจะเข้าไปสู่ระบบตลาดหรือไปสู่ผู้บริโภค

ชาวนาที่ทำอินทรีย์สามารถอยู่รอดได้ในปัจจุบัน เพราะมีระบบการค้าข้าวของตัวเอง มีระบบการแปรรูปของตัวเอง ไม่พึ่งการขายข้าวให้กับโรงสีนอก เพราะเป็นกลยุทธ์การปลูกข้าวแบบผสมผสานและมีตลาดของตัวเอง เพราะขายได้ราคาคุ้มค่ากับการจัดการระบบทั้งหมด มีตลาดภายในเพิ่มมากขึ้น แต่ตลาดสำหรับขายข้าวอินทรีย์ยังเป็นตลาดขนาดเล็กหากเทียบกับปริมาณการผลิตของข้าวภายในประเทศ

การตระหนักของผู้บริโภคด้านอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมีจะมีการบริโภคเพิ่มมากขึ้น ถ้าหากผู้บริโภครับรู้ถึงพิษภัยจากสารเคมีที่บริโภคเข้าไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่าเกษตรอินทรีย์ คือการเกษตรที่ไม่มีสารตกค้าง ต้องมาจากการผลิตที่ไม่มีสารตกค้างจากปุ๋ยและดิน หรือไม่ใช่สารเคมีใช้แค่สารจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ผู้ซื้อส่วนใหญ่ขาดความรู้เรื่องความแตกต่างระหว่างพืชจากเกษตรอินทรีย์และพืชปลอดสารพิษ ในส่วนของเกษตรกรที่ยังขาดความเข้าใจ มักคิดว่าการไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิตถือว่าเป็นพืชจากเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นเรื่องเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง อาจนำไปสู่การตั้งราคาที่สูงเท่ากับพืชเกษตรอินทรีย์ ทำให้พืชเกษตรอินทรีย์ที่แท้จริงขายได้ยากขึ้น

โดยผู้บริโภคขาดความเข้าใจด้านเกษตรอินทรีย์ ยกตัวอย่างเช่น เข้าใจว่าผักไฮโดรโปนิคส์ซึ่งเป็นผักที่ปลูกด้วยระบบน้ำเป็นผักที่ปลอดภัยและเป็นผักอแกนิก แต่กลับเป็นผักที่มีสารตกค้างสูง ผู้ที่ทำงานในบริษัทที่ปลูกผักไฮโดรโปนิคส์กล่าวว่า หากมีแมลงเข้ามาในโรงเรือนก็ต้องฉีดยาฆ่าแมลง โรงเรือนจึงไม่ได้ป้องกันแมลงได้ทั้งหมด ที่สำคัญที่สุดการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ต้องมีการละลายสารเคมีในน้ำเพื่อให้พืชรับสารอาหารได้โดยตรง ซึ่งมีความแตกต่างจากพืชที่ปลูกบนดินเพราะพืชที่ปลูกบนดินสามารถเลือกสารอาหาร

ที่ต้องการได้ ดังนั้น พืชที่ปลูกในน้ำจึงได้รับสารเคมีที่มนุษย์เลือกให้ ซึ่งความเข้าใจผิดในประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเข้าใจการปลูกพืชไฮโดรโปนิคส์

อย่างไรก็ตาม ตลาดข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยยังเป็นตลาดที่ยังเล็ก ผู้คนไม่ค่อยให้ความสนใจ เพราะราคาแพง คนไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อข้าวจากปริมาณมากกว่าราคา เพราะคนไทยส่วนใหญ่ตั้งแต่ระดับกลางถึงล่างยังชีพด้วยข้าว ยกตัวอย่างกรณีข้าวเสาไห้ เป็นข้าวราคาถูกแต่ปริมาณมาก คนซื้อ มากิน ทั้ง ๆ ที่ไม่อร่อย ดังนั้น จึงมีความต้องการข้าวอินทรีย์ในตลาดของประเทศไทย แต่ขายได้ยาก เพราะเมื่อมีการรับรองว่าเป็นข้าวอินทรีย์ ราคาจึงสูงขึ้น

ระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา ความก้าวหน้าด้านเกษตรกรรมมีความก้าวหน้ากว่าผู้บริโภค เพราะองค์กรนอกภาครัฐ (NGO) มีสายสัมพันธ์โดยตรงระหว่างประชาชนกับประชาชน ดังนั้น ประชาชนชาวสวีตเซอร์แลนด์ ที่มาทำงานกับชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ จึงมีแนวคิดที่เชื่อมโยงกัน ตลอด 20 ปีที่ผ่านมาแนวคิดเหล่านี้เริ่มต้นจากฝ่ายเกษตรกรก่อน แต่ขณะนี้ความตระหนักรู้และความก้าวหน้าของผู้บริโภคที่จะแสดงพลังอำนาจในการซื้อ จะผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นหรือดำรงอยู่ได้ ปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความรู้มากกว่าเกษตรกร

3. ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดตลาดและวิธีการผลิตข้าว ผู้บริโภคเป็นคนเปลี่ยนแปลงเกษตรกร หากผู้บริโภคตื่นตัวและต้องการซื้อสินค้าอินทรีย์ เกษตรกรก็จะผลิตสินค้าออกมา เกษตรกรท่านหนึ่งเคยให้สัมภาษณ์ว่า ในความจริงแล้ว เขาไม่อยากจะใช้สารเคมี แต่ผู้บริโภคต้องการผักสวยงาม ไม่มีแมลงเจาะ เขาจึงจำเป็นต้องใช้สารเคมี แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ หรือตื่นตัวในเรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัยค่อนข้างน้อย จึงทำให้ตลาดเกษตรอินทรีย์เติบโตช้า เพราะขาดการตระหนักรู้ด้านความปลอดภัย หมอไม่สามารถยืนยันได้ว่าการเสียชีวิตในประเทศไทยโดยเฉพาะโรค NCDs มีสาเหตุมาจากอาหารที่รับประทานทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมี ยาฆ่าแมลง ผงชูรส สารสี สารความกรอบ (บอแรกซ์) และการตรวจสอบความปลอดภัยในประเทศไทยไม่ค่อยเข้มงวด อาหารที่ขายตลาดนัดตามต่างจังหวัดไม่มีคุณภาพ รวมถึงขนมอบกรอบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพ

แต่เมื่อเป็นอาหาร ผู้บริโภคมีสิทธิ์เลือกรับประทานอาหารประเภทใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความชอบ เช่น อาหารที่ใส่ผงชูรส ใส่สารสีจำเป็น ใส่สารกันบูด ซึ่งมีความจำเป็นในเชิงอุตสาหกรรม ดังนั้น เมื่อต้องการขับเคลื่อนเรื่องเกษตรอินทรีย์จึงทำได้ยาก แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ หากผู้บริโภคเกิดความตระหนักรู้ ก็จะทำให้เกิดความเข้าใจและเชื่อมโยงตัวเองกับอาหารที่รับประทานว่าเป็นอาหารอินทรีย์ดีต่อสุขภาพ อาหารเคมีส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างไร ดังนั้นต้องสร้างความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังมีนัยยะสำคัญของการใช้ภาษา เช่น กินข้าวของหมอเขียว (แก้วใจเพชร กล้าจน) หมอเขียวบอกว่าถ้ามอดกินได้ คนก็กินได้ ปลอดภัย ฟังแล้วเป็นเรื่องขบขัน มอดกินได้แต่เมื่อเราเจอมอด จะรังเกียจและรีบไล่ทิ้ง เพราะเราไม่สามารถอยู่ร่วมกับสัตว์ได้ ต้องทิ้ง ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการมีมอดในข้าวถือว่าการคัดกรองข้าวอย่างหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าข้าวไม่มีสารเคมี มอดจึงกินข้าวได้ เป็นต้น

