น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก: สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดของคนเมือง

PLASTIC BOTTLED WATER: FACILITING FOR URBAN COMMUNITY TO ACCESS CLEAN DRINKING WATER

จรัญยา กิติไพศาลนนท์
Jarunya Kitiphaisannon
นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Ph.D. (Candidate) in Development Education, Srinakharinwirot University versity
ปริชัย ดาวอุดม
Pharichai Daoudom
อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Lecturer, Department of Development Education, Srinakharinwirot University
E-mail: k.jarunya@gmail.com
Received March 22, 2023; **Revised** April 12, 2023; **Accepted** April 29, 2023

บทคัดย่อ

บทความมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดให้กับคนในชุมชนเมืองโดยน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้แนวคิดการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (Modernity) วัฒนธรรมการบริโภค (Consumer Culture) และการเอื้อประโยชน์ (Facility) ตามทฤษฎีการสร้างโครงสร้าง (Structuration Theory) ของแอนโทนี กิ้ดเด้นส์ (Anthony Giddens) โดยใช้วิธีวิจัยชาติพันธุ์วรรณาเชิงวิพากษ์ (Critical Ethnography) ด้วยการศึกษาเอกสาร (Document Analysis) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation and Observation) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) จากผู้ให้ข้อมูลในชุมชนเมืองทั้งสิ้น 10 คน จากกลุ่มผู้ผลิต 2 คน ผู้จัดจำหน่าย 2 คน และผู้บริโภค 6 คน รวมเวลาทั้งสิ้น 9 เดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผลการวิจัยพบว่าภายใต้สภาพสังคมในชุมชนเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย ผู้คนหลั่งไหลเข้ามาแสวงหาโอกาสและรายได้โดยละทิ้งวิธีการจัดหาน้ำสะอาดเพื่อการบริโภคที่พึงทำด้วยตนเองไปพึ่งพาน้ำดื่มบรรจุขวดที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายได้นำเสนอในท้องตลาด โดยแลกเปลี่ยนด้วยเงินตราที่หาได้จากหยาดเหงื่อแรงงานกับความสะดวกที่ได้รับจากน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ตอบโจทย์ความเร่งรีบของการใช้ชีวิตในเมือง ความสะอาดและสุขภาพที่ดีแต่พบว่าความสะดวกที่เกิดขึ้นนี้ เกิดจากกระบวนการทางสังคมที่ไม่เท่าเทียม ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ คนในเมืองจึงตกอยู่ภายใต้สภาวะถูกบีบบังคับให้เหลือทางเลือกในการเข้าถึงน้ำสะอาดเพียงทางเดียว ทำให้คนในชุมชนเมืองต้องสยบยอมดื่มน้ำบรรจุขวดพลาสติกโดยไม่ตั้งข้อสงสัย

คำสำคัญ: การอำนวยความสะดวก, น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก, การพัฒนาสู่ความทันสมัย, วัฒนธรรมบริโภค, ทฤษฎีการสร้างโครงสร้าง

Abstract

The academic article aimed at analyzing the facilitation of access to clean drinking water for urban people by plastic bottled water based on qualitative research under the concept of development towards modernity, consumer culture, and facility according to Structuration Theory purposed by Antony Giddens with Critical Ethnography through document analysis, participant observation, and dialectical semi-structural Interview (Theoretical sampling) from 10 urban informants: 2 manufacturers, 2 distributors and 6 consumers for the duration of 9 months. The saturation data were analyzed by thematic analysis technique. The research found that under the social conditions in urban communities that have changed to modernity, people are flocking to find opportunities and income by abandoning their ways of finding clean drinking water for themselves yet rely on bottled water on the market presented by producers and distributors. They trade their money earning through the sweat of labor for the facility delivered from plastic bottled water in which meet the hustle and bustle of living in the city, cleanliness, and good health. This albeit convenience caused by unequal social processes which not occur naturally. Urban residents are forced to be left with the only alternative to accessing clean water causing people in the urban community to succumb drinking plastic bottled water without suspicion.

Keywords: Facility, Plastic Bottled Water, Modernity, Consumer Culture, Structuration Theory

บทนำ

น้ำเป็นสิ่งสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดไม่เว้นแม้แต่มนุษย์ มนุษย์มีน้ำเป็นส่วนประกอบในร่างกายถึงร้อยละ 75 หากมนุษย์ขาดน้ำอาจส่งผลต่อสุขภาพทำให้การไหลเวียนของเลือดทำงานได้ไม่ดีจนถึงขั้นเสียชีวิตได้ นอกจากมนุษย์ต้องการน้ำดื่มในปริมาณที่เพียงพอได้วันละ 8-10 แก้วต่อวันแล้ว (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2565) ยังต้องการน้ำสะอาดปราศจากการปนเปื้อนของสารอันตรายและเชื้อโรค ดังนั้นการเข้าถึงน้ำสะอาดอย่างเพียงพอจึงมีความสำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งการเข้าถึงน้ำสะอาดถูกกำหนดเป็นเป้าหมายที่ 6 ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Gold: SDG) (สหประชาชาติ, 2565) ให้รัฐมีหน้าที่สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคนและมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ทว่าปรากฏข้อจำกัดหลายประการในการเข้าถึงน้ำบริโภคที่สะอาดอย่างเพียงพอของประชาชนทั่วไป ไม่ว่าจะด้วยกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่จำกัดสิทธิ์ในการเข้าถึงแหล่งน้ำธรรมชาติโดยหน่วยงานของรัฐเข้าควบคุมและจัดการ (กรมชลประทาน, 2565; กรมทรัพยากรน้ำบาดาล, 2565; การประปานครหลวง, 2565ก) ทำให้ต้องมีการขออนุญาตใช้งานตามรูปแบบวิธีการที่กำหนดซึ่งเอื้ออำนวยให้กับคนบางกลุ่มที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและเงินทุน ทรัพยากรน้ำถูกทำให้กลายเป็นสินค้าผ่านกลไกการตลาดที่เต็มไปด้วยนายทุนซึ่งพร้อมจะสร้างกำไรจาก “น้ำ” สินค้าที่อยู่บนฐานความจำเป็นพื้นฐานของชีวิต

การพัฒนาไปสู่ความทันสมัย นอกจากทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผังเมือง มีการถมแม่น้ำคูคลองหันหลังให้กับการใช้ประโยชน์แหล่งน้ำตามวิธีตามธรรมชาติ สร้างมลพิษให้เกิดขึ้นทั่วทุกสารทิศแล้ว

ยังปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมทางสังคมและส่งต่อแนวคิดการบริโภคนิยมที่มาพร้อมกับลัทธิทุนนิยม ชุมชนเมืองเฉกเช่นกรุงเทพมหานครที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองเอกนครหรือเมืองโตเดี่ยว ได้ดึงดูดเอาทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรเศรษฐกิจมารวมตัวกัน ทำให้นอกจากเกิดปัญหาความแออัดและปัญหาด้านมลพิษแล้ว ยังแฝงด้วยปัญหาการเข้าถึงทรัพยากรที่เป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตอย่างน้ำดื่มอีกด้วย ถึงแม้รัฐโดยการประปานครหลวงจะมีภารกิจให้บริการน้ำประปาที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างมั่นคง ทั่วถึง เพียงพอ ด้วยเทคโนโลยีทันสมัยและบุคลากรมืออาชีพ (การประปานครหลวง, 2565ข) ส่งตรงถึงแต่ละครัวเรือนและยืนยันถึงความสะอาดตามมาตรฐานองค์การอนามัยโลก (กรมอนามัย สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง, 2559) ว่าน้ำประปาเป็นน้ำที่ดื่มได้ ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นน้ำประปาอาจเป็นทางเลือกหนึ่งในการเข้าถึงน้ำเพื่อการบริโภคของคนในชุมชนเมือง แต่กลับพบการปนเปื้อนและความไม่สม่ำเสมอของรสชาติที่ส่งผลเชิงลบต่อความเชื่อมั่นคุณภาพของน้ำประปาการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดเพื่อการบริโภคจึงเป็นปัญหาของคนในชุมชนเมืองที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข เปิดโอกาสให้สินค้า “น้ำดื่มบรรจุขวด” ค่อย ๆ เปลี่ยนผ่านแทรกซึมเข้ามาเป็นผลิตภัณฑ์ที่แพร่หลายในตลาดแห่งทุนนิยม

