

บทคัดย่อ

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่จับสัตว์น้ำทะเลได้มากเป็นอันดับสามของประเทศ และเป็นศูนย์กลาง หรือ แหล่งรวบรวมสัตว์น้ำทะเลจากจังหวัดต่าง ๆ ก่อนส่งไปจำหน่ายยังตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพราะความสะดวกของการคมนาคม การขนส่ง การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ อีกทั้งเป็นจังหวัดที่มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดผลิตภัณฑ์ทะเลที่ส่งออกที่สำคัญของประเทศ

เพื่อทราบถึงวิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา จึงได้ทำการสัมภาษณ์ชาวประมง และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์น้ำทะเล รวม 108 ราย มาทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย พบว่า ชาวประมง หรือเจ้าของเรือประมงเป็นคนจังหวัดสงขลา ดำเนินการประมงโดยใช้เรืออวนลาก สามารถจับสัตว์น้ำทะเลมากในระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม เพราะไม่ใช้ฤดูมรสุม คลื่นลมสงบและน้ำทะเลใส แต่สามารถขายสัตว์น้ำทะเลได้ราคาสูงสุดในเดือนมีนาคม เนื่องจากชาวประมงไม่มีบทบาททางด้านการค้า กล่าวคือ ไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ทั้งนี้เพราะต้องขายให้กับคนกลางเจ้าประจำ เป็นต้นว่า กิจการแพปลา พ่อค้าท้องถิ่น และกิจการห้องเย็น เนื่องจากชาวประมงมีภาระหนี้สิน เพราะต้องกู้เงินเพื่อเป็นทุนในการดำเนินธุรกิจจับสัตว์น้ำทะเล ในการขายสัตว์น้ำทะเลต้องเสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ ท่าเทียบเรือ ค่าแพปลา และค่ารับจ้างเข็นรถ เมื่อรับซื้อสัตว์น้ำทะเลแล้ว ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะนำสัตว์น้ำทะเลมาทำการแปรรูปส่งไปจำหน่ายให้กับโรงงานอาหารสัตว์ ที่วแทนที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด กิจการห้องเย็น และตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และยุโรป บางส่วนที่ไม่มีมีการแปรรูปจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น กิจการห้องเย็น ผู้บริโภค ตลาดกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด รวมทั้งตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และ มาเลเซีย

ในตอนท้าย ได้ขอเสนอแนะบางประการ เช่นควรให้ชาวประมงมีการรวมกลุ่มเป็นสมาคม หรือสหกรณ์ที่ถูกตั้งตามกฎหมาย เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองในระบบการตลาด ไม่ว่าจะเป็นด้านการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต การกำหนดราคา และการจัดจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล รวมทั้ง การจัดระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ นี้จะช่วยทำให้ชาวประมงมีบทบาททางด้านการค้าสัตว์น้ำทะเลมากยิ่งขึ้น

Abstract

The province of Songkla ranks third in Thailand in marine products. Songkla province serves as the central market place for domestic distribution and export to foreign markets. Because Songkla has good transportation and communication systems and because of its border with Malaysia, the location facilitates the growth of trade of marine products.

In order to study and investigate the marketing channels of marine product in Songkla, 108 persons actively involved in the fishing industry were interviewed. The findings were that most fish are caught by fishermen or small business that own fishing vessels called trawlers. Most of the marine products are caught between October and December when the sea is calm and clear. The fishermen are not actually involved in the marketing of the product they producer, since they couldn't set the price. They sell to local middlemen and local businessmen who have invested in cold storage equipment to process the fish and hold for the best time to sell. The fishermen business owner are heavily in debt because of mortgages to pay for the power. They do not have the capital or assets to borrow to finance their own processing fortories. Therefore the middlemen set the price according to costs of processing i.e. seaport fee, rented and wages, and demand domestically and from markets in Singapore, Malaysia, Japan and Europe. Other marine products too bad for foreign markets are sold to the local consumer and Bangkok and some small business in Singapore and Malaysia is markets.

In conclusion, some suggestions of local marketing of marine products in Songkla are: Fishermen could come together to form associations or co-operatives, to use collective bargaining in marketing to increasing efficienly pproduction, setting prices and distributing marine product, and develops a managing information system. This organization would allow fishermen to play a role in the marketing of the own marine products.