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร ผู้บริโภค และรัฐบาล ความจริงแล้วอำนาจอยู่ที่ผู้บริโภค จึงเกี่ยวข้องกับเรื่อง Contact Farm คือ ระบบการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ หรือการเพาะปลูกพืช ที่มีการทำสัญญาซื้อขายผลผลิตล่วงหน้าระหว่างฝ่ายเกษตรกร หรือเจ้าของฟาร์ม เช่น เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เลี้ยงหมูกับบริษัท ไม่มีอำนาจในการต่อรอง หากคุณมีปัญหาเกี่ยวกับบริษัท บริษัทก็จะเลิกจ้างคุณ ทำให้ขาดรายได้ ดังนั้น เกษตรกรกับบริษัทที่ร่วมทุนกัน เกษตรกรจะไม่มีอำนาจต่อรอง แต่อำนาจขึ้นอยู่กับสังคมหรือผู้บริโภค เพราะสิ่งที่บริษัทกลัว คือ กลัวว่าสังคมจะรู้ว่าบริษัทเอาเปรียบเกษตรกร ปฏิบัติกับเกษตรกรอย่างไม่เป็นธรรม

สำหรับการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ต้องมีการเชื่อมโยงด้านการตลาดและการแปรรูปหลังจากการผลิต ให้เป็นห่วงโซ่ความมั่นคงทางอาหารในที่สุด เพราะการสร้างความมั่นคงทางอาหารต้องมีทั้งช่องทางการขาย การทำความเข้าใจ สื่อสาร และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค แต่จะอย่างไรให้ผู้บริโภคตื่นตัว เกิดการเชื่อมโยงตัวเอง กับการบริโภค ความปลอดภัยในการบริโภค และความเป็นธรรมในสังคม

อภิปรายผลการวิจัย

ในเชิงทฤษฎีพื้นที่สาธารณะของเจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Habermas, J., 1992) การเคลื่อนไหวบนพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ขาวนาอินทรีย์ที่เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะโดยมีเงื่อนไขที่จะต้องไม่ถูกจำกัดการมีส่วนร่วมหรือการเข้ามาในพื้นที่สาธารณะ (พื้นที่ของรัฐ) โดยการสร้างตลาดการค้าเพื่อความเป็นธรรมและการรวมกลุ่มของชุมชนนำไปสู่การพูดคุย ถกเถียง ตัดสินใจร่วมกันในพื้นที่สาธารณะจนเกิดเป็นตลาดสีเขียวขึ้นในชุมชน โดยความพยายามในการสร้างตลาดการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) เพื่อเพิ่มทางเลือกทางการตลาดข้าวอินทรีย์สำหรับชาวนา เพื่อป้องกันผลกระทบจากโครงสร้างการตลาดข้าวที่ไม่เป็นธรรม โดยรูปแบบความสัมพันธ์ใหม่ทางการตลาดได้สร้างโอกาส อำนาจ และสิทธิของชาวนาผ่านพื้นที่สาธารณะ ถึงแม้ชาวนาเป็นผู้ผลิตข้าวแต่กลับอยู่ในตำแหน่งล่างสุดของกระบวนการค้าข้าวที่ยึดโยงกับโรงสีและผู้ส่งออกข้าว ทำให้ความสัมพันธ์มีลักษณะถูกกำหนดโดยผู้ซื้อเป็นหลัก มีความเหลื่อมล้ำทางความรู้และเทคโนโลยีสูง และกระบวนการค้าข้าวสามารถผลกระทบไปให้กับชาวนาผ่านการกำหนดคุณภาพข้าว รวมถึงชาวนาไม่ได้มีทางเลือกในความสัมพันธ์ลักษณะนี้ ชาวนาจึงได้พยายามปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ทางการตลาดด้วยวิธีการต่างๆ ในการพึ่งพาตนเอง สร้างอิสรภาพในการค้า เพิ่มมูลค่าข้าว แก้ไขปัญหาพฤติกรรมในการบริโภค สร้างการยอมรับ และพื้นที่ยืนในสังคมให้กับชาวนาโดยวางรูปแบบ "ตลาดใหม่" ที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาความไม่เป็นธรรมในการกระจายผลประโยชน์ที่เปลี่ยนความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การเปิดพื้นที่ความสัมพันธ์ทางการตลาดกับชาวนาที่แปลงนา การกระชับความสัมพันธ์ระหว่างชาวนากับผู้บริโภค การปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างชาวนากับคนกลาง การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ชาวนาผ่านการสร้างความยอมรับจากหน่วยงานของรัฐ ประกอบกับการขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการตลาดจากเดิมเป็นเรื่องของการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ไปสู่การบริหารจัดการเชิงพื้นที่เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสในการกำหนดทิศทางที่สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความต้องการ และบริบทของพื้นที่ในการสร้างและพัฒนาระบบสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับสมรรถนะของประชาชนในภาคเกษตรร่วมกัน หรืออาจอยู่ในรูปแบบการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนก็ยังคงมีความสำคัญอย่างมาก ในการเป็นภูมิคุ้มกันให้กับชาวนาในช่วงที่ราคาข้าวไม่แน่นอน ซึ่งการรวมกลุ่มของชาวนาเพื่อสร้างตลาดท้องถิ่นและโรงสีของกลุ่มตัวเอง อย่างตลาดสีเขียว ซึ่งเป็นตลาดที่ขายผลผลิตอินทรีย์ในท้องถิ่นโดยชาวนาอินทรีย์ส่วนใหญ่ที่เป็นชาวนารายย่อยมักจะผลิต แปรรูป นำไปจำหน่ายตลาดในชุมชน หรือตลาดใกล้เคียง รวมทั้งแหล่งตลาดสีเขียวต่าง ๆ หรือในกรณีที่รวมกลุ่มกันจัดตั้งโรงสีหรือโรงสีวิสาหกิจชุมชน ก็จะทำหน้าที่เป็นตลาดรับซื้อจากสมาชิก เพื่อส่งจำหน่ายต่อ รวมไปถึงการสร้างตลาดรูปแบบใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย

จากการวิพากษ์เชิงทฤษฎีพื้นที่สาธารณะของ เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส สามารถอภิปรายผลจากวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1) ตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกข้าวอินทรีย์มากกว่าการขายข้าวภายในประเทศ แต่ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหภายในประเทศ เช่น ปัญหาความไม่เข้าใจเกี่ยวกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคที่ไม่ทราบว่าเกษตรอินทรีย์คืออะไร ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นเกษตรอินทรีย์หรือไม่ เป็นปัญหาย่อยพอสมควรว่าอะไรคือเกษตรอินทรีย์อะไรคือใช่หรือไม่ใช่ รวมไปถึงปัญหาของเกษตรกร กล่าวคือต้องมีการทำความเข้าใจกับเกษตรกรในด้านของปัญหาพื้นฐานความเข้าใจของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่เข้าใจว่าเกษตรอินทรีย์คือเกษตรปลอดสารซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง และมีการใช้คำหรือความหมายต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเกษตรปลอดสาร เกษตรปลอดภัย คือเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่าเกษตรอินทรีย์ คือการเกษตรที่ไม่มีสารตกค้าง ต้องมาจากการผลิตที่ไม่มีสารตกค้างจากปุ๋ยและดิน หรือไม่ใช่สารเคมีใช้แต่สารจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ผู้ซื้อส่วนใหญ่ขาดความรู้เรื่องความแตกต่างระหว่างพืชจากเกษตรอินทรีย์และพืชปลอดสารพิษ ในส่วนของเกษตรกรที่ยังขาดความเข้าใจ มักคิดว่าการไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิตถือว่าเป็นพืชจากเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นเรื่องเข้าใจที่ผิดจนอาจนำไปสู่การตั้งราคาที่สูงเท่ากับพืชเกษตรอินทรีย์ ทำให้พืชเกษตรอินทรีย์ที่แท้จริงขายได้ยากขึ้น

