

การปรับตัวของชาวนาไทยช่วงวิกฤตโควิด-19 ภายใต้พลวัต การผลิตและตลาดข้าวของชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง Adaptation of Thai Farmers to the Dynamics of the Rice Production and Market in the Ban Khao Klang Community in Phatthalung Province During the COVID-19 Crisis

นิธิตา สิริพงศ์ทักษิณ¹

Nithita Siripongtugsin

Received: July 5, 2022/ Revised: September 19, 2022/ Accepted: December 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 และศึกษาปัจจัยหรือเงื่อนไขในการปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ภายใต้พลวัตการผลิตและตลาดข้าวของชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ตลอดจนการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่ม ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการค้าข้าวและชาวนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า การระบาดของโรคโควิด-19 และการล็อกดาวน์ของประเทศไทย รวมทั้งการควบคุมต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตชาวนาในด้านการผลิตและตลาดข้าว ชาวนาในฐานะผู้ประกอบการเรียนรู้ที่จะปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและปรับปรุงการจัดการและทักษะใหม่ ๆ โดยมุ่งผลิตข้าวเพื่อขายในตลาดที่สร้างกำไรและค้นหาวิธีการและกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้วย การปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงการผลิตข้าวส่งผลให้ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ชาวนามุ่งลดต้นทุนการผลิต การปรับสู่การทำนา

¹ รองศาสตราจารย์, คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (Lecturer, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University), Email: drnithita@gmail.com

อินทรีย์ การคัดเลือกสมาชิกชาวนาที่ผลิตข้าวสังข์หยด และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชาวนา ส่วนการปรับตัวต่อความต้องการบริโภคข้าวสังข์หยด ชาวนาเน้นการรักษาคุณภาพข้าว การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าข้าว และการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดชุมชน งานแสดงสินค้า และเพิ่มช่องทางขายข้าวออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ในลักษณะผู้ประกอบการชาวนาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีผลต่อการออกมาซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยหรือเงื่อนไขในการปรับตัวดังกล่าวอยู่ภายใต้การมีทุนสี่ประเภท ประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนธรรมชาติและทุนการเงิน อย่างไรก็ตาม ราคาข้าวสังข์หยดมีราคาสูงกว่าข้าวธรรมดา ปริมาณข้าวสังข์หยดที่ผลิตได้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดจากกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ซึ่งตลาดข้าวสังข์หยดยังเป็นตลาดขนาดเล็กและขายโดยกลุ่มชาวนาเองเป็นส่วนใหญ่ จากข้อค้นพบดังกล่าว นำไปสู่ข้อเสนอแนะว่า ภาครัฐควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมกลยุทธ์การปรับตัวของชาวนาในการคิด ตัดสินใจ วางแผนและดำเนินการได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ชาวนาสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพในระดับท้องถิ่น รวมทั้งควรมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและชาวนา ด้วยฐานความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพที่นำไปสู่กระบวนการพัฒนาตลาดข้าวสังข์หยดและตลาดเฉพาะกลุ่มได้อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

คำสำคัญ: การปรับตัว ชาวนา การผลิตข้าว วิกฤตโควิด-19

Abstract

This research studied the adaptations to the disruptions in rice production and the rice market by farmers and the factors or criteria affecting the existence of rice farmers, during the COVID-19 crisis in the Ban Khao Klang community of Phatthalung Province, Thailand. This qualitative study gathered data from primary and secondary sources, as well as participant observations, including in-depth interviews and group discussions with community leaders, local sages, government officials, wholesalers, farmers, and community enterprises, in 2021 and 2022.

The results show that the Coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic and the subsequent restrictions and national lockdown impacted rice production, the rice market, and the livelihoods of farmers. The farmers, as

entrepreneurs, had to learn to adapt to the ever-changing market environment and improve their managerial and innovative skills to achieve their goals of producing rice for the market, making a profit, and finding ways and strategies to improve their product quality, as well as increase the efficiency of production itself. In order to transform Sangyod rice production during the COVID-19 crisis, farmers focused on low external input, organic farming, farmer-member selection, and creating farmer entrepreneur networks. In response to changes in the demand for Sangyod rice, farmers emphasized rice quality, value-added processed rice, and developing new organic rice products for local markets, farmers' market tradeshow, and online sales avenues, such as Facebook and Line, by farming entrepreneurs. The COVID-19 pandemic also affected consumers' purchasing behaviors. Factors related to adaptations included the accumulation of four types of capital which are complementary and are comprised of human capital, social capital, natural capital, and financial capital. Nevertheless, Sangyod rice prices were generally set higher than normal rice due to limited supplies because demand grew as consumers became aware of its health benefits. However, the Sangyod rice market remains limited as it is usually only sold by farmers' groups or cooperatives. These findings suggest that, to facilitate stable and effective adaptation at the local level, government and institutional support are recommended to complement farmers' autonomous adaptation of strategies to improved their decision-making, adaptation plans, and actions. Additionally, this should include integrating the actions of the government, private sector, and farmers to understand consumer demand for healthier foods to tangibly and systematically develop The Sangyod rice market and niche markets.

Keywords: Adaptation, Farmers, Rice production, COVID-19 crisis

บทนำ

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่มีการระบาดใหญ่ (Pandemic) ไปทั่วโลกในปี พ.ศ.2563 โรคโควิด -19 (COVID -19, ย่อมาจาก Coronavirus Disease 2019) ซึ่งมีชื่อทางการว่า SARS – CoV - 2 Me โดยพบผู้ป่วยครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่นเมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ภาคกลางของประเทศจีน (Worldometer, 2021) ต่อมาพบผู้ป่วยรายแรกที่เข้ารับการรักษาในประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2563 เป็นคนจีนที่รับเชื้อจากการระบาดในประเทศจีน และได้เดินทางมาประเทศไทย ผู้ป่วยโรค COVID - 19 ที่แพร่เชื้อ มีทั้งผู้ที่มีอาการน้อยหรืออาจไม่มีอาการเลย จึงควบคุมการระบาดได้ยาก ชีวิตวิถีใหม่ซึ่งมีปัจจัยเร่งจากวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม เช่น การบริหารจัดการเงินตราด้วยการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน การซื้อขายสินค้าออนไลน์หรือการซื้อขายสินค้าล่วงหน้า เป็นต้น โดยเฉพาะการเพิ่มบทบาทด้านเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Transformation) ต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ การแพทย์ทางไกล การศึกษาออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรกรรมก็ต้องปรับตัวตามไปด้วยเพื่อความอยู่รอด

การปรับตัวของชาวนามีพลวัตตามความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเปลี่ยนแปลงมาโดยตลอด ดังงานของ Yaimuang et al. (2016) ที่พบว่า การปรับตัวของชาวนาจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยเงื่อนไขภายในครัวเรือนชาวนา เช่น แรงงาน ทรัพย์สิน ที่ดิน แหล่งน้ำ ปัจจัยในเรื่องระบบนิเวศ และปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งด้านการรวมกลุ่ม องค์กร ความรู้ที่มี ซึ่งสามารถจำแนกการปรับตัวภายในมิติต่าง ๆ ได้ ดังนี้

ประการแรก การปรับตัวของชาวนาด้านการผลิตข้าวในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างการผลิตข้าวมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งในเรื่องแบบแผนการทำนาที่ใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ มีการนำเครื่องจักรกลการเกษตร และวิทยาศาสตร์การเกษตรเข้ามาช่วยในการผลิตข้าวเป็นอย่างมาก ในด้านปัจจัยการผลิต มีการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบการใช้แรงงานภาคการเกษตร เกิดกลุ่มแรงงานรับจ้างทำนา อันเนื่องมาจากผลของการตลาดและนโยบายภาครัฐ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อันเป็นผลกระทบและเป็นความท้าทายหลักในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ด้วยเหตุนี้จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าชาวนาจำเป็นต้องมีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ

การผลิตข้าว เช่น การเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบการผลิตข้าวคุณภาพ และการทำนาอินทรีย์ เพื่อรองรับมาตรฐานสินค้าและเป้าหมายของผู้บริโภคที่หันมาเน้นอาหารสุขภาพ

ประการที่สอง เมื่อพิจารณาถึงการปรับตัวของชาวนาในด้านการตลาดข้าวพบว่า จากการผันผวนของราคาข้าวในตลาดโลก ช่วงวิกฤตราคายอาหารที่ทำให้ราคาข้าวสูงขึ้นอย่างมาก แต่จากนั้นมา ราคาข้าวกลับตกต่ำลงอย่างมากอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ความผันผวนนี้ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของชาวนาในการนำผลผลิตไปขายในกระบวนการตลาดข้าว จากที่ชาวนาต้องแบกรับราคาต้นทุนที่สูงขึ้นทั้งเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าเครื่องจักร แรงงานและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประกอบกับปัญหาจากการเปิดการค้าเสรี และความท้าทายหลังการรวมกลุ่มในระดับภูมิภาคอย่างประชาคมอาเซียน (ASEAN) ทำให้เกิดการกำหนดมาตรฐานในการค้าระหว่างประเทศและมาตรฐานสินค้าใหม่ ในขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องนโยบายข้าวส่วนใหญ่มุ่งประเมินผลสำเร็จของนโยบาย ทำให้นักศึกษาเกี่ยวกับนโยบายมีช่องว่างตรงที่ “ไม่มีชาวนา” อยู่ในงานวิจัย จึงทำให้ไม่เห็นภาพว่าชาวนาปรับตัวอย่างไร