การที่น้ำดื่มบรรจุขวดได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนานปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นเพราะน้ำดื่มบรรจุขวดได้ตอบสนองความจำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวันของคนในชุมชนเมือง ท่ามกลางความรีบร้อนเร่งรีบ ต้องการเดินทางไปไหนมาไหนอย่างคล่องตัว ซึ่งมีลักษณะเป็นสังคมแห่งการพึ่งพาภาระหน้าที่ในการจัดหาน้ำดื่มที่สะอาดให้กับตัวเองหรือคนในครอบครัวจึงถูกผลักออกไปให้กับท้องตลาดโดยยอมนำเงินที่ได้จากหยาดเหงื่อแรงงานของตัวเองไปแลกน้ำดื่มบรรจุขวดอย่างเป็นกิจวัตรประจำวัน (รพีพร สุทาธรรม, 2544) โดยความนิยมที่มีอยู่ยั่งยืนยาวนานนี้ทำให้เห็นว่าน้ำดื่มบรรจุขวดได้ต้องตอบสนองต่อวิถีชีวิตต่อความหมายต่อคุณค่าที่คนในสังคมให้ไว้ร่วมกัน รวมไปถึงสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับคนในชุมชนเมืองได้มากในระดับที่ทำให้คนในชุมชนเมืองเกิดการกระทำซ้ำวิถีแห่งการดื่มน้ำบรรจุขวดต่อไปข้ามผ่านกาลเวลาและสถานที่ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีที่ใช้มองปรากฏการณ์ของสังคมตามบทวิจัยนี้คือ ทฤษฎีการสร้างโครงสร้างของแอนโทนี กิ๊ดเด้นส์ (Anthony Giddens) ซึ่งประกอบไปด้วยการตีความความหมาย (Interpretive Scheme) การเอื้ออำนวยประโยชน์ (Facility) การสนองตอบต่อวิถีชีวิต (Norm) อย่างลงตัว โดยบทความนี้จะพิจารณาถึงส่วนการเอื้อประโยชน์เป็นอันดับแรกว่าเพราะอะไรน้ำดื่มบรรจุขวดจึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด และได้เอื้อประโยชน์อย่างไรให้กับคนในชุมชนเมืองทุกส่วน โดยเฉพาะผู้บริโภค จนทำให้การบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกดำรงอยู่ได้

การศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคน้ำดื่มของคนในชุมชนเมืองที่หลากหลาย เช่น การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวมรวมข้อมูลส่วนตัวที่มีผลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด พบว่าน้ำใสสะอาด น้ำไม่มีตะกอน และน้ำปราศจากกลิ่น มีผลต่อส่วนประสมการตลาด 4Ps มากน้อยตามลำดับ (ศุภโชค ปานดำ, 2563) และการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดซื้อน้ำที่ร้านโชว์ห่วยหรือมินิมาร์ท เป็นประจำสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง โดยซื้อน้ำบรรจุขวดพลาสติกใส ขนาด 500-600 มิลลิลิตร ในราคา 5-10 บาท ครั้งละ 2-6 ขวด มากที่สุด (จิราวัฒน์ อุรุพงษ์สานนท์, 2564) สำหรับบทความนี้เป็นการศึกษาการเอื้อประโยชน์ของน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกที่ทำให้การดื่มน้ำดื่มขวดพลาสติก

กลายเป็นวัฒนธรรมที่มีเสถียรภาพในสังคม เป็นการประยุกต์แนวคิดเชิงสังคมศาสตร์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคน้ำดื่มในชุมชนเมือง ซึ่งนอกจากจะเผยให้เห็นมุมมองความคิดเห็นที่ผู้บริโภคในชุมชนเมืองมีต่อการดื่มน้ำดื่มขวดพลาสติกในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต อันเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสร้างโครงสร้างที่มั่นคงถาวรของการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกของคนในชุมชนเมืองแล้ว ยังต้องการกระตุ้นให้เกิดการตั้งคำถามและสะท้อนคิดแก่คนในสังคมเกี่ยวกับความไม่ปกติของการได้รับความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดด้วยการดื่มน้ำบรรจุขวดพลาสติกบนปรัชญาความคิดแห่งพัฒนศึกษาศาสตร์ที่มุ่งเน้นการศึกษา วิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ บนฐานความรู้ที่มาจากผลพวงแห่งการพัฒนา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดให้กับคนในชุมชนเมืองโดยน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก

การทบทวนวรรณกรรม

1. การบริโภคน้ำดื่มในชุมชนเมือง

ชุมชนเมืองเป็นศูนย์รวมการพัฒนาและความทันสมัยที่ดึงดูดทรัพยากรธรรมชาติและบุคลากรจากพื้นที่ห่างไกล แต่กลับไม่เพียงพอต่อผู้หลั่งไหลเข้ามาในเมืองอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความแออัดและมลภาวะกระจายไปทั่ว มีการสร้างที่พักอาศัย เขตพาณิชย์และอุตสาหกรรม ทับทางเดินระบายน้ำตามธรรมชาติ ตัดถนนเพิ่มและถมคูคลอง หันหลังให้กับความเป็นธรรมชาติ การเข้าถึงน้ำสะอาดและกระบวนการต้มน้ำกรองน้ำจากห้วยหนองคลองบึงตามธรรมชาติแบบเดิมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายทำไม่ได้แล้ว อีกทั้งรัฐกำหนดเงื่อนไขกฎเกณฑ์ที่ซับซ้อนในการเข้าถึงน้ำไม่เป็นอิสระเหมือนในอดีตต้องพึ่งพาน้ำประปาที่ผ่านการบริการของการประปานครหลวงหรือใช้การติดตั้งเครื่องกรองน้ำใช้ในบ้านหรือสำนักงานและการบริการน้ำดื่มตู้กดของเอกชน หรือตามหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ

การปรากฏตัวขึ้นของน้ำดื่มบรรจุขวดยี่ห้อแรกของไทยในนาม “โพลาริส” ได้สร้างปรากฏการณ์เปลี่ยนแปลงการดื่มน้ำของคนในเมืองที่ต้องเผชิญกับภาวะการเปลี่ยนแปลง น้ำไม่สะอาดและไม่เพียงพอของน้ำประปา ครัวเรือนจึงหันมาซื้อน้ำโพลาริส และต่อมาบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ ได้เริ่มผลิตน้ำดื่มตราสิงห์จนประสบความสำเร็จ ทำให้มีผู้ผลิตทั้งรายใหญ่-รายย่อยทุกภูมิภาคเล็งเห็นโอกาสธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดทำให้เกิดเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็ว (สุรัตน์ ณ เชียงใหม่, 2542) การดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดจึงกลายเป็นวิถีชีวิตในการดื่มน้ำของคนในเมืองไป “น้ำดื่มบรรจุขวด” ผันตัวเองจากน้ำให้มีคุณค่าเอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชนเมืองในระบบทุนนิยมที่ทำให้แรงงานแปลกแยกไปจากที่ควรจะเป็น แรงงานต้องพึ่งพาอาศัยตลาดในการซื้อขายแลกเปลี่ยน กล่าวคือ แรงงานต้องผลิตในสิ่งที่ตัวเองไม่ได้ใช้ และใช้ในสิ่งที่ตัวเองไม่ได้ผลิต คนในชุมชนเมืองกลับต้องบริโภคน้ำดื่มอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานผ่านระบบตลาดที่ดูประหนึ่งเหมือนเป็นการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดและเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในชุมชนเมืองในเรื่องการดื่มน้ำสะอาดอย่างถาวร

2. วัฒนธรรมบริโภคกับการบริโภคน้ำดื่ม

วัฒนธรรม (Culture) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากคนในกลุ่มหรือสังคม ที่อาศัยการเรียนรู้และถ่ายทอดแลกเปลี่ยนกันมากกว่าสิ่งที่มีมาแต่ดั้งเดิมโดยธรรมชาติ วัฒนธรรมการบริโภคน้ำดื่ม

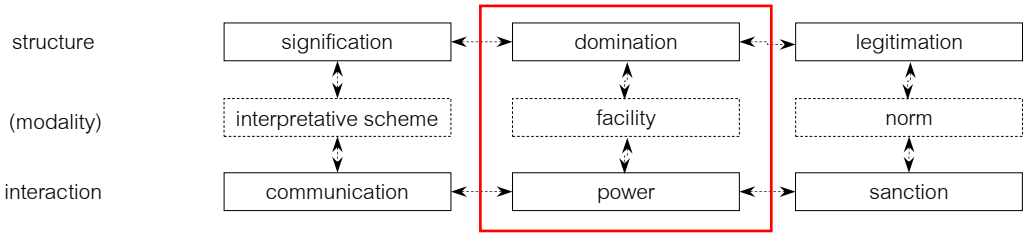
ของไทยมีมาอย่างยาวนานตั้งแต่ชนชั้นกษัตริย์ผู้สูงศักดิ์ ไปถึงไพร่ฟ้าประชาชนในอดีตที่ต้องมีพิธีเก็บน้ำสะอาดใช้ในพิธีศักดิ์สิทธิ์ สำหรับการอุปโภคและการบริโภคซึ่งมีจารึกไว้ตั้งแต่สมัยสุโขทัยมาจนถึงรัตนโกสินทร์ (ดินาร์ บุญธรรม, 2555) จนถึงสมัยแห่งการพัฒนาสร้างเป็นชุมชนเมืองสมัยใหม่ในช่วงแรกพบวัฒนธรรมการดื่มน้ำฝน การดื่มน้ำคลอง โดยผ่านและไม่ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้ออย่างง่ายด้วยการต้ม การแกว่งสารส้ม หรือการหยดน้ำยาอุทัยทิพย์เพื่อดับกลิ่น แต่เมื่อมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้หันมาสนใจเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยมากขึ้น เปิดโอกาสให้การดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดเข้ามาแทนที่วัฒนธรรมการบริโภคน้ำดื่มแบบเดิม

การบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดถือว่าเป็นวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่คนในเมืองสร้างขึ้นเองจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของกลุ่ม และบำบัดความทุกข์กังวลจากข้อจำกัดในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดด้วยวิธีการอื่น คนในเมืองโดยส่วนใหญ่ยอมรับการดื่มน้ำบรรจุขวดให้เป็นแบบแผนในการดำรงชีวิต มองว่าเป็นสิ่งจำเป็นในสังคม การบริโภคน้ำจะต้องบริโภคน้ำที่สะอาดปลอดภัย และมีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย เกิดจากการเรียนรู้ภายหลัง จากประสบการณ์ที่คนในสังคมเมือง เช่น ความไม่สะอาดจากการบริโภคน้ำดื่มโดยวิธีอื่นเป็นการเรียนรู้ทางสังคม และจากการขัดเกลาและการถ่ายทอดผ่านภาษาและสัญลักษณ์ จากบุคคลอื่นในสังคมที่อยู่ด้วยกัน รวมทั้งการโฆษณาชวนเชื่อที่เกิดขึ้นผ่านระบบทุนนิยม ทำให้เกิดสภาวะบริโภคนิยม ที่กระตุ้นให้คนในสังคมใช้จ่ายมากขึ้นกว่าความจำเป็น

ทั้งนี้ วัฒนธรรมอาจเคลื่อนตัวไปมาได้จากผู้คนในสังคมที่ให้ความหมายและคุณค่ากับสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน และอาจจะก่อตัวขึ้นเป็นวัฒนธรรมบริโภค ซึ่งได้เปลี่ยนกิจกรรมการบริโภคที่มีความเรียบง่ายและดูเป็นธรรมชาติในอดีตไปเป็นสังคมที่อยู่โดยมีการบริโภคเป็นศูนย์กลาง ผู้คนใช้การบริโภคและใช้สินค้าเป็นตัวบ่งชี้ถึงเกียรติยศ อัตลักษณ์ และตำแหน่งของตนในสังคมที่คนในชุมชนเมืองที่ติดกับดักแห่งการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยภายใต้แนวคิดทุนนิยม สร้างสังคมบริโภคนิยม ส่งเสริมการสร้างกฎเกณฑ์แห่งความหมายและความถูกต้องที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมการได้มาซึ่งทรัพยากรใหม่ที่ทำให้เกิดการเอื้อประโยชน์ในการให้อำนาจ

3. การสร้างความเป็นโครงสร้าง (Structuration) กับการบริโภคน้ำดื่มในฐานะวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ความมั่นคงต่อเนื่องของวัฒนธรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดจนกลายเป็นสถาบันทางสังคม (Institution) ตามหลักทฤษฎีการสร้างโครงสร้างของแอนโทนี่ กิดเด้นส์ (Anthony Giddens, 1984) เป็นแนวคิดการบูรณาการผู้กระทำการและโครงสร้าง (Agency-structure Integration) ที่อธิบายว่าสถาบันเป็นโครงสร้าง (Structure) ซึ่งเป็นทั้งผลลัพธ์และถูกจำกัดโดยการกระทำของมนุษย์ (Agency)



แผนภาพที่ 1 การสร้างความเป็นสถาบัน (Institution Formation)
(ที่มา: Giddens, 1984)

จากแผนภาพที่ 1 แสดงการสร้างความเป็นสถาบัน โดยประกอบด้วย โครงสร้าง (Structure) ที่อยู่ส่วนบน เป็นส่วนที่จำกัดการกระทำของผู้กระทำการขณะเดียวกันก็อนุญาตให้ผู้กระทำกระทำการขณะที่ผู้กระทำการปฏิสัมพันธ์กันในสังคมจะเกิดการผลิตและผลิตซ้ำทั้งกฎเกณฑ์การให้ความหมาย (Signification) และความถูกต้อง (Legitimation) และการครอบครองทรัพยากร (Domination) ซึ่งก็คือโครงสร้างหรือวัฒนธรรม ผ่านรูปแบบทางเลือกของการสร้างโครงสร้าง (Modalities of Structuration) ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ผู้กระทำการผ่านการสื่อสาร (Communication) การใช้อำนาจ (Power) และการให้รางวัล/ลงโทษ (Sanction) ในทุกปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้กระทำการจะทำให้โครงสร้างของสังคม (วัฒนธรรม) เคลื่อนที่ไปไม่มากก็น้อยก้าวข้ามกาลเวลาและพื้นที่ เมื่อการเคลื่อนที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอ่อนแรง ก็ทำให้โครงสร้างแข็งแกร่งและทำให้มีความสถิตเสถียรสถาพจนกลายเป็นสภาบันในที่สุด

บทความนี้เน้นศึกษาการอำนวยความสะดวกของน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกที่มีผลทำให้คนในชุมชนเมืองเกิดความสะดวกสบายในการเข้าถึงน้ำสะอาดเป็นการใช้อำนาจ (Exercise Power) กับทรัพยากรที่ได้ครอบครองทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายหรือการอำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้อำนาจหรือใช้ทรัพยากรที่แต่ละกลุ่มมีในการทำให้วัฒนธรรมแห่งการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดยั่งยืนซึ่งจะวิเคราะห์ร่วมกับการพัฒนาสู่ความทันสมัยและวัฒนธรรมบริโภคที่ทำให้การบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดมั่นคงต่อเนื่องสืบไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อการศึกษาน้ำดื่มบรรจุขวดที่มีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้กับคนในชุมชนเมือง โดยใช้แนวคิดของการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย วัฒนธรรมการบริโภคร่วมกับทฤษฎีการสร้างโครงสร้างของแอนโทนี่ กิดเด้น (Anthony Giddens, 1984) ซึ่งแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกที่อาศัยในชุมชนเมือง

แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่องความเป็นสถาบันของการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกในชุมชนเมืองของประเทศไทยที่นำเสนอบทบาทของน้ำดื่มบรรจุขวดในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับคนในชุมชนเมือง ดำเนินการวิจัยโดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ภายใต้กระบวนการศึกษาลักษณะชาติพันธุ์วรรณนาเชิงวิพากษ์ (Critical Ethnography) ที่ใช้กระบวนการสะท้อนคิด (reflexive) วิพากษ์ถึงความสัมพันธ์ของความเป็นผู้มีอิทธิพลเหนือกว่า การถูกกดทับ และความไม่สมดุลของอำนาจของคนในสังคมนั้น (Thomas, 1993) ว่าการบริโภคน้ำดื่มของชุมชนเมืองผ่านน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก เกิดจากความเชื่อ ความสะอาด ความเป็นมลพิษ สุขภาพและความรู้

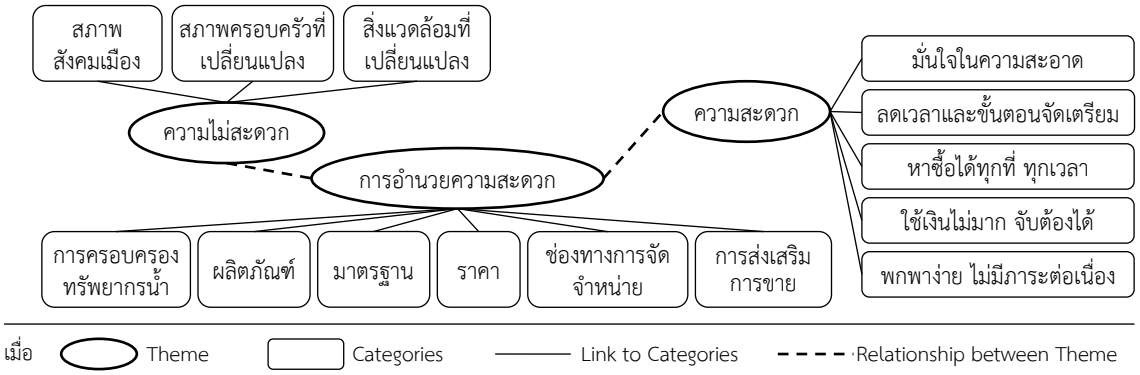
ด้านอื่นที่ทำให้ถูกเชื่อว่าเป็นความจริงที่เกิดขึ้นจากความไม่เท่าเทียมกันของการเข้าถึงทรัพยากรและข้อเท็จจริง

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยด้วยการศึกษาเอกสาร (Document Analysis) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation and Observation) ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในลักษณะการสนทนาเชิงลึกแบบวิภาษวิธี (Dialectics) ตามประเด็นคำถามกึ่งโครงสร้างที่เตรียมไว้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์แต่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ โดยผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักของการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทำให้เกิดการสะท้อนคิดระหว่างและภายหลังการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนทำให้น้ำดื่มขวดพลาสติก เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำสะอาดที่ใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ผลิต กลุ่มที่ 2 ผู้จัดจำหน่าย ซึ่ง 2 กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มเฉพาะที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงใช้การสุ่มแบบต่อเนื่องจากผู้แนะนำ (Gate Keeper) เพื่อให้ได้กลุ่มคนเฉพาะที่สามารถให้ข้อมูลได้ลึกซึ้งและครอบคลุมทฤษฎี ขณะที่กลุ่มที่ 3 ผู้บริโภค ใช้การสุ่มตามโอกาสเพื่อความยืดหยุ่น โดยกำหนดเกณฑ์ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ชีวิตในเขตชุมชนเมือง (Urban Community) บนความแตกต่างของฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพและลักษณะที่พักอาศัย