สำหรับกลุ่มชาวนาอินทรีย์ก่อนเริ่มที่จะส่งออกข้าวอินทรีย์ไปยังต่างประเทศด้วยตนเอง ควรจะเข้าสู่การค้าขายสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทยก่อน เพราะเป็นจุดเริ่มต้นและการเตรียมความพร้อมที่แต่ละกลุ่มที่จะแสดงความพร้อมก่อนที่จะส่งออกต่างประเทศ ดังนั้นจึงมีขั้นตอนหลายขั้นตอนที่เกษตรกรหรือผู้ประกอบการต้องพัฒนาสินค้าของตัวเองให้ได้ก่อน คนส่วนใหญ่ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME เริ่มจากนำผลผลิตมาแปรรูป และขายด้วยตัวเอง ขายในชุมชนในสหกรณ์ จากนั้นอาจขยายไปขายในอำเภออื่น ๆ เมื่อสินค้าเริ่มมีชื่อเสียงในระดับจังหวัดแล้วกลายเป็นสินค้า

ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP หรือเป็นสินค้าดีเด่นประจำภาค อาจเริ่มขยายไปขายในห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่นและพัฒนาไปขายในห้างระดับประเทศ แล้วจึงเข้าสู่การส่งออกต่างประเทศในที่สุด

2) ความอยู่รอดของชาวนาเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ปัจจัยสำคัญคือผู้บริโภคที่จะเป็นคนเปลี่ยนแปลงเกษตรกร หากผู้บริโภคตื่นตัวและต้องการซื้อสินค้าอินทรีย์ เกษตรกรก็จะผลิตสินค้าออกมา การสร้างการรับรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์และการให้ความรู้ถึงเรื่องสารเคมีตกค้างในเกษตรเคมีที่มีความอันตราย จึงต้องสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น เมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว มีคนสูบบุหรี่จำนวนมาก เมื่อสร้างการรับรู้ผ่านการโฆษณา เช่น โฆษณาฉันทาอะไรให้คุณ ทำไมคุณต้องมาฉันทาด้วยทางอ้อม เป็นการสร้างความตระหนักรู้ที่รุนแรง ปัจจุบัน ผู้สูบบุหรี่ถูกต่อต้านจากสังคม กรณีนี้มีความคล้ายกับกระแสสมุนไพรไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของแพทย์แผนปัจจุบัน หากแพทย์แผนไทยเติบโตขึ้น ประเทศไทยก็ลดการใช้ยาจากต่างประเทศลง หลายโรคไม่ต้องกินยา ทำให้ผู้ผลิตยาขาดรายได้ ดังนั้น หากประชาชนมีสุขภาพดีจะส่งผลกระทบต่อบริษัทยา เมื่อกลับมาพิจารณาเรื่องของเกษตรอินทรีย์และเกษตรเคมี สารเคมีที่มีมูลค่ามากมีการใช้ในอาหารทุกประเภท ในขณะที่เกษตรอินทรีย์ไม่มีการใช้สารเคมีตั้งแต่ขั้นตอนการปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว ซึ่งการไม่ใช้สารเคมีทำให้เกิดผลกระทบต่อทั้งระบบ เมื่อเปรียบเทียบกับการรณรงค์เลิกสูบบุหรี่ บุหรี่เลิกได้ง่ายกว่า เพราะคนส่วนใหญ่ไม่สูบบุหรี่ เช่น ผู้หญิง คนที่แพ้ควันหรือฝุ่น เมื่อมีการใช้สื่อรณรงค์ทำให้ผลักคนกลุ่มน้อยออกจากสังคมได้ง่ายกว่า

จากข้อมูลของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุข (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุข, 2566) พบว่า ประชากรชาวไทยเสียชีวิตจากเชื้อดื้อยาปีละ 38,000 คน มากกว่าอุบัติเหตุ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 ข้อมูลเหล่านี้ว่าเชื้อดื้อยามาจากไหน แพทย์อาจอธิบายว่าเกิดจากการจ่ายยาเกินความจำเป็น แต่การผลิตที่ใช้ปฏิชีวนะหรือใช้แอนติไบโอติกมากที่สุดคือ กลุ่มปศุสัตว์ ฟาร์มกึ่ง ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เชื้อแบคทีเรียดื้อยา เมื่อคนเริ่มป่วย หมอไม่สามารถวินิจฉัยได้ว่าเกิดจากสาเหตุใด เปลี่ยนยาไม่ทันเวลาและเสียชีวิตในที่สุด ดังนั้น องค์การอนามัยโลกบอกว่าคนในภูมิภาคเอเชีย มักเสียชีวิตจากการดื้อยาเพราะใช้ยาปฏิชีวนะเกินความจำเป็น ซึ่งสารเหล่านี้ยังอยู่ในวงการเกษตรและวงการแพทย์ ดังนั้นจึงควรมีความตระหนักรู้ด้านการบริโภคที่ปลอดภัยและยั่งยืนให้มากขึ้น