ในขณะที่ระบบความสัมพันธ์ของชาวนาที่เคยมีการเอื้อเฟื้อพึ่งพิงกันสูง มีระเบียบในการใช้ทรัพยากรส่วนรวมร่วมกันสูญหายไปพร้อมกับการเข้ามาแทนที่ระบบการผลิตแบบเกษตรเชิงพาณิชย์ที่มุ่งปลูกข้าวเพื่อขายเป็นหลัก รูปธรรมของเงื่อนไขที่วุ่นวายนี้คือ การหันมาใช้เครื่องจักรและปุ๋ยเคมีอย่างเข้มข้น ภายใต้ระบบนี้ ชาวนามีการขายข้าวเปลือกหลังการเก็บเกี่ยวทั้งหมดโดยไม่เก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวไว้ยังฉางเช่นในอดีต ชาวนาจะใช้วิธีการซื้อพันธุ์ข้าวปลูกจากโรงสีข้าวทดแทน ขณะที่สถานการณ์ราคาข้าวในตลาดโลกก็มีความผันผวน รวมทั้งเงื่อนไขจากนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนของรัฐบาลก็ตกอยู่ภายใต้วิถีคิดแบบประชานิยมมากกว่าที่จะคำนึงถึงความเข้มแข็งของชาวนาอย่างแท้จริง การทำนาภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวนี้ ทำให้ชาวนาต้องประสบภาวะขาดทุน (Sirisatidkit & Unaromlert, 2016: 92)

อย่างไรก็ตาม ชาวนาแต่ละกลุ่มต่างก็มีการปรับตัวในสถานการณ์เปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน จึงไม่ควรถูกมองว่าเป็นเพียงกลุ่มคนที่ออกมาเรียกร้องความช่วยเหลือเท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มชาวนาที่พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นกลุ่มที่อยู่ร่วมกับสังคมสมัยใหม่ และเป็นฐานรากในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมชุมชนในอนาคตได้ ในแง่นี้การทำความเข้าใจสถานะของชาวนาที่ไม่ใช่เป็นเพียงผู้รับความช่วยเหลือจึงมีความสำคัญในการศึกษาวิถีชีวิตชาวนาในฐานะกลุ่มคนที่ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนารูปแบบในการผลิต การสร้างตลาดของตัวเองและการมีวัฒนธรรมชุมชนของชาวนา

ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ที่ต้องทำความเข้าใจในความสลับซับซ้อนของปัญหาทางด้านการผลิต การตลาดและนโยบายข้าว

ในที่นี้จะศึกษาการปรับตัวของชาวนาไทยในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยมุ่งศึกษาที่ชาวนาในภาคใต้ โดยเฉพาะกรณีชาวนาที่ปลูกข้าวพันธุ์สังข์หยดซึ่งปลูกในจังหวัดพัทลุง เนื่องจากจังหวัดพัทลุงเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของภาคใต้ จากข้อมูลสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพัทลุง ในปี พ.ศ.2563 จังหวัดพัทลุงมีเนื้อที่ทั้งหมด 3,424.47 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,140,295.60 ไร่ มีพื้นที่ถือครองเพื่อทำการเกษตร 1,543,170 ไร่ หรือร้อยละ 72.10 ของพื้นที่ทั้งหมด ครุว์เรือนเกษตรกร 101,137 ครุว์เรือน หรือร้อยละ 52.08 ของครุว์เรือนทั้งหมด รายได้ส่วนใหญ่ของจังหวัดมาจากผลผลิตด้านการเกษตร ข้าวเป็นผลผลิตที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง ซึ่งพัทลุงเป็นเมืองอยู่ข้าว อยู่น้ำ สามารถปลูกและผลิตได้มากเป็นอันดับที่ 3 รองจากจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลา โดยปลูกเป็นพืชหลักของจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูกมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากยางพารา โดยพื้นที่ปลูกข้าวนาปีลดลงตามลำดับ จากในปี พ.ศ.2555 มีพื้นที่ปลูกข้าว 145,051 ไร่ และในปี พ.ศ.2563 เหลือพื้นที่ปลูกข้าว 136,390 ไร่ เนื่องจากราคายางพาราและปาล์มน้ำมันค่อนข้างสูงสูงใจให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันมากขึ้น (Office of Agricultural Economics, 2020) การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการปลูกยางพาราที่มีการส่งเสริมโดยภาครัฐดำเนินไปท่ามกลางความเปราะบางของการเป็นชาวนาในภาคใต้ อันเนื่องมาจากความผันผวนของธรรมชาติ ปัญหาราคาข้าวตกต่ำที่เกิดขึ้นติดต่อกันกว่า 5 ทศวรรษ จึงส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ที่ชาวนาได้ปล่อยให้พื้นที่นากลายเป็นนาร้างจำนวนมาก โดยหลายฝ่ายเกรงว่าความมั่นคงทางอาหารในภาคใต้จะขาดความสมดุล (Sirisatidkit, 2016) อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ที่ราคายางลดลงและมีความผันผวนตลอดเวลา นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 เป็นต้นมา ทำให้ชาวนาเกิดความไม่มั่นใจที่จะเปลี่ยนไปทำสวนยางพาราหรือสวนปาล์ม จึงทำให้ชาวนาบางส่วนยังคงประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก

ชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุงก็เป็นหนึ่งในชุมชนที่ยังคงทำนาเป็นอาชีพหลัก ซึ่งในอดีตมีปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงแต่ได้ผลผลิตต่ำ ปลูกข้าวหลากหลายสายพันธุ์ขาดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ และปัญหาของการขายไม่ได้ราคา จึงมีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์และจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ.2549 จากนั้นมีการบริหารจัดการและเก็บรวบรวมผลผลิตกันเองเพื่อสร้างอำนาจต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง สร้างโรงเรือนเก็บข้าวเปลือกและโรงสีข้าวตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice for Rice

Mill) ทำให้เกิดการต่อยอดในองค์ความรู้จากกลุ่มออมทรัพย์การผลิตมาเป็นกลุ่มวิสาหกิจต้นแบบที่มุ่งพัฒนา “ข้าวสังข์หยด” ซึ่งกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ปริมาณความต้องการในการบริโภคข้าวพันธุ์สังข์หยดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับวิถีชีวิตใหม่และการกักตัวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้การดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

เมื่อเกิดโรคระบาดโควิด-19 ประกอบกับวิถีชีวิตใหม่และการกักตัวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้การดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ชาวนาต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยปรับปรุงการบริหารจัดการในการค้าข้าว และค้นหาวิธีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอโดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อสร้างฐานลูกค้าที่จงรักภักดี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่รักสุขภาพและเป็นการรักษาลูกค้าฐานเดิมไว้ โดยมุ่งผลิตข้าวเพื่อขายในตลาดที่สร้างกำไร ด้วยเป้าหมายของการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อความอยู่รอดของครัวเรือนชาวนา ด้วยเหตุผลดังกล่าวชาวนาจึงต้องปรับตัวไปตามระบบทุนนิยมในกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการไหลเวียนของทุนสินค้า และข้อมูลอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารและซื้อขายสินค้าออนไลน์สูงขึ้นมากกว่าช่วงก่อนวิกฤตโควิด-19 ซึ่งในแง่หนึ่งถือเป็นการสร้างโอกาสในการสร้างตลาดใหม่ ๆ สำหรับชาวนาจากจุดนี้ชี้ให้เห็นว่าการปรับตัวของชาวนาจึงมีความใกล้ชิดกับอำนาจของกลไกตลาด เทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่และนโยบายของรัฐ เนื่องจากการค้าข้าวที่ไร้ขอบเขตของพรมแดนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิต การตลาด และการบริโภคของคนในสังคมอย่างรวดเร็ว

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงมีความน่าสนใจในการศึกษาว่าการปรับตัวของชาวนาเป็นอย่างไรในช่วงวิกฤตโควิด-19 และอะไรคือปัจจัยหรือเงื่อนไขในการปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ภายใต้พลวัตการผลิตและตลาดข้าวที่เปลี่ยนแปลงในการผลิต “ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง” ซึ่งเป็นข้าวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้จากรูปแบบการปรับตัวที่เป็นประโยชน์สำหรับชุมชนชาวนาในพื้นที่อื่น ๆ ในการประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับพื้นที่ของตน ซึ่งช่วยให้ชาวนามองเห็นโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ของการเปิดโลกทัศน์ในการแก้ไขปัญหาการดำรงชีพได้อย่างเป็นรูปธรรมด้วยประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยหรือเงื่อนไขในการปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง

การทบทวนวรรณกรรม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ แนวคิดชาวนาศึกษา อธิบายการปรับตัวของชาวนาไทยตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรม (Scott, 1976; Popkin, 1979; Muenphakdee, 2017; Sattayanurak, 2017; Wongsatjachock, 2018) ที่มีข้อถกเถียงว่าอะไรเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของชาวนา โดยงานของ Scott (1976) ที่เรียกว่า แนวคิดเศรษฐกิจหรือแนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงศีลธรรม (Moral Economy) มองว่าวิถีชาวนาอยู่ภายใต้วิถีการผลิตแบบยังชีพหรือเศรษฐกิจแบบพอมีพอกิน โดยอธิบายพฤติกรรมของชาวนาภายใต้ภาวะความเสี่ยงของสังคมเกษตรกรรมที่ผลิตเพื่อการยังชีพ โดยให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ส่วนรวมหรือศีลธรรม การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ทำให้แบบแผนการประกันสวัสดิการพื้นฐานของสังคมชาวนาในอดีตเสื่อมสลายลงอันเนื่องมาจากการผลิตเพื่อตลาดเนื่องจากชาวนาไม่คุ้นเคยกับการผลิตแบบสมัยใหม่ จึงไม่สนใจที่จะผลิตให้ได้จำนวนมากเพื่อสร้างผลกำไรเป็นหลัก ซึ่งถูกวิจารณ์จากงานของ Popkin (1979) ที่มองว่าชาวนาก็มีเหตุมีผลในการตัดสินใจเลือกลงทุนอย่างชาญฉลาดเพื่อเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในครัวเรือนของตน ไม่ได้มุ่งแต่ผลิตเพื่อพออยู่พอกินเท่านั้น โดยจะเสี่ยงลงทุนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เมื่อมีทางเลือก ชาวนาก็จะเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์แก่เขามากที่สุดเช่นกัน จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้เข้าใจได้ว่า สังคมชาวนาเป็นสังคมที่มีเหตุมีผลในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ในการผลิต รวมทั้งการรวมกลุ่ม ชาวนาจะตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเช่นกัน