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกนำมาวิเคราะห์เชื่อมโยงรหัสทันทีแล้วสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนต่อไปเพื่อเติมในสิ่งที่ยังขาดอยู่ จนกระทั่งข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลซ้ำกันเป็นแบบแผนที่แน่นอนแม้จะสอบถามคนอื่นก็ได้ข้อมูลลักษณะเดียวกัน และข้อมูลครบองค์ประกอบเชิงทฤษฎีอันเรียกว่าเป็น “ความอิ่มตัวของข้อมูลเชิงทฤษฎี” (Theoretical Saturation) (Glaser & Strauss, 1967) ซึ่งใช้เวลาสัมภาษณ์รวม 9 เดือน มีผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 10 คน เป็นผู้ผลิต 2 คน ผู้จัดจัดหน่าย 2 คน และผู้บริโภค 6 คน ข้อมูลที่อิ่มตัว (Data Saturation) จะถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากแหล่งอื่น ทั้งข้อมูลเอกสารและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) และจัดทำรายงานผล ซึ่งใช้การตรวจสอบความถูกต้องด้วยกระบวนการ Trustworthiness/Creditability (วรรณดี สุทธินรากร, 2559) ที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ของความน่าเชื่อถือในการวิจัยไว้ 4 ประการ กล่าวคือความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Credibility) การนำข้อมูลไปใช้อ้างอิงกับบุคคลอื่น (Transferability) การพึ่งพิงกันของข้อมูล (Dependability) และสามารถยืนยันได้ (Conformability)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดให้กับคนในชุมชนเมืองโดยน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกอันเกี่ยวกับหลักทฤษฎีการสร้างโครงสร้าง วัฒนธรรมบริโภคและการพัฒนาสู่ความทันสมัย พบว่า การอำนวยความสะดวกอธิบายได้ถึงการโยกย้าย สับเปลี่ยน จัดสรรทรัพยากร เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดให้คนในชุมชนเมืองเกิดความสะดวกสบาย สามารถอธิบายด้วยแผนผังแก่นสาระที่ประกอบด้วยความไม่สะดวกในการเข้าถึงน้ำสะอาด การอำนวยความสะดวกโดยผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก และความสะดวกของผู้บริโภค ดังนี้



แผนภาพที่ 3 ผังแก่นสาระ (Thematic Map) การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาด

1. ความไม่สะดวกของการเข้าถึงน้ำของคนในชุมชนเมืองจากอดีตถึงปัจจุบัน

สังคมเมืองผลพวงจากการพัฒนาสร้างขึ้นจากการดูดซับทรัพยากรที่สำคัญต่าง ๆ จนกลายเป็นภาพพื้นที่แห่งโอกาสของชีวิต ทั้งการศึกษา การเงิน การงานอาชีพ จูงใจให้คนในชนบทหลั่งไหลมาทั้งด้วยความเต็มใจและไม่เต็มใจเพื่อไขว่คว้าโอกาส โดยคาดหวังว่าชีวิตของตนและคนที่อยู่เบื้องหลังจะสุขสบายมากขึ้น บ้างย้ายถิ่นฐานอพยพทั้งครอบครัวมาตั้งรกรากใหม่ บ้างเข้ามาเพื่อศึกษาหาความรู้ตั้งแต่วัยฉกรรจ์หรือมาทำงานสู้ชีวิตหาเงินส่งกลับบ้าน บ้างมีโอกาสสร้างครอบครัวใหม่ การเปลี่ยนสถานะของผู้คนที่อพยพเข้ามาในเมืองทำให้การใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ซึ่งไม่เพียงส่งผลต่อการใช้ชีวิตของผู้ที่ย้ายถิ่นฐานเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อคนในชุมชนเมืองโดยกำเนิดที่ต้องรับกับสภาพแวดล้อมเสื่อมถอย

คนในชนบทที่เคยเข้าถึงน้ำดื่มได้ง่ายจากแหล่งน้ำธรรมชาติโดยนำมาผ่านกรรมวิธีที่ไม่ยุ่งยาก แต่ได้รับความเชื่อถือว่ามีความสะอาดเพียงพอ เช่น การแกว่งสารส้มเพื่อตกตะกอน ใช้น้ำยาอุทัยทิพย์ดับกลิ่น ต้มเพื่อฆ่าเชื้อโรค หรือแม้กระทั่งการดื่มน้ำฝนที่ตั้งพักไว้ในโอ่งแบบดิบ ๆ ทุกบ้านเข้าถึงและเก็บกักน้ำได้เอง ก่อนถึงฤดูฝนของทุกปีสมาชิกในบ้านต่างรู้หน้าที่ ร่วมกันทำความสะอาดภาชนะบรรจุน้ำ เช่น โอ่ง ตุ่ม คว่ำไว้ รอฝนแรกชะล้างสิ่งสกปรกบนหลังคา แล้วค่อยหันรางน้ำเข้าสู่ภาชนะเพื่อรองรับน้ำไว้ใช้งานในอีก 6 เดือนที่ไม่มีฝน หากน้ำไม่เพียงพอก็อาศัยการขุดบ่อบาดาลประจำบ้านมีเหลือจะแบ่งปันกันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย โดยไม่จำต้องพึ่งพาน้ำประปาเพื่อการบริโภค ในบ้านจะมีฝ่ายสนับสนุนจัดเตรียมต้มน้ำไว้สำหรับคนที่ต้องออกไปทำงาน ทำไร่ ทำนา ทำสวน ทุกบ้านจึงไม่จำเป็นต้องซื้อน้ำดื่มเพราะหาได้ใกล้ตัว และมีเพียงพอสำหรับทุกคนในครอบครัว รวมทั้งยังเผื่อแผ่ให้แขกเหรื่อหรือแม้กระทั่งคนสัญจรไปมาได้ตักดื่มจากตุ่มหน้าบ้านเพื่อดับกระหายได้ตามสะดวกกระบวนการเข้าถึงน้ำสะอาดเพื่อการบริโภคที่ว่านี้ก็เกิดขึ้นกับคนในชุมชนเมืองก่อนที่สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป คนในชุมชนเมืองมีโอกาสได้ดื่มน้ำฝน ใช้น้ำจากคลองที่สะอาด เข้าถึงน้ำตามธรรมชาติอันแสนสะดวกสบายและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

การพัฒนาที่เกิดขึ้นทำให้คนในสังคมเมืองทั้งที่อยู่เดิมหรืออพยพมามิอาจหลีกเลี่ยง “การเปลี่ยนแปลง” ที่มีผลต่อการเข้าถึงน้ำสะอาดเพื่อการบริโภค จากผู้บุกเบิกได้ชักชวนญาติมิตรมาพักอาศัยเพิ่มเกือบสิบคน บางแห่งปลูกสร้างบ้านชั่วคราวจากหลังคาสังกะสีผุเก่าป้ายผ้าใบเหลือใช้ จำนวนประชากรในเมืองที่มากขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้พื้นที่จำกัดจนเกิดความแออัด ทรัพยากรที่มีอยู่จึงไม่เพียงพอประกอบกับการพัฒนาความเป็นเมือง สร้างแนวคิดเมืองอุตสาหกรรมทำให้สภาพแวดล้อมเปลี่ยนไป ผู้คนหันหลังให้กับแหล่งน้ำธรรมชาติ นอกจากจะปลูกสร้างอาคารขวางกั้นทางน้ำ ยังไม่ดูแลรักษา

ทิ้งเศษปฏิกูล น้ำทิ้ง ทำให้เกิดภาวะมลพิษน้ำเน่าเสียจนใช้การไม่ได้ ทั้งกฎหมายที่บัญญัติขึ้นยังจำกัดการเข้าถึงแหล่งน้ำธรรมชาติอย่างอิสระแตกต่างจากในอดีต ทำให้คนในเมืองต่างรู้สึกถึง “ความไม่สะดวก” ในการเข้าถึงน้ำที่สะอาด

เสียงจากคนในชุมชนที่ว่า “ไม่รู้จะเข้าถึงแหล่งน้ำธรรมชาติที่สะอาดเช่นในอดีตได้อย่างไร” “ไม่รู้จะเข้าถึงน้ำดื่มฟรีได้อย่างไร” “ที่ทางมีจำกัด ต้องอยู่ในอาคารสูง จะหาภาชนะมารองน้ำฝนก็ทำไม่ได้” “น้ำฝนในเมืองเปลี่ยนสภาพเป็นน้ำที่ดื่มไม่ได้จากภาวะมลพิษ” บ่งบอกถึงความไม่สะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดดังเช่นที่ผ่านมา ด้วยความเร่งรีบต่างคนมีหน้าที่ที่ตนคิดว่าสำคัญต้องทำตั้งแต่เช้าจรดเย็นกับการเดินทางที่แออัดคับคั่งในแต่ละวันแทบไม่เหลือเวลาให้กับตัวเอง จึงอยากใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนทำกิจกรรมส่วนตัว และเตรียมงานวันถัดไป การเตรียมน้ำดื่มด้วยตัวเองทุกวันด้วยการทำให้น้ำสะอาด การล้างทำความสะอาดภาชนะและการบรรจุน้ำในภาชนะจึงถูกมองเป็นส่วนเกินของชีวิตและด้วยข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงให้ครอบครัวมีขนาดเล็กลง จึงไม่มีฝ่ายสนับสนุนจัดเตรียมน้ำดื่มให้กับคนที่ต้องออกไปนอกบ้าน บางครอบครัวแม้มีการติดตั้งเครื่องกรองน้ำไว้ที่บ้าน แต่การล้างภาชนะและกรอกน้ำด้วยตัวเองยังถูกมองว่าเป็นภาระมากเกินไป ทำให้เดินทางไปจุดหมายไม่ทันกำหนด อีกทั้งการพกพาภาชนะบรรจุน้ำดื่มจากบ้านเพิ่มน้ำหนักให้กับสัมภาระที่หนักมากอยู่แล้วอาจลืมทิ้งไว้ในสถานที่ต่าง ๆ ได้ การหอบหิ้วกระติกน้ำทำให้กระเป๋าต้องมีขนาดใหญ่ขึ้นไม่สะดวกในการเดินทางสาธารณะที่ต้องเบียดเสียดผู้คน