รัฐต้องสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคให้ความใส่ใจเรื่องอาหารปลอดภัยและสุขภาพอนามัยมากขึ้น เนื่องจากผลการวิเคราะห์สาเหตุการเสียชีวิตประจำปี 2566 (กระทรวงสาธารณสุข, 2566) พบว่า คนไทย 45% เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs เช่น โรคเส้นโลหิตตีบตันแตก โรคไต โรคความดันโลหิตสูง โรคอ้วน และอีก 45% เสียชีวิตจากโรคติดต่อจากเชื้อโรค 45% เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง แต่ระบบการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษายังไม่มีการสอนเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs ให้แก่เยาวชน

สรุป

สรุปจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคคือผู้กำหนดตลาดค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยและตลาดส่งออกต่างประเทศ ซึ่งตลาดค้าข้าวอินทรีย์ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจของชาวนา ทำให้ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่รอดได้ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคม ข้าวอินทรีย์จำเป็นต้องมีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศจึงจะทำให้ชาวนาอินทรีย์ไทยอยู่รอดได้ในระบบเศรษฐกิจ ตลาดสีเขียวเป็นตลาดที่ขายผลผลิตอินทรีย์ ไม่ว่าจะเป็นข้าว อาหาร สัตว์ อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากไร่นาหรือชุมชน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำการเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมี ชาวนาเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่ได้เพราะมีตลาดเป็นของตัวเอง มีตลาดเขียวที่จัดทำภายในพื้นที่ ชาวนาที่ขายผลผลิตในตลาดเขียวไม่ได้ขายข้าวเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำพืชผลอื่น ๆ มาขายร่วมด้วย ตลาดเขียวจึงกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของชาวนา จนอาจกล่าวได้ว่ารายได้จากการขายพืชผลในไร่นานั้นสูงกว่าการขายข้าวเลยทีเดียวนั้น ทำให้ชาวนามีรายได้และสามารถอยู่รอดได้ ตลาดสีเขียวเป็นตลาดที่มีทุกภาคของประเทศไทย แต่มีเพียงบางจังหวัดเท่านั้น

ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง มีความตระหนักรู้และให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคมากขึ้น มีการเชื่อมโยงการบริโภคของตนเอง การผลิตที่ปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือสินค้ามีราคาเป็นธรรมหรือไม่ ดังนั้น การที่ประชากรในประเทศไทยเกิดความตระหนักรู้ในจุดนี้ จะทำให้เกิดแรงผลักดันผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศมากขึ้นและเกิดช่องทางการขายผ่านตลาดสีเขียวของเกษตรอินทรีย์ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเป็นคนที่เปลี่ยนแปลงเกษตรกร หากผู้บริโภคตื่นตัวและต้องการซื้อสินค้าอินทรีย์ เกษตรกรก็จะผลิตสินค้าออกมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. ในอนาคตกระแสรักสุขภาพจะมีสูงขึ้นและเกษตรกรทุนใหญ่จะปรับมาทำเกษตรอินทรีย์ ดังนั้น ชาวนาซึ่งเป็นผู้ขายรายย่อยจึงไม่ได้ทำเกษตรแต่เพียงฝ่ายเดียว รัฐบาลจึงต้องมีนโยบายในการรับมือกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ขายรายย่อย จะทำอย่างไรให้สายพานอาหารในอุตสาหกรรมเกษตรไม่ขึ้นอยู่กับบริษัทเกษตรอุตสาหกรรมแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งจะนำมาสู่ความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจ เพราะสายพานอาหารที่ยั่งยืนควรเป็นสายพานอาหารที่สั้น มีการผลิตที่หลากหลายและมีการบริโภคในท้องถิ่น การบริโภคอาหารในท้องถิ่นทำให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งการรักษาวัฒนธรรม ทั้งการลดโลกร้อน ลดความไม่จำเป็นในการขนส่งระยะไกล ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความมั่นคงทางอาหารในท้องถิ่นด้วย ทำให้ชาวนาและเกษตรกรรายย่อยมีโอกาสทางเศรษฐกิจ