แนวคิดระบบเกษตรยั่งยืน เป็นทางเลือกของเกษตรกรที่เป็นระบบการเกษตรที่มีความสัมพันธ์และเกื้อกูลกับสภาพทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแต่ละภูมิภาค (Tonglim, 2009) และแนวคิดการปรับตัวในการดำรงชีพอย่างยั่งยืน อธิบายทุนสำหรับการดำรงชีพ (Livelihoods Assets) คือ ต้นทุนที่เกษตรกรนำมาใช้ในกระบวนการดำรงชีพ (Livelihoods

Process) ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเกิดผลลัพธ์ที่มีผลต่อโอกาสในการเลือกวิธีการดำรงชีพ ได้แก่ 1) ทุนทางธรรมชาติ 2) ทุนทางการเงิน 3) ทุนมนุษย์ 4) ทุนทางสังคม (Krantz, 2001) รวมทั้งผลลัพธ์ของการดำรงชีพ (Livelihoods Outcomes) ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากการเลือกวิถีหรือกลยุทธ์ในการดำรงชีพ (DFID, 2001)

จากการทบทวนแนวคิดข้างต้น มีประเด็นที่สอดคล้องในการทำวิจัย คือ

1) การศึกษาการปรับตัวของชาวนาภายใต้สถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ในที่นี้ต้องการฉายภาพว่า วิธีการดำรงชีพของชาวนาเป็นอย่างไรท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 โดยมองว่าชาวนาที่ไม่ต่างจากคนกลุ่มอื่น ๆ นั่นคือ เป็นคนที่มีเหตุมีผลในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ จึงมุ่งเน้นการหาความรู้ที่มาจากการทำความเข้าใจชาวนาเป็นหลัก

2) การวิเคราะห์เงื่อนไขในการปรับตัวของชาวนาที่ต้องมีทุนในการปรับตัว 4 ประเภท ได้แก่ ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ทุนการเงิน (Financial Capital) ทุนมนุษย์ (Human Capital) และทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการปรับตัวของชาวนาที่เชื่อมโยงกันในปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง การสร้างกระบวนการเรียนรู้ การสร้างสำนึกร่วม ชาวนามีความยืดหยุ่น หน่วยงานรัฐสนับสนุน การเป็นพันธมิตรกับองค์กรเอกชน และการสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเงื่อนไขให้ชาวนาปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางวิกฤตโควิด-19 ซึ่งเป็นการลดความเปราะบางของสถานการณ์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาการปรับตัวของชาวนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง ตำบลปันแต อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ตั้งแต่ช่วงจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจนถึงช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 (พ.ศ.2549-2565) โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล คือ การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการวิจัยเอกสาร โดยเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2564-2565 กลุ่มที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน เป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา โดยมีกระบวนการศึกษา ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร เป็นการเก็บข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ เช่น วารสาร รายงานการวิจัย และเอกสารรายงานการประชุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเรื่องที่ศึกษาว่ามีประเด็นอะไรบ้าง

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลความเป็นมาของชุมชนและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน การดำเนินชีวิตโดยทั่วไปของชาวนาในชุมชนทั้งก่อนและระหว่างเกิดวิกฤตโควิด-19 รวมทั้งการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐในการผลิตข้าว

2.2 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง ประชาชนชาวบ้าน ผู้ประกอบการค้าข้าว เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทภายในชุมชนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง

2.3 สมาชิกชวานากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทแวดล้อมการทำงานภายในชุมชน การปรับตัวและทุนในการปรับตัวของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ตลอดจนปัจจัยและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้เกิดการปรับตัวของชาวนาเพื่อการดำรงอยู่และผลจากการปรับตัวที่เกิดขึ้นจริงในชุมชน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

3.1 สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์และข้อมูลสำคัญของโครงการวิจัยนำเสนอต่อคณะกรรมการการวิจัยในมนุษย์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและรับรองโครงการวิจัยว่ากระบวนการในการศึกษาไม่ขัดกับหลักจริยธรรม

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยเข้าไปสังเกตการประชุมคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสนทนากลุ่มสมาชิกชวานา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในระหว่างการเก็บข้อมูลและหลังการเก็บข้อมูล โดยนำมาจำแนก แยกแยะ เปรียบเทียบและเชื่อมโยงตรรกะ ดังนี้

4.1 การปรับตัวของชวานากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางในช่วงวิกฤตโควิด-19 ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับการปรับตัวของชาวนาเพื่อการดำรงอยู่ในสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านการผลิต ความไม่แน่นอนในตลาดข้าว ตลอดจนเพื่อทำความเข้าใจว่าวิถีการดำรงชีพของชาวนาเป็นอย่างไรท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19

4.2 ปัจจัยหรือเงื่อนไขการปรับตัวของชาวนา ซึ่งอธิบายปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้เกิดการปรับตัวของชาวนาในจังหวัดพัทลุง ทุนในการปรับตัวของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 เพื่อการดำรงอยู่ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่และพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 รวมทั้งผลจากการปรับตัวดังกล่าว

ผลของการวิจัย

1. การปรับตัวของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง

จากการศึกษาการปรับตัวของชาวนาพบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการดำรงชีพ (Livelihoods Strategies) ที่เป็นทางเลือกในการปรับเปลี่ยนการผลิตเพื่อปรับตัวให้อยู่รอดได้ ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ที่มีกระทบ การปรับตัวของชาวนาโดยการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่ให้เห็นว่าชาวนาพยายามเข้าไปฉวยโอกาสจากตลาดที่ได้เปิดโอกาสให้พวกเขาสามารถหากำไรจากผลผลิตและเพิ่มผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจได้จากระบบทุนนิยม โดยการเปลี่ยนแปลงที่วนนี้ไม่ได้ทำให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงอันเนื่องมาจากดุลอำนาจในการต่อรองเปลี่ยนแปลงไปจากภาวะตลาด เนื่องจากพวกเขาได้รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองขึ้นมาใหม่ จนเปลี่ยนแปลงไปสู่ลักษณะของ “ผู้ประกอบการชาวนา” (Farmer as entrepreneur) เนื่องจากชาวนาได้รับประสบการณ์และความล้มเหลวจากการถูกผลักเข้าสู่ระบบตลาดมาก่อนแล้วในช่วงสองทศวรรษก่อนหน้านี้ ทำให้ชาวนากลุ่มนี้เรียนรู้จากความล้มเหลวในอดีตและพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงตลาดเช่นเดียวกับผู้ประกอบการในการผลิตอื่น ๆ ที่ต้องคิดเรื่องกำไรและขาดทุนตลอดเวลาและต้องแบกรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม ชาวนาปรับตัวด้วยรูปแบบต่าง ๆ มาตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่มีผลต่อเนื่องมาถึงช่วงวิกฤตโควิด-19 แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของการปรับตัวของชาวนาอย่างเป็นพลวัต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การปรับตัวบนฐานการผลิตข้าวสังข์หยดเพียงพันธุ์เดียว

จากการศึกษาพบว่า การปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ใช้การปลูกข้าวสายพันธุ์เดียวเท่านั้น คือ ข้าวพันธุ์สังข์หยดเมืองพัทลุง โดยไม่พยายามนำข้าวพันธุ์อื่นมาปลูกสลับเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มากขึ้น เนื่องจากหากปลูกข้าวพันธุ์อื่นซ้ำในแปลงเดียวกับข้าวสังข์หยด จะทำให้เกิดการผสมกันระหว่างสายพันธุ์ ข้าวเปลือกจะด้อยคุณภาพ หากมีชาวนาภายนอกกลุ่มที่ไม่สามารถระบายรายละเอียดในกระบวนการผลิตข้าวตามแนวทางของกลุ่มมาขายข้าว ทางกลุ่มจะตัดสินใจไม่รับซื้อข้าวเด็ดขาดไม่ว่าราคาซื้อจะดีแค่ไหนก็ตาม เพราะไม่รู้กระบวนการผลิตตั้งแต่แปลงนาพันธุ์ข้าว การดูแลบำรุงรักษา จึงไม่สามารถรับประกันสารปนเปื้อนในกระบวนการทำนาได้

1.2 การปรับตัวโดยการคัดกรองสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