น้ำประปา บริการสาธารณะที่เสนอตัวว่าเป็นแหล่งน้ำดื่มที่สะอาดได้สร้างความสะดวกสบายให้คนชุมชนเมืองในระดับครัวเรือนเพียงเปิดก๊อกน้ำที่ติดตั้งไว้รอบบ้าน แต่กลับไม่ได้รับความเชื่อมั่นว่ามีความสะอาดเพียงพอที่จะ “ดื่มได้” ตามประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประปาว่าน้ำประปาได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลให้ดื่มได้ เสียงสะท้อนจากผู้บริโภคที่มักได้เห็นและทราบข่าวการปนเปื้อนบริเวณแหล่งกักเก็บน้ำดิบ เช่น ความเค็ม การมีสัตว์ตายลอยน้ำ ขยะและสิ่งปฏิกูล เป็นต้น การได้เห็นกระบวนการแก้ปัญหาท่อส่งน้ำสาธารณะแตก-รั่ว ที่เจ้าหน้าที่ใช้วิธีการซีลท่อโดยไม่ทำความสะอาดก่อน ปล่อยความสกปรกที่ขังไว้ส่งไปตามท่อ “ไม่รู้บ้านไหนจะได้รับรางวัลนี้” และสีของน้ำที่ไม่สม่ำเสมอ บางครั้งเห็นเป็นสีสนิมของท่อน้ำ ยังมีกลิ่นคลอรีนรุนแรง และรสชาติของน้ำที่เปลี่ยนแปลงไป ถึงกระนั้นมีบางครัวเรือนได้นำน้ำประปามาต้มหุงอาหารแต่จะพบตะกรันภายในภาชนะเสมอซึ่งถูกสงสัยว่าเป็นสาเหตุของนิ่วที่ตรวจพบในร่างกายของปู่ย่าตายายและผู้ใหญ่ในครอบครัว ทำให้ผู้บริโภคไม่อาจวางใจให้น้ำประปาเป็นแหล่งน้ำสะอาดเพื่อการบริโภคได้

นอกจากนี้องค์กรผลิตน้ำประปาที่บริหารงานโดยรัฐ ยังถูกตั้งคำถามถึงประสิทธิภาพในการทำงานตั้งแต่ระดับบริหารถึงระดับปฏิบัติการเมื่อเทียบกับต่างประเทศที่ยึดถือข้อปฏิบัติตามมาตรฐานอย่างจริงจังมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพียงพออันส่งผลต่อความรู้สึกเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตน้ำว่าจะได้น้ำที่สะอาด คนในประเทศเหล่านั้นจึงยอมรับการดื่มน้ำประปาอย่างสนิทใจและดื่มน้ำประปาเป็นเรื่องปกติแพร่หลาย ทั้งในบ้านและที่สาธารณะและยังถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งผู้บริโภคเห็นว่าแตกต่างกับประเทศไทยอย่างสิ้นเชิง น้ำประปาจึงไม่ได้แสดงบทบาทเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำสะอาดทั้งทางกายภาพและต่อจิตใจของคนเมือง

เมื่อกล่าวถึงการบริการน้ำดื่มภาคบังคับตามกฎหมายในสถานที่ทำงาน และภาคสมัครใจตามหน่วยงานต่าง ๆ ในโรงเรียนได้รับการตอบรับอย่างดีโดยเฉพาะนักเรียนเพราะไม่ต้องใช้เงินค่าขนมที่ได้มาจำกัด การสื่อสารผ่านป้ายประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจดื่มน้ำลดข้อสงสัยเรื่องความสะอาดที่มาจากกระบวนการบำรุงรักษาและสภาพแวดล้อมสำหรับในสถานที่ทำงานและหน่วยงานบางแห่ง

ยังถูกมองว่าเป็นสาธารณะมากเกินไป ยิ่งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคที่รุนแรง โดยเฉพาะในโรงพยาบาลที่คราคร่ำไปด้วยผู้คนที่มารักษาความเจ็บป่วยจึงไม่ได้รับการยอมรับมากนัก

ผู้ใช้บริการตู้หยอดเหรียญน้ำดื่มของเอกชนที่กระจายทั่วไป พบว่าน้ำดื่มมีกลิ่น มีตะกอน รู้สึกถึงความไม่สะอาด ส่วนเครื่องกรองน้ำที่คิดว่าสะดวกและตอบโจทย์สุขภาพได้ด้วย กลับมีปัญหาว่าหากต้องการน้ำคุณภาพดีจะมีราคาสูงจึงนิยมในคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี คนทำงานในเมืองส่วนใหญ่ที่ไม่มีเงินเก็บเป็นก้อนไม่อาจ “ลงทุน” กับการซื้อเครื่องกรองน้ำมาใช้ได้อีกทั้งข้อจำกัดที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ติดตั้งในอาคารบ้านเช่า เมื่อติดตั้งเครื่องกรองน้ำแล้วต้องบำรุงรักษาเปลี่ยนไส้กรองน้ำตามรอบระยะเวลาเพื่อคงคุณภาพน้ำให้สะอาดการเลือกเครื่องกรองน้ำที่เหมาะสมยังต้องใช้เวลาและความรู้จึงไม่ได้สร้างความสะดวกสบายที่แท้จริงให้กับคนในเมืองที่ส่วนใหญ่ไม่มีทั้งเงินและเวลาที่เพียงพอ

ความไม่สะดวกดังที่กล่าวข้างต้น ได้เปิดโอกาสให้น้ำดื่มบรรจุขวดที่ในตอนแรกถูกหลายคนมองข้ามไป เข้ามามีบทบาทสนองตอบความต้องการกับความจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของคนในเมือง

2. กระบวนการในการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาด

เมื่อสภาพแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในเมืองบีบบังคับให้คนในเมืองตกอยู่ภายใต้ความไม่สะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด “น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก”จึงเข้ามามีบทบาทลดข้อจำกัดหลายประการสร้างความสะดวกในการใช้ชีวิตผ่านกลไกการตลาดแบบทุนนิยมที่ประกอบด้วยนายทุนผู้ผลิตที่สร้างผลิตภัณฑ์ให้ผู้จัดจำหน่ายได้จัดส่งต่อไปถึงมือผู้บริโภคตามห่วงโซ่อุปทานอาจพิจารณาได้ ดังนี้

(1) การครอบครองทรัพยากรน้ำ (Water Resource Domination) การพัฒนาสู่ความทันสมัยได้ผลักดันทรัพยากรน้ำตามธรรมชาติให้เข้าสู่การซื้อขายผ่านตลาดในระบบทุนนิยมผู้ที่มีทรัพยากรด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และความรู้ จะได้รับโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรน้ำต้นทางในการผลิตมากกว่าจากกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์การใช้น้ำเพื่อเป็นผู้ให้บริการแทนรัฐโดยการให้สัมปทานในการประกอบกิจการประปา (สำนักบริหารจัดการน้ำ, 2561) ผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดรายใหญ่ จะตั้งโรงงานผลิตไว้กระจายตัวตามแหล่งน้ำต้นทาง และใช้น้ำบาดาลซึ่งมีต้นทุนน้อยกว่าน้ำประปาที่มีค่าบริการคิดเป็นอัตราก้าวหน้า ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณน้ำต้นทางให้เพียงพอ ทั้งยังเป็นการประหยัดโดยเพิ่มขนาดการผลิต (Economy of Scale)

(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development): ผู้ผลิตน้ำดื่มแบรนด์ที่เป็นที่นิยมและผู้รับจ้างผลิตรายใหญ่จะมุ่งเน้นคุณภาพน้ำดื่ม บางรายต้องใช้น้ำสะอาดเป็นส่วนประกอบสำคัญในสินค้าอื่น จึงมีการลงทุนเครื่องจักรและการบำรุงรักษา เปลี่ยนอะไหล่ไส้กรองตามกำหนดเวลา เน้นตรวจสอบคุณภาพอย่างเคร่งครัดสม่ำเสมอ มีกระบวนการปรับสภาพน้ำให้มีรสชาติเหมือนเดิมตลอดทุกฤดูกาลแม้น้ำต้นทางจะแตกต่าง มีการเตรียมการผลิตสินค้าตามการคาดการณ์ปริมาณความต้องการตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค ทั้งด้านขนาดสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ (ขวด-ฝา-ฉลาก)