2. รัฐบาลต้องมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือเกษตรกร รัฐบาลจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ด้านการบริหารภาคการเกษตร ควรมีการศึกษาและวิจัยทั้งในเชิงระบบและเชิงสังคมที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมชาวนามากขึ้น หรือสามารถดำรงชีวิตอยู่บนความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงได้อย่างไร ในเรื่องยกระดับการผลิตนั้น รัฐบาลควรส่งเสริมเกษตรอินทรีย์อย่างครบ

วงจรในเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ เช่น มีเกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์กี่ครัวเรือน จำนวนกี่ไร่ แต่การพัฒนาเชิงคุณภาพหมายถึง การสนับสนุนให้เกิดการขายที่เชื่อมโยงกับทุกห่วงโซ่อุปทาน มีอุปสงค์และอุปทานที่สอดคล้องกัน การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์นั้นมีหลายด้าน เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายกับผู้บริโภค ราคาที่สูง ระบบการตลาด การพัฒนาระบบการเกษตรที่ไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน การกระจายอำนาจจากบนลงล่างซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร

3. การขับเคลื่อนให้เกษตรอินทรีย์ไปสู่เป้าหมายระดับชาติคือ ให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลกในการผลิตสินค้าอินทรีย์ อาหารปลอดภัยต่าง ๆ ผลักดันให้เกิดนโยบายในการหนุนเสริมด้านเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรม จากเดิมที่มีมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืนหรือเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยควรมีการก่อตั้งกรมส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ และกรมส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน ให้เป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านเกษตรอินทรีย์และเกษตรกรรมยั่งยืนโดยเฉพาะ ดังนั้น แนวทางในการที่จะขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ในเบื้องต้นคือ การมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ดูแลและส่งเสริมด้านเกษตรอินทรีย์โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2566). *จำนวนการตายจำแนกตามกลุ่มสาเหตุการตาย ปี 2566*. สืบค้นจาก https://hdcservice.moph.go.th/hdc/reports/report.php?source=formatted/opd10_sex.php&cat_id=491672679818600345dc1833920051b2&id=8881445af732eb166fa2470ba504696
- เครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN). (2560). *รายงานสรุปการนำเข้าวัตถุอันตรายทางการเกษตรปี พ.ศ. 2560*. สืบค้นจาก <https://thaipan.org/stat/728>
- ชมชวน บุญระหงษ์. (2537). *เครือข่ายตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน*. เชียงใหม่: บัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจาก <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:93094>
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2566). *สถานการณ์การติดยาต้านจุลชีพในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://amrthailand.net/Home/Thailand>
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุข. (2566). *แนวทางการเฝ้าระวังและสอบสวนเชื้อมีดื้อยาต้านจุลชีพ*. สืบค้นจาก <http://narst.dmsc.moph.go.th/>
- สุภา ไยเมือง. (2561). *ชาวนากับความเปลี่ยนแปลง: สำรององค์ความรู้การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจข้าวและการปรับตัวของชาวนาไทยในทศวรรษ 2549-2559*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน.
- วิฑูรย์ ปัญญากุล. (2555). *ความรู้เบื้องต้นเกษตรอินทรีย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุภา.
- เอื้อมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1), 17-29.
- Habermas, J. (1992). Further reflections on the public sphere. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 421-461). Cambridge, MA: MIT Press.
- Dahlgren, P. (1991). Introduction. In P. Dahlgren & C. Sparks (Eds.), *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere* (pp. 1-24). London, England: Routledge.
- Splichal, S. (1999). *Public opinion: Developments and controversies in the twentieth century*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.