จากข้อมูลพบว่า จำนวนสมาชิกของกลุ่มลดจำนวนลงจากเดิม โดยในปี พ.ศ.2558 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางมีสมาชิกสามัญจำนวน 85 คน จนมาในปี พ.ศ.2565 เหลือจำนวนสมาชิกสามัญ 57 คน สมาชิกที่มีอายุน้อยที่สุด 20 ปี ส่วนสมาชิกที่มีอายุมากที่สุด 89 ปี ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุระหว่าง 51-80 ปี เมื่อพิจารณาถึงการรับสมัครสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า มีการคัดกรองผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกในช่วงวิกฤตโควิด-19 ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ได้แก่ ประการแรก ต้องการรับสมาชิกที่เป็นลูกหลานชาวนาที่ประกอบอาชีพชาวนาเต็มตัว ไม่ต้องการรับผู้ที่มาทำนาตามฤดูกาลหรือตงงานมาจากกรุงเทพมหานครจากสถานการณ์โควิด-19 เพราะคนกลุ่มนี้จะทำนาเป็นช่วง ๆ ทำให้กระบวนการทำนาไม่มีความต่อเนื่อง ประการที่สอง ไม่รับสมาชิกที่ปลูกข้าวนาปรัง ซึ่งขัดแย้งกับการทำนาข้าวสังข์หยดที่ห้ามปลูกข้าวปนกับข้าวพันธุ์อื่น ในส่วนนี้มีผลทำให้จำนวนสมาชิกลดลง ประการที่สาม ไม่รับสมาชิกที่เป็นข้าราชการ เพราะต้องทำงานเต็มเวลา ทำให้ไม่สามารถทำนาได้อย่างเต็มตัว เมื่อจะเรียกประชุมกลุ่มก็ต้องรอให้ถึงวันหยุดหรือต้องประชุมเวลากลางคืน ซึ่งทางกลุ่มมองว่าเป็นการเอาเปรียบสมาชิกชาวนาคนอื่น เพราะจำเป็นต้องมีการประชุมกลุ่มร่วมกันเพื่อหาทางออกในการแก้ไขปัญหาโดยเร็วที่สุด

1.3 การปรับตัวโดยการสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตและเครือข่าย

การตลาด

การปรับตัวของชาวนาชุมชนบ้านเขากลางได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการผลิต การบำรุงต้นข้าวเพื่อให้ได้ข้าวสังข์หยดที่มีคุณภาพดี กระบวนการปรับตัวนี้ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องก่อนสถานการณ์โควิด-19 จนชาวนาได้เรียนรู้วิธีการลดต้นทุนการทำนาโดยใช้ปุ๋ยชีวภาพ ลดค่าใช้จ่ายเรื่องเมล็ดพันธุ์ โดยหันมาเก็บพันธุ์ข้าวปลูกไว้เองเพิ่มมากขึ้น ปลูกพืชบำรุงดินและมีการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ (Learning Network) ที่ช่วยเสริมความรู้ในกระบวนการผลิต มีการสร้างเครือข่ายการผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางได้ถูกเลือกเป็นหนึ่งในโรงเรียน OTOP (OTOP Academy) ส่วนการปรับตัวของชาวนาในการสร้างเครือข่ายทางการตลาดนั้น ได้ร่วมกันหาแนวทางปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานและสร้างช่องทางการตลาดของข้าวสังข์หยด ดังนี้ 1) พัฒนาศักยภาพในการรับซื้อข้าวเปลือกในราคาที่สูงกว่าหรือเท่ากับตลาด โดยการหาแหล่งทุนเพิ่มเติมด้วยตนเอง ทั้งจากกลุ่มออมทรัพย์ของชุมชนและธนาคาร และมีการใช้ระบบความสัมพันธ์แบบเชื่อใจ ใช้วิธีการให้ยืมพันธุ์ข้าวปลูกแก่สมาชิกและเครือข่าย โดยนัยหนึ่งเพื่อเป็นการสัญญาว่าจะต้องขายข้าว

ให้กับกลุ่ม 2) มีระบบการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้าวเปลือกระหว่างกลุ่ม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่าช้าง เพื่อส่งให้ผู้รับซื้อ ซึ่งมีเงื่อนไขของส่วนต่างราคาเป็นแรงจูงใจ ในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตที่ทำให้ข้าวเสียหายหรือผลิตได้ไม่เพียงพอ ทำให้หาวัตถุดิบเพื่อส่งตลาดได้ 3) เพิ่มศักยภาพในการแปรรูปข้าวโดยการสร้างโรงสีข้าวและรักษามาตรฐานการปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) 4) เพิ่มศักยภาพช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้าที่หลากหลาย มีตราสินค้าที่เด่นชัด เชื่อมโยงการตลาดกับภาคเอกชน โดยมีเครือข่ายองค์กรเอกชนเข้ามาสนับสนุนโรงสีข้าวและนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย เช่น บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด นอกจากนี้ยังต้องปรับตัวให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นโดยใช้กลยุทธ์เชิงรุกในช่วงล็อกดาวน์ (Lockdown) และช่วงที่ประกาศให้จังหวัดพัทลุงเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุด โดยใช้สื่อออนไลน์ติดต่อทางไลน์ (Line) และประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

1.4 การปรับตัวโดยการเพิ่มมูลค่าข้าว

การปรับตัวที่สำคัญในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง คือ การคิดค้นสร้างสรรค์แปรรูปข้าวสังข์หยดออกมาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพหลากหลายชนิด เพื่อเพิ่มมูลค่าข้าว การแปรรูปข้าวได้สร้างอำนาจในการกำหนดราคาข้าวให้กับกลุ่มชาวนาได้มากขึ้น โดยการแปรรูปข้าวสังข์หยดมีทั้งในส่วนที่มีอยู่เดิมก่อนวิกฤตโควิด-19 และที่คิดค้นแปรรูปและปรับปรุงใหม่ในช่วงวิกฤตโควิด-19 อาทิ ขนมทองพับ และยังมีส่วนที่อยู่ในระหว่างทดลองลงมือทำ เช่น การทำกระดาดสา เป็นต้น

2. ปัจจัยหรือเงื่อนไขในการปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19

เงื่อนไขที่ช่วยสนับสนุนการปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ของชาวนา คือ ต้นทุนที่ชาวนานำมาใช้ในกระบวนการดำรงชีพ (Livelihoods Process) จากการศึกษพบว่า ชาวนาสามารถนำเอาทุนที่มีอยู่แล้วมาขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและสร้างกระบวนการปรับตัวอันนำไปสู่การดำรงชีพได้ ซึ่งจะมีผลต่อโอกาสในการเลือกวิถีการดำรงชีพ ภายใต้เงื่อนไขที่ชาวนามีทุนในการปรับตัว 4 ประเภท ได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) และทุนการเงิน (Financial Capital) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ทุนมนุษย์ (Human Capital)

ทุนมนุษย์ หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความยืดหยุ่นในการปรับตัว และการเป็นผู้นำที่เข้มแข็ง ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชาวนาสามารถดำเนินกลยุทธ์

การดำรงชีพและบรรลุผลตามเป้าประสงค์ในการดำรงชีพ (DFID, 2001) จากการศึกษาพบว่า ทุนมนุษย์ที่ใช้ในการปรับตัวของชาวนาชุมชนบ้านเขากลางสามารถแบ่งการอธิบายได้ ดังนี้

1) กลุ่มชาวนาที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว

สถานการณ์ของชาวนามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เงื่อนไขสำคัญ คือ กลุ่มชาวนาที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว ซึ่งเป็นการแสวงหาทางเลือกของกลุ่มชาวนาเองโดยพยายามปรับตัวไปสู่การผลิตที่ยั่งยืนมากขึ้น จากการศึกษาพบว่า ชาวนาได้ปรับตัวมาเป็น “ผู้ประกอบการชาวนา” ซึ่งไม่ได้อยู่ในลักษณะของชาวนาแบบเดิม (Peasant) ที่เป็นเพียงผู้ผลิตสินค้าและไม่มีอำนาจในการต่อรองเรื่องราคาข้าวแบบแต่ก่อน แต่ชาวนาได้ปรับตัวไปตามบริบทของเศรษฐกิจจากผลกระทบของกระแสทุนนิยม มาสู่สังคม “ผู้ประกอบการชาวนา” ในลักษณะชาวนาพาณิชย์ (Commercial farmers) เนื่องด้วยการปรับตัวดังกล่าว เป็นผลจากการที่ชาวนาพยายามเข้าไปต่อสู้ต่อรองกับอำนาจในตลาดข้าว โดยผนึกกำลังรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเอง มีอำนาจต่อรองผลประโยชน์อย่างชัดเจน กระบวนการนี้ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน แต่เป็นผลจากความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ดำเนินมาต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนวิกฤตโควิด-19 ข้อค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งก็คือว่า แม้ชาวนาจะมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเป็น “ผู้ประกอบการชาวนา” แต่ชาวนากลุ่มนี้ก็ยังมีลักษณะความเป็น “อาชีพชาวนา” ที่ต้องการอิสระ (Autonomy) ในกระบวนการผลิต และมีอำนาจในการบริหารจัดการนาด้วยตนเอง กล่าวคือ แม้ผู้ประกอบการชาวนาจะมีลักษณะของการร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือนวัตกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ และสามารถหาประโยชน์จากโอกาสที่นอกเหนือไปจากเรื่องการค้าขายโดยพื้นฐานได้ เช่น โอกาสในการแปรรูปสินค้าเกษตร โดยอาศัยเครือข่าย และสามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่ในวงเครือข่ายของตนมาใช้ในการสร้างสินค้าใหม่ ๆ แต่กระบวนการนี้ต้องดำเนินไปด้วยการใช้กลยุทธ์ที่คิดและตัดสินใจด้วยตนเองของชาวนา (Farmers' autonomous strategies) โดยปฏิเสธที่จะให้บริษัทเข้าร่วมลงทุนหรือลงทุนในการทำนากำหนดแนวทางการผลิตในรูปแบบกระบวนการจัดการผลผลิตล่วงหน้า ในประเด็นนี้ จะเห็นได้ว่าชาวนาตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในการเลือกจะเป็นผู้ประกอบการชาวนาโดยอิสระที่สามารถใช้กลยุทธ์ในการคิด ตัดสินใจ วางแผนและดำเนินการผลิตข้าวด้วยตนเอง แต่พวกเขาก็พร้อมที่จะเข้าไปช่วยโอกาสทางการตลาดโดยการประเมินความคุ้มค่าว่าทางเลือกไหนจะคุ้มค่ามากกว่ากัน

2) การมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง

การรวมกลุ่มกันของชาวบ้านในชุมชนบ้านเขากกลาง ผู้นำกลุ่มเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับตัวที่ช่วยให้สามารถดำรงชีพได้ เพราะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ศักยภาพการเป็นผู้นำ การกล้าคิดนอกกรอบ การประสานงานกับหน่วยงานและบุคคลเพื่อแสวงหาการสนับสนุน ความสามารถในการลดต้นทุนการผลิต การแสวงหาช่องทางการตลาดที่มีความเหมาะสม รวมทั้งการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งในที่นี้ ผู้นำคนสำคัญของกลุ่มคือ นายนัด อ่อนแก้ว ซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรกของชุมชนบ้านเขากกลาง ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้มีการเพิ่มยอดขายให้ได้มากขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีการปรับปรุงการบริหารจัดการและทักษะในการสื่อสารเพื่อฉวยโอกาสสร้างช่องทางการตลาดข้าวสังข์หยดใหม่ ๆ ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤตโควิด-19

3) ความสามารถในการสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย

ในช่วงวิกฤตโควิด-19 จากการศึกษาพบว่ากลุ่มชาวบ้านพยายามช่วยเหลือตนเองโดยการสร้างช่องทางการตลาดที่สร้างกำไร ซึ่งมี 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) การขายปลีกในพื้นที่ โดยทางกลุ่มจะขายปลีกให้แก่คนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง โดยมีทั้งที่ส่งให้และลูกค้ามารับซื้อถึงที่ ในช่วงวิกฤตโควิด-19 กลุ่มลูกค้าในส่วนนี้จะใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการติดต่อโดยตรงเพื่อถามไถ่ความเป็นอยู่ เพื่อรักษารฐานลูกค้าที่จงรักภักดีและบอกต่อไปยังลูกค้ารายใหม่ได้ 2) การขายปลีกนอกพื้นที่ เป็นการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ โดยขนส่งสินค้าไปขายในพื้นที่การจัดแสดงสินค้า ซึ่งจะเป็นช่องทางที่จะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นในระดับค้าส่งต่อไป 3) การขายส่ง การได้รับการสั่งสินค้าในระดับค้าส่งเกิดจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่มองเห็นโอกาสจึงต้องการให้มีการส่งข้าวให้อัตราที่แน่นอนต่อเนื่อง โดยลักษณะแรก คือ การซื้อข้าวสารไปบรรจุถุงจำหน่ายโดยใช้ชื่อสินค้าของตนเอง แต่ใส่ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากกลางเป็นสถานที่ผลิต เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ซื้อไปจำหน่ายในโกลเด้น เพลซ (Golden Place) และลักษณะที่สองจะใช้ชื่อสินค้าเดิมแต่จะใส่ชื่อของตนเองเข้าไปร่วมด้วยเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น เช่น การซื้อขายของบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ที่นำไปขายในเซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์

2.2 ทูทางสังคม (Social Capital)

ทุนทางสังคม หมายถึง ทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคมที่สมาชิกนำมาใช้สนับสนุนในการบรรลุเป้าหมายในการดำรงชีพ ซึ่งได้แก่ กลุ่มเครือข่าย ความไว้วางใจ การสร้างสำนึกร่วม และมีการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน (DFID, 2001) มีรายละเอียดดังนี้

- การสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการผลิตและการสร้างสำนึกร่วม

ชาวนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางเรียนรู้ปัจจัยสำคัญในการดำรงอยู่ของพวกเขาว่า การขายข้าวหรือการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะข้าวสังข์หยดสามารถสร้างตลาดเฉพาะได้มากขึ้นสำหรับคนรักสุขภาพ ซึ่งยินดีจะซื้อข้าวในราคาที่สูงกว่าท้องตลาดโดยทั่วไป แต่ชาวนาย่อมตระหนักว่า ด้วยตลาดที่เปิดกว้างนั้น จำเป็นต้องรักษาคุณภาพข้าวไว้ให้ได้ตามมาตรฐาน GAP ซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุมมาตรฐานในการดำเนินงานร่วมกันในลักษณะชุมชน และไม่สามารถทำเพียงลำพังเพียงครัวเรือนใดครัวเรือนหนึ่งได้ ชาวนาได้สั่งสมองค์ความรู้ด้านการผลิตที่มากพอจะทำอันธพริยได้เป็นอย่างดี และได้ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่ม นอกจากนี้ยังพบการสร้างสำนึกร่วม (Common Consciousness) ในชุมชนชาวนา แม้จะทราบกันดีว่า การดำรงอยู่ของชาวนาโดยปฏิสธระบบทุนนิยมนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ แต่ก็มีคามสัมพันธ์ที่ไม่อาจเกิดขึ้นได้บนความสัมพันธ์แบบการค้าทั้งหมด นั่นคือการดำรงอยู่โดยการสร้างสำนึกร่วมขึ้นมา ซึ่งเป็นทุนที่สำคัญของชุมชนชาวนาที่ยังคงมีระบบการผลิตที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีมาตั้งแต่ก่อนช่วงวิกฤตโควิด-19 แล้ว ยิ่งในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่กลุ่มชาวนาต้องช่วยเหลือสมาชิกบางครอบครัวที่มีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ต้องรองรับแรงงานกลับบ้าน ค่าเลี้ยงดูบุตรหลาน เป็นต้น ทำให้รายได้ไม่เท่าเดิม แต่ก็พอสามารถปรับตัวได้เมื่อมาอยู่ในชุมชน เช่น การแบ่งปันธุ์ข้าว การยืมข้าวเปลือกระหว่างกัน การยืมปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมักระหว่างกัน เป็นต้น เมื่อมีการยืมแล้วก็มี การคืนให้ตามสัญญา อีกทั้งยังพบว่า มีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทำนาแบบดั้งเดิมมาใช้เพื่อแก้ปัญหาการทำนาในปัจจุบัน เช่น การทำ “เริน” ข้าว (ฉาง) ให้เป็นที่เก็บเมล็ดพันธุ์หรือธนาคารเมล็ดพันธุ์เพื่อใช้ในการเพาะปลูกฤดูกาลถัดไป ทำให้ช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ไปได้ “เกลอเขา เกลอเล” เป็นวัฒนธรรมการเกือกูลกันของคนภาคใต้ที่นับถือกันว่าเป็นญาติพี่น้อง เกิดการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ข้าว ผลผลิตข้าวเปลือก แบ่งปันพื้นที่ทำนา โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 เป็นการปรับประเพณีแบบดั้งเดิมเพื่อนำมาใช้กับเครือข่ายความสัมพันธ์แบบใหม่ในแนวระนาบระหว่างสมาชิกในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต สมาชิกในกลุ่มคนใดมีปัญหาต้องรีบเร่งให้ความช่วยเหลือ จนเกิดเป็นความไว้วางใจกัน

2.3 ทุนธรรมชาติ (Natural Capital)

ทุนธรรมชาติ หมายถึงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการดำรงชีพ เช่น น้ำ ทรัพยากรธรรมชาติที่ชาวนาใช้ส่วนหนึ่งเป็นทรัพยากรร่วม

(Common Properties) พันทุมทางธรรมชาติจึงเอื้อต่อการดำรงชีพ (DFID, 2001) การปรับตัวของชาวนาชุมชนบ้านเขากลางอยู่ภายใต้เงื่อนไขการมีอยู่ของ “ทุนธรรมชาติ” โดยมีสภาพดินที่เหมาะสมกับการปลูกข้าวสังข์หยดซึ่งยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ ธรรมชาติของชุมชนที่นี้จึงเป็นทั้งแหล่งอาหารและช่วยเพิ่มพูนสุขภาพให้ชาวนามีสุขภาพแข็งแรงซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการปรับตัว โดยทุนธรรมชาตินี้มีอยู่ตั้งแต่ก่อนสถานการณ์โรคโควิด-19 โดยลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ตำบลปันแตมีที่ราบลุ่มบริเวณทางทิศตะวันออกตลอดแนวถึงทิศใต้มีสภาพพื้นที่ราบเรียบร้อยละ 75 ของพื้นที่ พื้นที่ส่วนใหญ่มีน้ำท่วมในฤดูฝน ซึ่งใช้เป็นพื้นที่ปลูกข้าว สภาพภูมิประเทศจึงเอื้อต่อการทำนาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะข้าวพันธุ์สังข์หยดเมืองพัถ์ถูกนำไปสู่การใช้ที่ดินทำนาอย่างเข้มข้นในแต่ละขั้นตอนในการทำนา

2.4 ทุนการเงิน (Financial Capital)