(3) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Product Standard) ผู้ผลิตน้ำดื่มแบรนด์ที่ติดตลาดให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะของต่างประเทศ เช่น NFS ขณะที่ผู้รับจ้างผลิตมักให้ความสำคัญกับมาตรฐานโรงงาน เช่น GMP โดยไม่สนใจมาตรฐานเฉพาะของน้ำดื่ม โดยข้อมูลกรรมวิธีผลิตที่แสดงถึงความเป็นมาตรฐานและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าได้สร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และองค์กรซึ่งมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด นอกเหนือจากความสะอาดและรสชาติ ผู้บริโภคบางรายปฏิเสธการดื่มน้ำดื่มของผู้ผลิตน้ำท้องถิ่น เพราะยังรู้สึกถึงความไม่สะอาดและไม่เชื่อถือในองค์กรที่ผลิต

(4) การกำหนดราคา (Price) ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายมีส่วนสำคัญในการกำหนดราคา ทั้งสองฝ่ายมักสื่อสารกันอย่างใกล้ชิดเพื่อกำหนดกลยุทธ์และราคาให้เหนือคู่แข่ง ราคาถูกคำนวณจากต้นทุนการผลิตและการจัดจำหน่ายเพื่อเป้าหมายกำไรสูงสุดในเชิงธุรกิจแต่ต้องให้ผู้บริโภคจับต้องตัดสินใจซื้อได้ เพราะราคาอยู่ภายใต้กลไกการแข่งขันในตลาดทำให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสม ผู้บริโภคหลายรายยอมจ่ายเงินซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดรายวันแทนการติดตั้งเครื่องกรองน้ำ ด้วยเหตุผลเรื่องราคาที่ต้องลงทุนกับอุปกรณ์คุณภาพซึ่งยังจับต้องไม่ได้

(5) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อความน่าเชื่อถือและราคา เป็นหน้าที่หลักของผู้จัดจำหน่ายที่จะกำหนดสถานที่และช่องทางการส่งสินค้าน้ำดื่มบรรจุขวดเพื่อจำหน่าย จ่าย แจก (มีค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย) ให้ถึงมือผู้บริโภค ในกรณีของการจัดจำหน่าย นอกจากผู้จัดจำหน่ายได้สร้างทางเลือกให้กับผู้จัดจำหน่ายอีกชั้นหนึ่ง (ยี่ปั๊ว/ซาปั๊ว) โดยให้บริการพื้นที่จัดเก็บสินค้าชั่วคราว การให้เครดิตการชำระเงินและการจัดส่งสินค้าถึงหน้าสถานที่จัดจำหน่ายแล้วยังสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าได้ตามความสะดวกหลายช่องทาง เช่น หน้าโรงงานผลิต ห้างค้าส่ง ห้างค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ หรือบริการส่งถึงบ้าน เป็นต้น ซึ่งสถานที่จัดจำหน่ายเป็นตัวกำหนดความน่าเชื่อถือของสินและราคา ผู้บริโภคมองว่าน้ำดื่มบรรจุขวดแบรนด์ใดที่ปรากฏอยู่ในห้างหรือร้านสะดวกซื้อชั้นน้ำ จะเป็นน้ำที่สะอาดโดยไม่จำเป็นต้องตรวจสอบหรือพิสูจน์มาตรฐานใด ๆ ส่วนกรณีของการแจกให้ฟรีจะมีตามหน่วยงานหรือวาระโอกาสต่าง ๆ

(6) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การที่ผู้บริโภคจำนวนมากมองว่าน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ จึงไม่ได้ภักดีต่อสินค้าแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งอย่างจริงจังทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจึงสร้างกลยุทธ์ส่งเสริมการขายต่อผู้จัดจำหน่าย (ด้วยกันเอง) และต่อผู้บริโภคให้เกิดความสะดวกมากขึ้น เช่น การจัดชั้นของผู้จัดจำหน่ายเพื่อส่งสินค้าที่ราคาขายต่างกัน การพัฒนารูปแบบและรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์-ฉลาก การใช้พรีเซนเตอร์ การทำแคมเปญชิงโชค เป็นต้น นอกเหนือจากการลดราคาสินค้าโดยตรง ซึ่งจะเห็นการเปรียบเทียบราคาได้ชัดเจนเมื่อสินค้าถูกวางเรียงอยู่ด้วยกันในชั้นหรือตู้แช่น้ำดื่ม ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจซื้อสินค้าต่างแบรนด์ และบางครั้งอาจต้องซื้อปริมาณมากเกินจำเป็นเพราะโฆษณาหรือราคาที่ถูกลง

3. ความสะดวกของผู้บริโภค

น้ำดื่มบรรจุขวดขวดแรกของโลกถูกผลิตขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคที่ไม่อาจจะเข้าถึงแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ห่างไกลได้ (Crystal Beverage Company, 2018) น้ำดื่มบรรจุขวดปัจจุบันถูกผลิตเพื่อความสะดวกของผู้บริโภคเช่นกัน โดยเมื่อนำน้ำดื่มสะอาดมาบรรจุในภาชนะพลาสติกในเชิงการค้าจนกลายเป็น “น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก” ทำให้มีน้ำหนักเบาจับถือพกพาได้สะดวกจึงได้รับความนิยมจากคนเมืองมากขึ้นเป็นลำดับ มากกว่าบรรจุภัณฑ์แบบขวดแก้วที่มีน้ำหนักมาก อาจแตกเสียหายระหว่างใช้งานและจำเป็นต้องมีการมัดจำ-คืน-แลกขวดก่อนที่จะซื้อขวดถัดไป ซึ่งขวดพลาสติกที่ได้รับความนิยมเป็นขวดใส (PET) ไม่มีสีหรือมีสีฟ้าอ่อนหรือสีเขียวอ่อนที่เข้ามาแทนที่ขวดน้ำขาวขุ่น (PP) ซึ่งมีขายในช่วงแรก ๆ เพราะได้รับความมั่นใจว่าน้ำที่บรรจุไว้สะอาดกว่า ไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมีและกลิ่นที่มาจากขวดพลาสติก

น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคว่าสะอาดผ่านกรรมวิธีที่ถูกต้อง ถูกทำให้เชื่อว่ามีองค์กรที่กำกับการผลิตให้ได้มาตรฐานจึงไม่ต้องตรวจสอบย้อนกลับ โดยเฉพาะน้ำดื่มแบรนด์ที่เป็นที่นิยมในตลาด หรือน้ำดื่มที่อยู่ในห้างหรือร้านสะดวกซื้อชื่อดัง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อน้ำโดยไม่ตั้งคำถามกับกระบวนการผลิตและความสะอาด บางครั้งซื้อในปริมาณมากเพราะถูกชักจูงจากแคมเปญการตลาดความเชื่อมั่นนี้ลดเวลาเสาะหาช่องทางเข้าถึงน้ำสะอาด และลดภาระการจัดเตรียมน้ำดื่มการที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายอำนวยความสะดวกให้น้ำดื่มบรรจุขวดปรากฏอยู่ทุกหนแห่งใกล้ตัวผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ทุกที่และทุกเวลาโดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วนที่หมดไปกับการเดินทางและการทำงาน

บรรจุภัณฑ์ของน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกที่มีให้เลือกหลากหลายถูกออกแบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านขนาดและลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้เข้าถึงได้ง่าย พกพาสะดวก น้ำหนักเบา ขวดฝาปิดสนิทตอบสนองต่อความต้องการด้านปริมาณน้ำและการใช้งาน ภายใต้ราคาที่ผู้บริโภคมองว่าสมเหตุสมผลที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ไว้ใช้งานหรือจะทิ้งลงขยะทันที ลดภาระการแบกขนภาชนะบรรจุน้ำดื่มไปทุกหนจากภาระการแบกขนสิ่งของ เอกสารที่มีอยู่เดิม และลดภาระที่ต้องทำความสะอาดภาชนะเพื่อการใช้งานในครั้งต่อไป ภายใต้ความเร่งรีบของการทำงานและการเดินทางบนรถสาธารณะ

แม้ว่าผู้บริโภคต้องการให้มีบริการน้ำดื่มฟรี ผู้บริโภคก็ไม่ได้มองว่าราคาของน้ำดื่มบรรจุขวดสูงเกินไป กลับมองว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่รับได้เมื่อแลกกับเวลาและสุขภาพที่ดี ทั้งที่คิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่สูงมากเมื่อเทียบกับรายได้และค่าใช้จ่ายส่วนอื่น และยังรับรู้ว่าการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อตัวเอง ยกระดับตัวเองให้เทียบเท่าชั้นกับคนอื่น ครัวเรือนที่มีการติดตั้งเครื่องกรองน้ำคุณภาพดีก็คงใช้น้ำสำหรับดื่มและทำกับข้าวภายในบ้าน หากจำเป็นต้องออกไปทำงานนอกบ้านคงต้องพึ่งพาน้ำดื่มบรรจุขวดอยู่ดี เพราะมองว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทำให้เกิดความสะดวกมากขึ้น

เมื่อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกอยู่ในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนในชุมชนเมืองกลุ่มหนึ่งจึงมีการถ่ายทอดไปสู่คนในชุมชนเมืองกลุ่มอื่นต่อมาทั้งด้วยความตั้งใจและไม่ตั้งใจ พ่อแม่ของเด็กที่ดื่มน้ำบรรจุขวดพลาสติกจะให้บุตรหลานของตนเองดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดด้วยเช่นกัน โดยไม่นำเสนอการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดด้วยวิธีการอื่น แม้พ่อแม่จะเคยดื่มด้วยวิธีการนั้น ๆ มา ในอีกมุมหนึ่งมีเด็กที่เกิดมารับรู้เพียงว่าน้ำดื่มสะอาดต้องเป็นน้ำดื่มในขวดพลาสติกเท่านั้น

อภิปรายผล

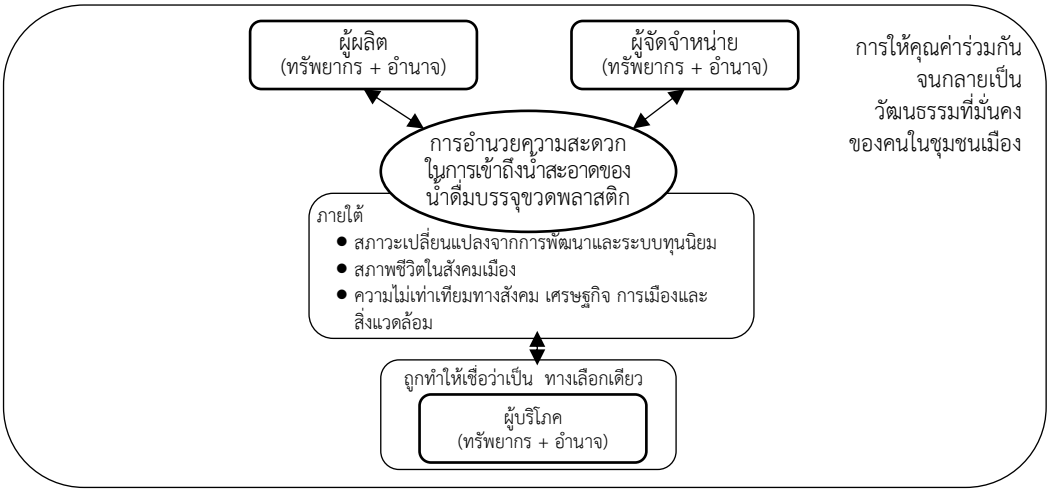
การวิเคราะห์การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดให้กับคนในชุมชนเมืองโดยน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ทำให้ทราบถึงกระบวนการสร้างความสะดวกสบายให้คนในเมือง เริ่มจากการเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยทำให้คนในเมืองไม่อาจเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดตามธรรมชาติอย่างสนิทใจได้อีกต่อไป (นิเชต สุนทรพิทักษ์, 2541) ขณะเดียวกันก็ไม่อาจพึ่งพาการบริโภคน้ำประปาได้ เพราะผู้บริโภคไม่มั่นใจในความสะอาดและรสชาติไม่คงที่ (มูลนิธิโลกสีเขียว, 2558; ลัษมณ ไมตรีมิตร, 2560; ชาลิสา เมธานุภาพ, 2563) ประกอบกับกฎระเบียบของรัฐมีความซับซ้อนและต้องใช้ศักยภาพด้านความรู้และเศรษฐกิจการเข้าถึงน้ำสะอาดอย่างอิสระเป็นไปได้ยากขึ้น กระทั่งมีน้ำดื่มบรรจุขวดที่ทำให้เชื่อว่าสะอาดปราศจากโรคกลายเป็นสินค้าในตลาด จึงได้รับความนิยมถึงร้อยละ 58 มากกว่าน้ำที่ผ่านเครื่องกรองน้ำเกือบสองเท่าด้วยเหตุผลสำคัญที่สุด คือความสะดวกสบายในการดื่ม หาซื้อได้ง่าย จะดื่มที่ไหนก็ได้ (ธนุสรา เหล่าเจริญสุข, 2541) น้ำเปล่าและน้ำแร่ (รวมเรียกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป) ยังมีอัตราเติบโตต่อเนื่อง ในปี 2563 มีมูลค่าอยู่ที่ 44,805.2 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 80 (สถาบันอาหาร, 2564) การอำนวยความสะดวกที่สำคัญซึ่งทำให้คนชุมชนเมืองตัดสินใจดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก คือ ทำให้คนในเมืองเกิดความคล่องตัว ไม่ติดขัด ใช้ชีวิตได้อย่างรวดเร็วว่องไว ภายใต้สภาวะของชุมชนเมืองสอดคล้องกับการศึกษาของจิราวัฒน์ อุรุพงษ์สานนท์ (2564) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร คือ การส่งมอบน้ำดื่มที่สะอาดผ่านกระบวนการผลิตที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ ปริมาณพอดี ขวดต้องสะอาดและปิดสนิทแต่เปิดดื่มง่าย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ หาซื้อได้ง่าย และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เมื่ออยู่ภายใต้อำนาจทุนนิยมที่มาพร้อมการพัฒนาผู้บริโภคอาจตกอยู่ภายใต้กับดักของแรงจูงใจทางการตลาด เช่น การโฆษณา ทำให้บริโภคสินค้ามากเกินความจำเป็นได้ (เพชรรามา, 2560)

ปรากฏการณ์ทางสังคมดังข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างโครงสร้างของแอนโทนี่ กิ้ดเด้นส์ (Giddens, 1984) ที่ใช้วิเคราะห์ความมั่นคงต่อเนื่องของวัฒนธรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกจนกลายเป็นสถาบันทางสังคมที่ตอบสนองวิถีชีวิตผู้กระทำการทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภคที่ได้ให้ความหมายและคุณค่าร่วมกันว่าน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกเอื้อประโยชน์ให้กับคนในชุมชนเมืองทุกกลุ่ม จนเกิดการกระทำซ้ำวิถีแห่งการดื่มน้ำบรรจุขวดพลาสติกข้ามผ่านกาลเวลาและสถานที่ต่อไป ซึ่งการเอื้อประโยชน์ของน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกทำให้คนในชุมชนเมืองเกิดความสะดวกสบายในการเข้าถึงน้ำสะอาด โดยใช้อำนาจกับทรัพยากรที่แต่ละกลุ่มได้ครอบครองไว้ กล่าวคือ ผู้ผลิตใช้ปัจจัยการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด เช่น น้ำดิบ ความรู้และเทคโนโลยีในการผลิต ต้นทุนการผลิต กลไกตลาด ที่ครอบครองไว้ในการผลิตน้ำดื่มให้กลายเป็นสินค้าเข้าสู่ตลาดเพื่อหวังกำไรในทางธุรกิจ สิ่งนี้ได้เอื้ออำนวยให้ผู้จัดจำหน่ายมีสินค้าส่งมอบแก่ผู้บริโภค ด้วยความรู้ ประสบการณ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้จัดจำหน่ายมี ขณะเดียวกันผู้บริโภคได้ใช้ทรัพยากรแรงงานและทางเศรษฐกิจทำให้เข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดในตลาดตอบสนองการให้คุณค่าของการบริโภคน้ำดื่มที่สะอาด มีประโยชน์ดีต่อสุขภาพ คุณค่าร่วมกันที่ว่าน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกเอื้อประโยชน์ทำให้เกิดการผลิตซ้ำวิถีการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกต่อไปจากรุ่นไปสู่รุ่นก้าวผ่านข้ามเวลาและสถานที่

อย่างไรก็ตาม ตามทฤษฎีการสร้างโครงสร้าง แม้โครงสร้างหรือวัฒนธรรมการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกจะมีความมั่นคงอยู่ แต่ก็ถูกต่อรองจากวัฒนธรรมการดื่มน้ำรูปแบบอื่น ๆ ตลอดเวลา วัฒนธรรมใดที่ได้รับการผลิตซ้ำต่อเนื่องจากคนในชุมชนเมืองก็จะเอาชนะวัฒนธรรมเดิมและอยู่รอดสถาพรสืบต่อไป เหมือนกับที่วัฒนธรรมการดื่มน้ำฝนซึ่งไม่ได้รับความนิยมแล้ว และถูกวัฒนธรรมการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดเข้าแทนที่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การที่น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกได้มาอยู่ในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกของคนเมือง เกิดจากกระบวนการอำนวยความสะดวกที่เกิดจากโยกย้าย สับเปลี่ยน จัดสรรทรัพยากรที่มีความสลับซับซ้อนภายใต้ความไม่เท่าเทียมกันของการครอบครองทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรพื้นฐานของชีวิตที่ใช้บริโภค อันเป็นผลจากความผิดพลาดของการพัฒนา ทำให้คนในชุมชนเมืองถูกบีบให้เหลือทางเลือกในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดอย่างจำกัด และยังตกภายใต้ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาที่จะจัดเตรียมจัดหาน้ำดื่มด้วยตัวเอง ซึ่งความสะดวกที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้คนในเมืองดูเหมือนจะมีพลังอำนาจในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดได้อย่างดีเท่าเทียม เสมอภาค มีความสะดวกสบาย ทั้งที่ความเป็นจริง เป็นการถูกจำกัดช่องทางและพื้นที่แห่งการใช้อำนาจ และภายใต้ปรากฏการณ์ในการเข้าถึงน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกนี้ ผู้ที่มีอำนาจที่แท้จริงกลับตกไปอยู่ที่ผู้ผลิตและผู้จัดหน่ายแสดงให้เห็นว่าน้ำดื่มบรรจุขวดที่บริโภคกันอย่างเคยชินจึงไม่ใช่การบริโภคธรรมดาทั่วไป แต่ประกอบด้วยประเด็นทางความเท่าเทียมเสมอภาค สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม



แผนภาพที่ 4 การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำสะอาดของน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก

สรุป

น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกเข้ามาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดของคนในชุมชนเมืองเพราะสภาวะเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปจากการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย ซึ่งส่งเสริมกระบวนการทางสังคมในการจัดสรรทรัพยากรที่ไม่เท่าเทียมซึ่งบีบบังคับให้คนในเมืองเกิดความไม่สะดวกในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดและรัฐไม่ได้เอาจริงเอาจังในการแก้ไขปัญหา คนเมืองจึงตกลงใจว่าการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกเป็นเพียงทางเลือกเดียวในการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด ประกอบกับนายทุนได้สร้างความน่าเชื่อถือและช่องทางเข้าถึงน้ำบรรจุขวดให้ง่ายหาได้ทุกที่ทุกเวลา คนเมืองจึงยอมให้การซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นหนึ่งในค่าใช้จ่ายที่รับได้ แม้เป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับรายได้หรือค่าใช้จ่ายอื่น นอกจากนี้ระบบทุนนิยมที่มาพร้อมกับความทันสมัยยังได้ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคในปริมาณมากจากกลไกการตลาดที่เกิดขึ้นจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายด้วย

เมื่อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกสร้างประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกกับคนในชุมชนเมือง จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและแนวคิดเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงน้ำสะอาดที่ทุกกลุ่มในสังคมให้คุณค่าและความหมายยอมรับการดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกร่วมกัน ก่อให้เกิดการผลิตซ้ำวิถีชีวิตผ่านสถานที่และเวลา จากรุ่นไปสู่รุ่นกลายเป็นความเคยชินในรุ่นพ่อแม่ซึ่งได้ถ่ายทอดให้รุ่นลูกทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัวเป็นกิจวัตร เกิดเป็นเหตุการณ์ที่เมื่อให้ย้อนนึกไปตั้งแต่จำความได้ก็เห็นพ่อแม่ปู่ย่าสั่งน้ำขวดให้ดื่มแล้ว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยพบว่าความไม่สะดวกสบายที่ผู้บริโภคได้ประสบ เกิดจากการกระทำทางสังคมที่ไม่เท่าเทียม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรดำเนินการแก้ปัญหาการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดอย่างเพียงพอ โดยส่งเสริมการบริการน้ำดื่มสาธารณะ จัดให้มีการบำรุงรักษาตรวจสอบสภาพที่ถูกต้อง และสื่อสารกระบวนการผลิตน้ำให้คงความสะอาดเสมอ นอกจากนี้รัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิตน้ำสะอาดค่าใช้จ่ายต่ำให้ใช้ในครัวเรือน โดยถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ถูกต้อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

น้ำดื่มที่สะอาดเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิต แต่ปัญหาการเข้าถึงน้ำสะอาดเพื่อการบริโภคกลับถูกมองข้าม เปิดโอกาสให้น้ำดื่มบรรจุขวดครอบงำความคิดว่าเป็นทางออกเพียงทางเดียว ดังนั้นควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวข้องกับรูปแบบการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดด้วยวิธีอื่นอย่างเป็นรูปธรรม เข้าใจได้ง่าย เช่น การเลือกและติดตั้งเครื่องกรองน้ำ กฎระเบียบเกี่ยวกับการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญานิพนธ์เรื่องความเป็นสถาบันของการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกในชุมชนเมืองของประเทศไทย สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เอกสารอ้างอิง

กรมชลประทาน. (2565). *การขออนุญาตใช้น้ำในทางน้ำชลประทานที่เรียกเก็บค่าชลประทาน.* สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก http://irrigation.rid.go.th/rid16/om16/km/images/pdf/m1.pdf.

กรมทรัพยากรน้ำบาดาล. (2565). *การขออนุญาตเจาะน้ำบาดาลและใช้น้ำบาดาล*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก http://www.dgr.go.th/th/newsAll/124/4856.

กรมอนามัย สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง. (2559). *วิธีบริโภคน้ำประปาอย่างปลอดภัย.* สืบค้น 31 พฤษภาคม 2565. จาก https://www.thaihealth.or.th/Content/30381-วิธีบริโภคน้ำประปาอย่างปลอดภัย.html.

การประปานครหลวง. (2565ก). *การติดตั้งประปาใหม่/ซ้ำ*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก https://web.mwa.co.th/ewt_news.php?nid=1606&filename=index.

การประปานครหลวง. (2565ข). *ภารกิจ/วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก http://www.oic.go.th/ginfo/moreinfo.asp?g=7522262%26l&i=922&p=รัฐวิสาหกิจ.

จิราวัฒน์ อุรุพงษ์สานนท์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, *4*(3): 31-44.

ชาลิสา เมธานุภาพ. (2563). *น้ำประปาดื่มได้จริงไหม? ถ้าไม่มั่นใจรับมืออย่างไรดี.* สืบค้น 31 พฤษภาคม 2565. จาก https://www.greenery.org/articles/insight-water/.

ดินาร์ บุญธรรม. (2555). ไทยศึกษาน้ำดื่มของคนไทย. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2565. จาก http://www.thaistudies.chula.ac.th/2018/09/29/น้ำดื่มของคนไทย/.

ธนุสรา เหล่าเจริญสุข. (2541). ความปลอดภัยของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด. *รูสมิแล, 19*(1), 53-57.

นิเชต สุนทรพิทักษ์. (2541). น้ำดื่ม ปัจจัยสำคัญของชีวิตที่ไม่ควรมองข้าม. *วารสารวัฒนธรรมไทย*, *35*(5), 34-36.

เพชรมายา. (2560). *10 กับดักทางการตลาด ที่ผู้บริโภคมักตกเป็นเหยื่อโดยไม่รู้ตัว.* สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก https://petmaya.com/10-marketing-ploys/.

มูลนิธิโลกสีเขียว. (2558). *คุยสบาย ๆ เรื่องน้ำประปา.* สืบค้น 18 เมษายน 2563. จาก https://greenworld.or.th/green_issue/คุยสบายๆ-เรื่องน้ำประปา/.

รพีพร สุทาธรรม. (2544). มาตรฐานน้ำดื่มบรรจุขวดคุณภาพที่ต้องควบคุม. *สถาบันอาหาร. 3*(18), 28-32.

ลัษมณ ไมตรีมิตร. (2560). *จากน้ำดื่มบรรจุขวดถึงละอองน้ำในอากาศ: ความพยายามต่อสู้กับปัญหาการขาดแคลนน้ำสะอาดเพื่อการบริโภค.* สืบค้น 12 มกราคม 2564. จาก https://thaipublica.org/2017/10/landscape-architecture-and-sustainability02/.

วรรณดี สุทธินรากร. (2559). *การวิจัยเชิงคุณภาพ : การวิจัยในกระบวนทัศน์ทางเลือก.* กรุงเทพมหานคร: ศยาม.

ศุภโชค ปานดำ. (2563). *ความคิดเห็นต่อน้ำดื่มบรรจุขวดและพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในกรุงเทพมหานคร.* สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก https://ka.mahidol.ac.th/seniorx 2020/pdf_file/5924276.pdf.

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.). (2565). *ดื่มน้ำอย่างไรให้ถูกวิธี*. สืบค้น 8 ตุลาคม 2565 จาก https://www.hsri.or.th/people/media/care/detail/5730.

สถาบันอาหาร. (2564). *ข้อมูลจากศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร.* สืบค้น 12 มกราคม 2564. จาก http://fic.nfi.or.th/.

สหประชาชาติ ประเทศไทย.(2565). *เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 6 น้ำสะอาดและสุขอนามัย*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก https://thailand.un.org/th/sdgs/6.

สำนักบริหารจัดการน้ำกรมทรัพยากรน้ำกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561). *คู่มือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัมปทานประกอบกิจการประปา*. สืบค้น 31 พฤษภาคม 2565. จาก http://division.dwr.go.th/bwm/index.php/2019-12-17-06-02-42/2019-12-17-06- 04 -48?download=32:2020-01-14-07-31-19.

สุรัตน์ ณ เชียงใหม่. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.* (ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สืบค้น 3 มีนาคม 2564. จาก http://webpac.library.mju.ac.th/mm/fulltext/thesis/2557/Surat_Na%20Chiengmai/fulltext.pdf.

Crystal Beverage Company. (2018). History Of Bottled Water. Retrieved March 13, 2022. from https://www.myownwater.com/blog/history-of-bottled-water.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.

Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L. (1976). *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. New Brunswick and London: Aldine Transaction.

Thomas, J. (1993). Doing critical ethnography in *Qualitative Research Methods series*. volume 26. USA: Northern Illinois University.