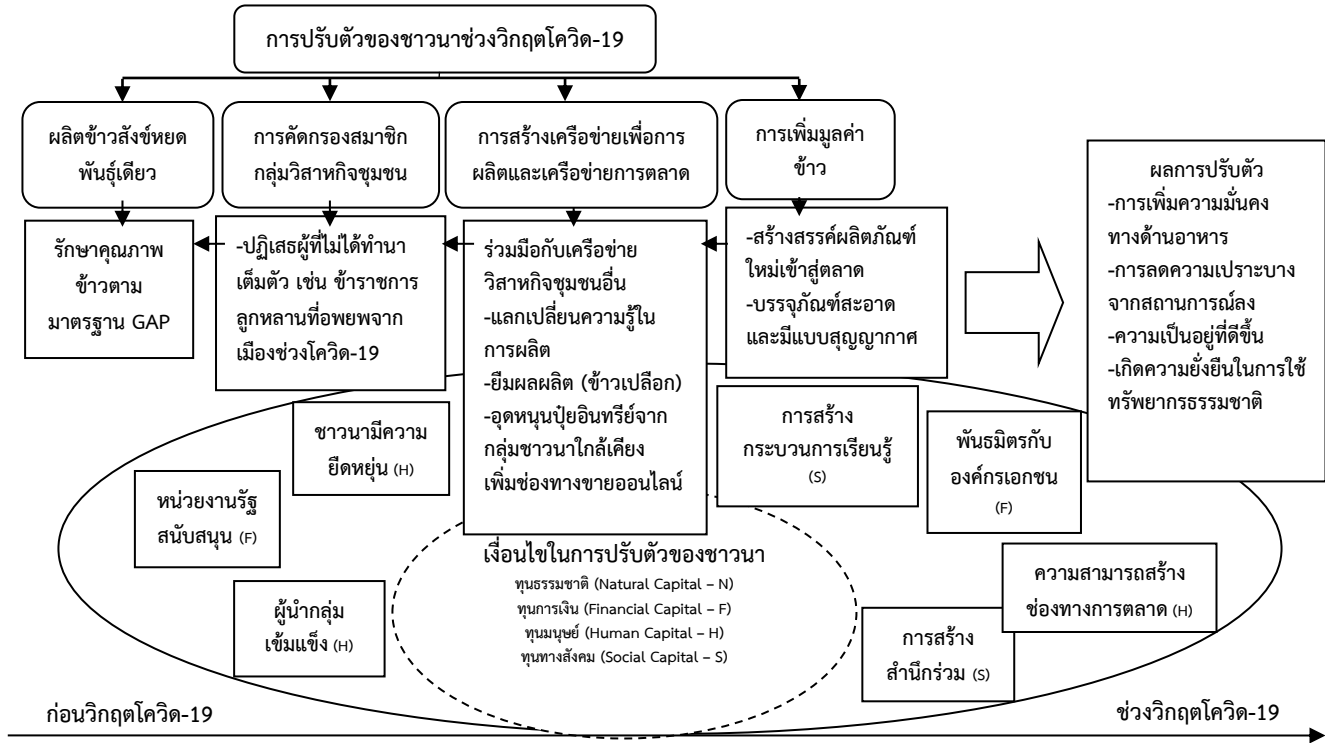
ทุนการเงิน หมายถึง เงินทุนที่ใช้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ของการดำรงชีพ ซึ่งประกอบด้วยเงินสะสมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้และเงินไหลเวียนหรืออาจจะเป็นทรัพยากรอื่น ๆ (DFID, 2001) ในการพิจารณานี้รวมเอาทุนทางเศรษฐศาสตร์ไว้ด้วย ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ดิน จากการศึกษาพบว่า คราวเรือนชาวนาในวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางทั้งหมดมีปัจจัยที่ดินเป็นของตนเองซึ่งเป็นที่ดินของบรรพบุรุษ ไม่ต้องเช่าที่ดินทำนา ซึ่งเป็นทุนที่สำคัญอย่างมากในการปรับตัวเพื่อการดำรงชีพ เนื่องจากราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นมากในอัตราไร่ละประมาณ 250,000-350,000 บาท ซึ่งราคาที่ดินดังกล่าว ทำให้การเข้าถึงที่ดินทำได้ยากมากขึ้นสำหรับผู้ที่ไม่มียุทธศาสตร์การเงิน ดังนั้น โอกาสในการเข้าถึงที่ดินใหม่ของกลุ่มคนที่มียุทธศาสตร์น้อยจึงเป็นไปได้ยากในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มครัวเรือนชาวนาส่วนใหญ่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางจำนวนร้อยละ 54 มีขนาดการถือครองที่ดิน 10 ไร่ รองลงมาครัวเรือนชาวนาร้อยละ 25 มีขนาดการถือครองที่ดิน 5 ไร่ ถัดมาครัวเรือนชาวนาร้อยละ 20 มีขนาดการถือครองที่ดิน 20 ไร่ และมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นที่มีขนาดการถือครองที่ดินมากกว่า 50 ไร่ และมีชาวนาบางส่วนที่มีเครื่องมือในการผลิตเป็นของตนเอง เช่น รถไถนาขนาดใหญ่ รถกระบะสำหรับบรรทุกข้าว รถเกวียนตาม เป็นต้น

- การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและการเป็นพันธมิตรกับองค์กรเอกชน

การรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายทำให้ชาวนาสามารถทำกิจกรรมหรือสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ และทำให้มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรของรัฐมากขึ้น เช่น การให้เงินสนับสนุนก่อสร้างโรงสีข้าว โรงอบข้าวเปลือก เป็นต้น เนื่องจากรัฐจะไม่ค่อยให้การสนับสนุนทรัพยากรเป็นรายบุคคล รวมทั้งการประสานพื้นที่ในการออกร้านขายสินค้า เช่น โครงการสินค้า

โอทอป เป็นต้น ในช่วงที่การระบาดโรคโควิด-19 เบาลง โดยหน่วยงานภาครัฐเองก็ได้เปลี่ยนแปลงการทำงานจากการสั่งการที่เป็นความสัมพันธ์ในแนวดิ่งมาทำงานร่วมกัน ประสาน (Coordination) และเชื่อมโยงกัน เป็นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลไกอำนาจรัฐในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น ก่อให้เกิดการทำงานอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ของจังหวัดพัทลุงด้วย รวมทั้งชาวนาได้สร้างเครือข่ายพันธมิตรกับองค์กรเอกชนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่สมัยก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะเริ่มแรก กล่าวคือ ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิเตย จิราธิวัฒน์ ในการประสานงานก่อสร้างโรงสีข้าวตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 รวมถึงการสนับสนุนทางด้านการตลาด โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่รับซื้อผลผลิตในราคาที่สูงกว่าตลาด นำมาขายในเซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์และท็อปส์ ทำให้การจำหน่ายข้าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ยังดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ไม่สะดุด ในเครือข่ายความสัมพันธ์กับภาคเอกชนนี้ พบว่า เป็นความสัมพันธ์ในวาระนาบที่คงอยู่มายาวนานและเป็นพันธมิตรที่สนับสนุนกันทั้งในด้านการหาปัจจัยการผลิต และการตลาด รวมทั้งเป็นคู่ค้ารายสำคัญ

ผลของการปรับตัวของชาวนา มีดังนี้ 1) การเพิ่มความมั่นคงทางด้านอาหาร คราวเรือนมีความมั่นคงทางอาหารเพิ่มมากขึ้น เพราะแบ่งข้าวไว้สำหรับบริโภคในครัวเรือน โดยปลอดสารเคมี ในสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ชาวนาจึงยังมีข้าวให้บริโภคอย่างพอเพียงในครัวเรือน และยังเป็นแหล่งเสปียงให้กับลูกหลานในเมืองได้อีกด้วย 2) การลดความเปราะบางลง (Vulnerability) แม้ว่าชาวนายยังมีหนี้สินเกือบทุกคน แต่เมื่อแนวทางและผลของการปรับตัวมีความชัดเจนขึ้นก็ทำให้ลดความเปราะบางจากวิกฤตโควิด-19 ลงไปได้มาก เพราะมีความมั่นใจในการชำระหนี้มากขึ้นเนื่องจากมีความมั่นคงในรายได้ที่เกิดจากการเป็นสมาชิกกลุ่ม และการสนับสนุนจากรัฐ 3) ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นผลของการปรับตัวที่มาจากส่วนหนึ่งของรายได้ที่เพิ่มขึ้นและอีกส่วนหนึ่งมาจากผลลัพธ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย เช่น ความรู้สึกอบอุ่นใจที่เมื่อมีปัญหาก็ได้รับความช่วยเหลือจากคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการร่วมกันแก้ไขปัญหาในอาชีพชาวนา โดยที่ไม่รู้สึกว่าการทำอย่างโดดเดี่ยว ขณะที่ชาวนาที่เป็นผู้สูงอายุก็ยังคงอยู่ในอาชีพทำนาและมีสุขภาพที่แข็งแรงอยู่มากไม่มีความรู้สึกว่าเป็นผู้ว่างงานหรือเป็นภาระแก่ในบ้าน 4) เกิดความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความพยายามในการลดการใช้ปุ๋ยเคมีลงและหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากขึ้นจะทำให้รักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืนและเท่ากับสร้างความยั่งยืนในการผลิตในครัวเรือนชาวনারุ่นต่อ ๆ ไปด้วย โดยได้สรุปรูปแบบการปรับตัวของชาวนาดังภาพ



ภาพที่ 1 รูปแบบการปรับตัวของชาวนาช่วงวิกฤตโควิด-19

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษาการปรับตัวของชาวนาพบว่า มีการใช้กลยุทธ์ที่เป็นทางเลือกในการปรับเปลี่ยนการผลิตเพื่อปรับตัวให้อยู่รอดได้ภายใต้สถานการณ์ที่มีกระทบอย่างสถานการณ์การระบาดโรคโควิด-19 รวมทั้งการปรับปรุงการจัดการและทักษะต่าง ๆ ในการค้าขายจนเปลี่ยนแปลงไปสู่ลักษณะของ “ผู้ประกอบการชาวนา” (Farmer as entrepreneur) ซึ่งชาวนาเรียนรู้ที่จะปรับตัวตั้งแต่มีก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่มีผลต่อเนื่องมาถึงช่วงการปรับตัวของชาวนาท่ามกลางวิกฤตโควิด-19 ซึ่งให้เห็นว่า ชาวนายายามเข้าไปฉวยโอกาสจากตลาดที่ได้เปิดโอกาสให้พวกเขาสามารถทำกำไรจากผลผลิตและเพิ่มผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจได้จากระบบทุนนิยม โดยการเปลี่ยนแปลงที่ว่านี้ ไม่ได้ทำให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงอันเนื่องมาจากดุลอำนาจในการต่อรองเปลี่ยนแปลงไปจากภาวะตลาด เนื่องจากพวกเขาได้รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์และความล้มเหลวในอดีตในช่วงสองทศวรรษก่อนหน้านี้ และพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงตลาดเช่นเดียวกับผู้ประกอบการในการผลิตอื่น ๆ ที่ต้องคิดเรื่องกำไรและขาดทุนตลอดเวลา และต้องแบกรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดบนฐานทรัพยากรที่ผลิตนั้น ชาวนาในฐานะผู้ประกอบการจึงเรียนรู้ที่จะปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งปรับปรุงการจัดการและทักษะใหม่ ๆ โดยมุ่งผลิตข้าวเพื่อขายในตลาดที่สร้างกำไรและค้นหาวิธีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ประกอบกับข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุงเป็นพันธุ์ข้าวที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนเป็นอย่างมาก โดยได้รับการประกาศให้เป็น “สินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” (Geographical Indication - GI) ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางได้รับหนังสืออนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ GI และหนังสือรับรอง GI ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุงจากสหภาพยุโรป (EU) จึงทำให้มีตราสินค้า (brand) ที่มีความเข้มแข็งทางธุรกิจ ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความเข้มแข็งในฐานะผู้ประกอบการชาวนามากยิ่งขึ้น จนสามารถแข่งขันในตลาดได้

จากข้อค้นพบดังกล่าว นำมาสู่การอภิปรายถึงข้อถกเถียงเชิงทฤษฎีในสองประเด็นหลักที่สำคัญ คือ ข้อถกเถียงว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสังคมชาวนาและการเปลี่ยนแปลงจากวิถีชีวิตชาวนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชาวนา ดังนี้

ประเด็นแรก จากข้อถกเถียงว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสังคมชาวนาตามที่มีงานศึกษาชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเกษตรในภาคชนบท โดยเฉพาะการที่เกษตรกรหรือ

ชาวนาเลิกทำการผลิตบนที่ดินเพราะมองว่าไม่คุ้มค่า แล้วหันเข้าสู่การเป็นแรงงานรับจ้างในเมืองและภาคอุตสาหกรรม ได้นำมาสู่ข้อเสนอว่า สังคมชาวนาที่ทำการผลิตภาคการเกษตรบนที่ดินในฐานะเกษตรกรรายย่อยนั้นกำลังถูกกลืนและกำลังสูญหายไป เพราะเกษตรกรหรือชาวนาเหล่านั้นได้หันไปสู่การเป็นแรงงานรับจ้างในเมืองและปรับตัวเข้าสู่อาชีพอื่น ๆ นอกภาคการเกษตรเพิ่มขึ้นทุกขณะ รวมทั้งแนวโน้มของการทำการเกษตรที่เริ่มลดความสำคัญลง เป็นตัวเร่งให้ชาวนาขายที่ดินหรือเกิดกระบวนการเลิกเป็นชาวนาในที่สุด (Depeasantization) (Rigg, 2005) จากการศึกษาพบว่า ชาวนาไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เหมาะสมได้ว่า ชาวนากำลังจะเลิกเป็นชาวนา (Depeasantization) ตรงกันข้ามยังพบว่าชาวนาได้พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตต่อไปได้ภายใต้พลวัตการผลิตและตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยได้ผันตัวไปสู่ผู้ประกอบการ โดยมีการสร้างตราสินค้า (Brand) ที่เข้มแข็งที่ได้รับการประกาศให้เป็น “สินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” (GI) ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ และการส่งเสริมประสบการณ์ของตัวชาวนาเอง ทำให้ชาวนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางมีความพร้อมในการเข้าสู่ตลาด โดยพยายามปรับตัวในการเรียนรู้การจัดการธุรกิจในระบบทุนนิยมอย่างเป็นมืออาชีพและค้นหาวิธีการและกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้เพื่อความอยู่รอดของกลุ่ม ด้วยราคาและแรงจูงใจในด้านรายได้จากการปลูกข้าวสังข์หยดจึงนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวนายังคงเลือกทำนาข้าวสังข์หยด ไม่เลิกอาชีพทำนา ชาวนาได้ปรับตัวไปพร้อม ๆ กับเป้าหมายและวิถีการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป แต่มิใช่ว่าชาวนาจะหวนกลับไปสู่เศรษฐกิจแบบยังชีพเหมือนเช่นในอดีตแบบเดิมดังเช่นโครงสร้างสังคมชาวนาภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจธรรม ที่อธิบายพฤติกรรมของชาวนาในอดีตที่ดำรงอยู่ภายใต้สภาวะความเสี่ยงของสังคมเกษตรกรรมที่ทำการผลิตเพื่อการยังชีพ ซึ่งมักมีความกังวลพื้นฐานว่า ทำอย่างไรจึงจะประกันความอยู่รอดของตนและครอบครัวไว้ได้ (Scott, 1976) แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากวิถีชีวิตชาวนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชาวนา

ประเด็นที่สอง การเปลี่ยนแปลงจากวิถีชีวิตชาวนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชาวนา (Sattayanurak, 2017) จากการศึกษาพบว่า ชาวนาได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายและวิธีการผลิตให้สอดคล้องกับการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลของชาวนาที่ได้วิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนภายใต้เป้าหมายการผลิตแบบทุนนิยมอย่างชัดเจน โดยมีแรงจูงใจคือผลกำไร เพื่อเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในครัวเรือน เนื่องจากชาวนาได้วิเคราะห์ความคุ้มค่าระหว่างต้นทุนกับกำไรจากราคาข้าวในตลาดเรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่พยายามมุ่งหาตลาดที่สร้างกำไรได้ นอกจากนี้ ชาวนายังคำนวณความคุ้มค่าในการเลือก

รูปแบบและวิธีการทำนาที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดในแต่ละฤดูกาลว่า วิธีการไหนจะให้ความคุ้มค่ามากที่สุด โดยวิธีการผลิตข้าวของชาวนาชุมชนบ้านเขากลางในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนจากการทำนาดำที่ต้องใช้ทุนและแรงงานจำนวนมากมาทำนาหว่านแทนซึ่งมีทั้งแบบหว่านแห้งและแบบหว่านนํ้าตม ซึ่งการทำนาหว่านจะใช้ต้นทุนและแรงงาน รวมทั้งระยะเวลาในการทำนาน้อยกว่าการทำนาดำมาก และยังมีเมล็ดพันธุ์ข้าวที่แบ่งเก็บไว้ปลูกในฤดูกาลถัดไป ซึ่งเป็นบรรทัดฐานอย่างหนึ่งของกลุ่มชาวนา เป็นการลดความเปราะบางในสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ไปได้ รวมทั้งชาวนาสามารถใช้ประโยชน์จากทุนธรรมชาติที่หาได้จากพื้นที่ในการสร้างความได้เปรียบที่จะมีชีวิตรอด การใช้ทุนทางสังคมในเครือข่ายการผลิตและจำหน่ายข้าว การมีทุนมนุษย์ที่มีทักษะความรู้ในการผลิตและความมีสุขภาพที่แข็งแรง และทุนการเงินที่อาจจะไม่ใช่ในรูปเงินตราที่มากนักแต่เป็นจำนวนผลผลิตที่มีอยู่ซึ่งสามารถแปลงเป็นทุนอื่นได้ ซึ่งถือเป็นการรองรับวิกฤตการณ์แห่งการยังชีพที่ซับซ้อนมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ในขณะที่งานศึกษาอื่นที่ศึกษาเกี่ยวกับการดำรงชีพของชาวนาในช่วงวิกฤตโควิด-19 อาทิ งาน Chipenda (2021) และงาน Cotula (2021) พบว่า ชาวนามีความกังวลในการจัดซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวในราคาที่สูง และไม่สามารถหาซื้อเมล็ดพันธุ์ได้ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตโดยเฉพาะชาวนาที่มีแปลงขนาดเล็ก

จากแนวคิดของ Popkin (1979) ที่อธิบายว่า ชาวนาก็มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกลงทุนอย่างชาญฉลาดเพื่อเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในครัวเรือนของตน ไม่ได้มุ่งแต่ผลิตเพื่อพออยู่พอกินเท่านั้น ดังกรณีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง ซึ่งได้มีการปรับตัวมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่เสมือนเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการแข่งขันในตลาดข้าวสังข์หยดมากขึ้น โดยเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ตัดสินใจบนฐานของราคาเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการตัดสินใจบนฐานความคุ้มค่าและรายละเอียดของคุณภาพในตัวสินค้ามากขึ้น ชาวนาจำเป็นต้องปรับตัวโดยเลือกทางเลือกหรือโอกาสที่ชาวนาจะใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำรงชีพ (Livelihoods Strategies) เพื่อเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในครัวเรือน เพราะเห็นว่าตลาดได้เปิดโอกาสให้ชาวนามีความริเริ่มและพร้อมที่จะเข้าไปฉวยโอกาสจากสิ่งเหล่านั้นด้วย ดังนั้น ชาวนาจึงไม่จำเป็นต้องมองตลาดเป็นทางเลือกสุดท้ายหรือตกเป็นเหยื่อของระบบตลาดเสมอไป โดยมีการลงทุนและใช้กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าข้าว ด้วยการสร้างสรรค์ให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค การสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาดบนฐานการผลิตข้าวสังข์หยดเพียงพันธุ์เดียวเพื่อรักษาคุณภาพข้าวไว้ให้ดีที่สุด รวมทั้งการคัดกรองผู้ที่จะมา

เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพและก่อให้เกิดผล “กำไร” ได้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งก็คือว่า ชาวนามีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเป็น “ผู้ประกอบการชาวนา” และมีการใช้กลยุทธ์ในการคิดและตัดสินใจดำเนินการด้วยตนเองอย่างเป็นอิสระ (Farmers' autonomous strategies) ในกระบวนการผลิตและการจัดการการค้า มากกว่าที่จะให้บริษัทเข้าร่วมลงทุนหรือลงทุนในการทำมาหากินตามแนวทางการผลิตในรูปแบบกระบวนการจัดการผลผลิตล่วงหน้า โดยผู้ประกอบการชาวนาต้องการบริหารจัดการนาด้วยตนเอง และสามารถหาประโยชน์จากการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ รวมทั้งสามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่ในวงเครือข่ายของตนนำมาปรับใช้ได้ ทำให้ผู้ประกอบการชาวนาจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายลักษณะใหม่ที่คนในเครือข่ายมีความเสมอภาคกันที่ทำให้แต่ละคนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตทั้งระบบ กล่าวคือ ในมิติความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต พบว่า ในการตัดสินใจแก้ปัญหาไม่ใช่เป็นความคิดจากผู้นำกลุ่มเพียงคนเดียว แต่เป็นข้อตกลงของกลุ่มที่ลงความเห็นร่วมกันในการตัดสินใจแก้ปัญหาหรือการเสนอความคิดเห็นในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในแนวนอนที่ทุกคนมีความเสมอภาคกันในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการบริหารกลุ่ม การรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายทำให้ผู้ประกอบการชาวนาสามารถทำกิจกรรมหรือสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ ทำให้มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรของรัฐมากขึ้น สามารถสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลไกรัฐทั้งระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น เช่น การให้เงินสนับสนุนก่อสร้างโรงสีข้าว โรงอบข้าวเปลือก การนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า เป็นต้น ส่วนเครือข่ายความสัมพันธ์กับภาคเอกชน พบว่า เป็นความสัมพันธ์ในแนวนอนที่คงอยู่มายาวนานและเป็นพันธมิตรที่สนับสนุนกันทั้งในด้านการหาปัจจัยการผลิต และการตลาด รวมทั้งเป็นคู่ค้ารายสำคัญ นอกจากนี้ ยังพบสายสัมพันธ์แบบใหม่ที่กระทำผ่านทางประเพณีดั้งเดิม โดยพบว่ามีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทำนาแบบดั้งเดิมมาใช้เพื่อแก้ปัญหาการทำนาในปัจจุบัน เช่น การทำ “เร็น” ข้าว (ฉาง) ให้เป็นที่เก็บเมล็ดพันธุ์เพื่อใช้ในการเพาะปลูกฤดูกาลถัดไป แก้ปัญหาการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ ขณะที่ “เกลอเขา เกลอเล” เป็นวัฒนธรรมการเก็อกุลกันของคนภาคใต้ที่มีการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ข้าว ผลิตข้าวเปลือก โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 ดังนั้น ศักยภาพของชาวนาในการปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อความอยู่รอดจึงมีความสำคัญอย่างมากภายใต้ตลาดที่ได้เปิดโอกาสให้สามารถหาประโยชน์เพิ่มเติมในทาง

เศรษฐกิจ โดยเฉพาะความสามารถในการจัดการธุรกิจภายใต้ระบบทุนนิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในฐานะผู้ประกอบการชาวนา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

1) เนื่องจากชุมชนมีต้นทุนทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาการทำนาข้าว จารีตประเพณี ในวิถีความเป็นอยู่ในชุมชน ซึ่งมีพลังในการยึดโยงบุคคลให้เกิดความคิด ความเชื่อที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการยึดโยงความสามัคคีในกลุ่ม และอาศัยประสบการณ์ในการประกอบอาชีพชาวนามาตลอดชีวิต ลองผิดลองถูกในการปรับตัวเพื่อการดำรงชีพ ซึ่งสิ่งที่น่ากังวลในระยะต่อไปก็คือ จะไม่มี “ชาวนารุ่นใหม่” มาสานต่อวิถีการผลิตข้าวสังข์หยด สำหรับทางออกของปัญหาดังกล่าว คือ การพยายามดึงคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะทายาทชาวนาที่มีความรู้ มีการศึกษา และตระหนักในคุณค่าของอาชีพชาวนาเข้ามาช่วยยกระดับอาชีพการทำนาข้าวสังข์หยด โดยมีการผสมผสานระหว่างองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นจากความรู้ภายในที่เป็นความรู้ประสบการณ์ของปราชญ์ชาวนากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำนา ให้สามารถเพิ่มมูลค่าของอาชีพทำนา แต่ดูเหมือนจะเป็นเรื่องยากที่จะให้ผู้จบการเกษตรในระบบการศึกษาภาคปกติกลับมาทำนาของตนเอง ดังนั้น การส่งเสริมให้มีชาวนารุ่นใหม่จึงควรหันมาพิจารณาเยาวชนที่ออกจากระบบการศึกษาภาคปกติด้วย โดยอาจบูรณาการโรงเรียนชาวนาอันทรีย์ในการออกแบบหลักสูตรชาวนารุ่นใหม่กับสำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) จังหวัดพัทลุง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับทายาทชาวนาที่สนใจและพร้อมจะสืบทอดอาชีพชาวนาจากพ่อแม่ เพราะการเป็นอาชีพชาวนา ต้องอาศัย “ใจรัก” ในการทำนาด้วย

2) ภาครัฐควรมีบทบาทในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และทักษะในการจัดการเชิงธุรกิจให้กับชาวนาด้วย โดยเริ่มต้นจากการจัดอบรมอาสาสมัคร แล้วค่อยให้อาสาสมัครเหล่านี้ถ่ายทอดความรู้แก่ชาวนาต่อไป ซึ่งชาวนาจำเป็นต้องเรียนรู้และพัฒนาทักษะเพื่อฉวยโอกาสสร้างช่องทางการตลาดข้าวสังข์หยด รวมทั้งการที่ประเทศเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ย่อมเป็นโอกาสที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวสังข์หยดที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและการค้าข้าวจะช่วยให้ชาวนามีความคล่องตัวและยืดหยุ่นมากขึ้นเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ของ “ชาวนารุ่นใหม่” ที่จะเข้ามาสานต่อวิถีการผลิตข้าวพื้นถิ่นเมืองในรูปแบบข้าวอินทรีย์ เพื่อหาแนวทางในการผสมผสานระหว่างองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำนา

2) ควรมีการศึกษารูปแบบการตลาดเชิงกลยุทธ์ในการนำเสนอที่มีความเป็นมืออาชีพ แนวทางในการทำตลาดของชาวนา เนื่องจากตลาดข้าวสังข์หยดยังเป็นตลาดเล็กและขายโดยกลุ่มชาวนาเป็นส่วนใหญ่ จึงควรพัฒนาแนวทางในการสร้างตลาดข้าวสังข์หยดที่เฉพาะด้วยการบูรณาการวางแผนการทำงานร่วมกันทั้งรัฐและชาวนา โดยเฉพาะการแปรรูปผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุและกลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งจะเป็ตลาดที่มีขนาดใหญ่ในอนาคต

References

- Chipenda, C. (2021). **Peasant Production and Livelihoods in Times of Crisis: an Exploration of the Impact of the Covid-19 Pandemic on Peasants**. Bellville: Institute for Poverty, Land and Agrarian Studies.
- Cotula, L. (2021). Towards a Political Economy of the Covid-19 Crisis: Reflections on an Agenda for Research and Action. **World Development**, 138, 1-4.
- DFID. (2001). **Sustainable Livelihoods Framework**. <http://www.researchgate.net/figure/sustainable-livelihood>
- Krantz, L. (2001). **The Sustainable Livelihood Approach to Poverty Reduction**. Swedish International Development Cooperation Agency, Division of Policy and Socioeconomic Analysis.
- Muenphakdee, C. (2017). Changes in Economic and Social Landscape in a Peasant Society of Bueng Kan Province: Review of the Concepts of Peasants' Society of Edward C. Banfield and James C. Scott. [in Thai]. **Journal of Social Sciences and Humanities, Kasetsart University**, 43 (1), 52-79.
- Office of Agricultural Economics. (2020). **Land Use Report**. [in Thai]. <http://www.oae.go.th/view1/TH-TH>

- Popkin, S. L. (1979). **The Rational Peasant: The Political Economy of Rural Society in Vietnam**. Berkeley: University of California.
- Rigg, J. (2005). Poverty and Livelihoods after Full-Time Farming: A South-East Asian View. **Asia Pacific Viewpoint**, 46 (2), 173-184.
- Sattayanurak, A. (2017). **Changes in Thai Society: Democracy on the Move**. [in Thai]. Chiangmai: The Thailand Research Fund (TRF).
- Scott, J. C. (1976). **The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia**. New Haven and London: Yale University Press.
- Sirisatidkit, P. (2016). **The Model Development of Farmer Adaptation Sustainable of Songkhla Basin Area**. [in Thai]. PhD Dissertation (Development Education), Silpakorn University.
- Sirisatidkit, P. & Unaromlert, T. (2016). The Model Development of Farmer Adaptation Sustainable of Songkhla Basin Area. [in Thai]. **Journal of Humanities and Social Sciences, Thaksin University**, 11 (1), 95-143.
- Tonglim, S. (2009). **Agriculture in Thailand**. [in Thai]. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Wongsatjachock, W. (2018). A Contemporary Survey on Political Economy Approaches to Resilience of Thai Peasants and Developing Research Questions for the Future. [in Thai]. **Burapha Journal of Political Economy**, 5 (1), 22-52.
- Worldometer. (2021). **Covid Live-Coronavirus Statistics-Worldometer**. <http://www.worldometer.info/coronavirus>
- Yaimuang, S. et al. (2016). **Literature Review and Developing Research Question for Change and Adaptation of Thai Farmers under the Change of Rice Production and Market**. [in Thai]. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF).