

วิถีทางการตลาดสินค้าทะเลในจังหวัดสงขลา

เพื่อทราบวิถีทางการตลาดสินค้าทะเลของอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา  
ดังนั้นจะทำการศึกษากิ่งแก่จุดเริ่มต้นของวิถีทางการตลาด คือ จากชาวประมงจำหน่ายให้  
พ่อค้าคนกลางประเภทไหนบ้าง และมีวิถีทางการตลาดต่อไปอย่างไร มีรายละเอียดดังนี้

\* ชาวประมง แบ่งตามลักษณะการค้าสินค้าสัตว์น้ำทะเลได้ 2 ประเภท

ประเภทที่ 1 ชาวประมงประกอบอาชีพแบบธุรกิจ ซึ่งเป็นชาวประมงที่มี  
เรือประมงขนาดใหญ่ และมีอุปกรณ์การประมงที่ทันสมัย จึงทำให้สามารถจับสัตว์น้ำได้ครั้ง  
ละจำนวนมาก มีวิธีการจำหน่ายโดยการประมูลด้วยปากเปล่า หรือใช้วิธีการทอดราคา  
ชาวประมงประเภทนี้จะมีน้อยมาก ชาวประมงประเภทนี้จะนำเรือเข้าเทียบท่าตอนกลางคืน  
และจะทำการซื้อ - ขายกันในตอนเช้า

ประเภทที่ 2 ชาวประมงประกอบอาชีพแบบยังชีพ ซึ่งในประเทศไทยส่วน  
ใหญ่ จะเป็นชาวประมงแบบนี้ มีวิธีการจำหน่ายแก่ผู้รับซื้อทันทีที่เข้าเทียบท่า หรือใน  
บางครั้งก็จำหน่ายแก่ผู้ซื้อที่ออกไปรับซื้อในทะเล ซึ่งเป็นวิธีที่ลดภาระของชาวประมงในเรื่อง  
การนำสัตว์น้ำมาขึ้นยังแหล่งขึ้นปลา เหมาะสำหรับชาวประมงที่มีเรือประมงขนาดเล็ก ที่  
สามารถจับสัตว์น้ำได้ครั้งละไม่มาก แต่มีข้อเสียอยู่ว่า การรับซื้อในทะเลจะทำให้ชาวประ  
มงขายสัตว์น้ำทะเลได้ในราคาที่ถูก อีกทั้งผู้ซื้อออกไปซื้อต้องจึกเตรียมน้ำแข็งไปให้ด้วย

คนกลาง ถือว่าเป็นบุคคลที่ทำการค้า ซึ่งทำหน้าที่ในการซื้อขายสินค้าในระ  
หว่างสินค้าเคลื่อนย้ายจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งบริโภค

ก่อนที่จะทราบว่า คนกลางในตลาดสินค้าสัตว์น้ำทะเล ควรจะทราบว่าตลาด  
สินค้าสัตว์น้ำทะเล แบ่งได้ 3 ระบุ

1. ตลาดท้องถิ่น (Local grower's Market) เป็นตลาดซึ่งตั้งอยู่ใน  
แหล่งจับสัตว์น้ำทะเล ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน หรือ ท่าบลูต่าง ๆ แถบชายทะเลทั่วไป ซึ่งชาว  
ประมงจะจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้แก่คนกลาง โดยตรงในบริเวณนั้น แต่การบริการทางการ  
ตลาดไม่สมบูรณ์

คนกลางในตลาดท้องถิ่น จะรับซื้อสัตว์น้ำทะเลจากชาวประมงโดยตรง การซื้อขายมีลักษณะเป็นเงินสด ทั้งจะเป็นผู้ให้ชาวสมุทรการค้า และกำหนดราคาสัตว์น้ำแก่ชาวประมง ประกอบด้วย

- 1.1 ผู้ค้าชั่วคราว เป็นพ่อค้าที่เข้ามาทำการซื้อขายสัตว์น้ำเป็นครั้งคราว ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาส และถ้าไรที่คากกว่าจะได้รับ
- 1.2 ผู้ค้าประจำท้องถิ่น จะทำการซื้อขายสัตว์น้ำทะเลประจำในท้องถิ่นนั้น ๆ
- 1.3 ทิวแทนหรือนายหน้า ทำการซื้อขายสัตว์น้ำในลักษณะของทิวแทนหรือนายหน้า ให้กับตัวการคนใดคนหนึ่ง โดยรับค่านายหน้าเป็นสิ่งตอบแทน
- 1.4 ผู้ค้าปลีก เข้ามาทำการซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง
- 1.5 โรงงานแปรรูปสัตว์น้ำ โดยมากจะตั้งอยู่ในแหล่งชายทะเลหรือหมู่บ้านชาวประมง

2. ตลาดท้องถิ่น (Assembly Wholesale Market) เป็นตลาดที่รวบรวมสัตว์น้ำทะเลจากตลาดท้องถิ่น แล้วจำหน่ายต่อไปตลาดอื่น ๆ การบริการด้านการตลาดสมบูรณ์กว่าตลาดท้องถิ่น

คนกลางในตลาดท้องถิ่น เป็นผู้รับซื้อและรวบรวมสัตว์น้ำทะเล จากคนกลางประเภทต่าง ๆ ในตลาดท้องถิ่น โดยมากจะประกอบธุรกิจเป็นหลักแหล่งแน่นอน ประกอบด้วย

- 2.1 ทิวแทนหรือนายหน้า โดยมากจะเป็นทิวแทนหรือนายหน้ารับซื้อสัตว์น้ำทะเล ให้แก่คนกลางในตลาดรวมปลายทาง
- 2.2 โรงงานอุตสาหกรรม หรือ แปรรูปสัตว์น้ำ
- 2.3 ผู้ค้าปลีก

3. ตลาดรวมปลายทาง (Terminal Market) เป็นตลาดจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล เพื่อการบริโภคโดยตรง และ เพื่อการส่งออก หรือ จำหน่ายให้กับโรงงานต่าง ๆ

คนกลางในตลาดรวมปลายทาง ประกอบด้วย

- 3.1 ผู้ค้าส่ง เป็นผู้ซื้อสัตว์น้ำทะเลจากคนกลางทั้งในตลาดท้องถิ่น และ ตลาดท้องถิ่น เพื่อจำหน่ายต่อไปให้ผู้ค้าปลีก และ ผู้ส่งออก

3.2 ผู้ส่งออก เป็นผู้ซื้อและรวบรวมสัตว์น้ำ เพื่อจำหน่ายตลาด  
ต่างประเทศ

3.3 ผู้ค้าปลีก เป็นผู้ซื้อสัตว์น้ำจากผู้ค้าส่ง และชาวประมง หรือ  
โรงงานแปรรูป เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์น้ำทะเล ในระบบการตลาด ต้องการทราบ  
ว่า เมื่อสินค้าเปลี่ยนกรรมสิทธิ์จากชาวประมง ผ่านคนกลางระดับหนึ่ง และจะสิ้นสุดอยู่ที่ผู้  
บริโภคกลุ่มใด ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคโดยตรง หรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์น้ำทะเล

สินค้าสัตว์น้ำทะเล จะมีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับอุตสาหกรรม  
ต่าง ๆ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อแช่สัตว์น้ำส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ และ  
ตลาดต่างประเทศ

2. อุตสาหกรรมน้ำแข็ง เพื่อใช้แช่สัตว์น้ำที่จับได้ก่อนนำเรือเข้าเทียบท่า  
และเพื่อรักษาคุณภาพสัตว์น้ำให้สดขณะบรรจุในลังไม้ เพื่อรอการขนส่งต่อไป

3. อุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมปลาป่น ปลาเค็ม โรงงานทำ  
น้ำปลา โรงงานทำปลาหมึกแห้ง โรงงานทำข้าวเกรียบกุ้ง - ปลา อุ้ต้อ - ซ่อมเรือ  
โรงงานทำลังไม้บรรจุสัตว์น้ำ อุตสาหกรรมทะเลบรจกระป๋อง และแพปลา เป็นต้น

กิจการแพปลา ถือว่าเป็นคนกลางประเภทหนึ่งอยู่ในลักษณะ บริษัทขายประ  
มูล โดยทำหน้าที่ในด้านการขายสัตว์น้ำแทนเจ้าของสินค้า หรือชาวประมงซึ่งเป็นตัวการ  
ผู้ว่าจ้าง โดยวิธีการขายประมูล และจะหักค่าบริการและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นแล้ว  
ซึ่งเงินที่เหลือจากการขายก็ส่งมอบให้แก่เจ้าของสินค้า.

จังหวัดสงขลา เป็นศูนย์กลางการจำหน่ายสัตว์น้ำในภาคใต้ และเป็นศูนย์กลาง  
การส่งสัตว์น้ำออกไปยังประเทศมาเลเซีย และ สิงคโปร์ มีแพปลา 2 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทรับขายสัตว์น้ำให้แก่ชาวประมง โดยคิดค่านายหน้า ประมาณ  
5% รวมทั้งมีบริการนำจึกและน้ำแข็ง

2. ประเภทส่งออกต่างประเทศ โดยทำหน้าที่รับซื้อสัตว์น้ำจากแพปลา  
ประเภทที่ 1 เพื่อส่งต่อไปยังประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์

ความหมาย กิจการแพปลา หมายถึง การกระทำอันเป็นปกติธุระ อย่างใด  
อย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1. ให้กู้ยืม ให้เช่า ให้เช่าซื้อ ให้ยืมเรือ หรือ เครื่องมือทำการประมง แก่ ผู้ประกอบการประมง โดยมีข้อตกลงว่า ผู้กู้ยืม ผู้เช่าซื้อ จะต้องนำสัตว์น้ำมาให้แก่ผู้ให้กู้ยืม เป็นตัวแทนทำการขายสัตว์น้ำนั้น
2. รับเป็นตัวแทนทำการขายสินค้าสัตว์น้ำของบุคคล
3. ขายสัตว์น้ำโดยวิธีขายทอดตลาด

ส่วนใหญ่กิจการแปปลาในทางจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นที่ทำเทียบเรือขององค์การ สะพานปลา ของเทศบาล หรือ ของเอกชน ไม่ได้เป็นแปปลาตามความหมายขององค์การ สะพานปลา เนื่องจากการค้าสัตว์น้ำจะใช้วิธีการต่อรองราคาตามธรรมดา แปปลาจะต้องเสีย ค่าธรรมเนียมให้แก่ประมงอำเภอทุกปี ซึ่งอัตราค่าธรรมเนียมจะแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น

บทบาทของคนกลางแปปลา ถ้ามีการศึกษาบทบาทของคนกลางแปปลา ในระบบ การผลิตและการค้าสัตว์น้ำทะเล จะพบว่า แปปลาจะมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับชาวประ มง ที่แปปลานั้นเป็นตัวแทน เนื่องจากมีการให้ชาวประมงกู้ยืมเงินไปลงทุน ทำการประมงโดย ไม่ต้องเสียคอกเบี้ย เรียกว่า "เกี้ยว" แต่จะมีข้อตกลง หรือ เป็นประเพณีว่า ชาวประมง ผู้ กู้ยืมเงินจะต้องส่งสัตว์น้ำที่จับได้ให้กับแปปลาที่ตนกู้ยืมเงินเป็นผู้จัดการขายสัตว์น้ำที่จับได้ โดย มีการหักค่านายหน้าร้อยละ 6 ของราคาขาย และหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้นว่า ค่าขนส่ง คำน้ำแข็ง และ อื่น ๆ ตามที่จ่ายจริง ไว้ซึ่งเงินที่เหลือจะมอบให้ชาวประมง นอกจากนี้ แป ปลาต้องเสียค่าบริการแก่องค์การสะพานปลา ในอัตราร้อยละ 1 ของราคาสัตว์น้ำทะเล ที่ แปปลาประมูลขายได้ก่อนจะหักค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ดังนั้นแปปลาจะหักค่านายหน้าสุทธิ 5%  
การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล

จากการศึกษาพบว่าผลผลิตสัตว์น้ำทะเลตามลักษณะการส่งออกไปจำหน่ายตลาด ทางประเทศ สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

1. กุ้ง
2. ปลาหมึก
3. ปลาเบ็ด
4. ปลา

ระบบการกลากของกุ้ง ปลาหมึก และ ปลา จะมีลักษณะคล้ายกัน สำหรับระบบการกลากของปลาเบึกมีลักษณะต่างออกไป เนื่องจากผลผลิตของปลาเบึก จะส่งเข้าโรงงานปลาป่น ฉะนั้นสัตว์น้ำทะเลประเภท กุ้ง ปลาหมึก และ ปลา เมื่อมีการนำผลผลิตขึ้นจากทะเลแล้ว ชาวประมงก็นำขึ้นในแหล่งขึ้นปลาตามจังหวัดต่าง ๆ 23 จังหวัด แบ่งออกเป็น 4 เขต ดังนี้

เขต 1 ไค้แก่ จังหวัดตราด จันทบุรี และระยอง

เขต 2 ไค้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และชลบุรี

เขต 3 ไค้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา ปัตตานี และนราธิวาส

เขต 4 ไค้แก่ จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และ สตูล

### จังหวัดที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่าย (ตารางที่ 12)

จากการเก็บข้อมูลชาวประมง 43 ตัวอย่าง พบว่า จะมีการขายสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา 19 ตัวอย่าง อีก 24 ตัวอย่างมีการนำไปยังจังหวัดอื่น ๆ นอกเหนือจากชายฝั่งจังหวัดสงขลา ดังนี้

สมุทรปราการ ร้อยละ 79.2 ของประชากรตัวอย่างที่นำผลผลิตสัตว์น้ำทะเลไปขายที่จังหวัดนี้ และ อีกร้อยละ 20.8 ให้นำไปขายที่จังหวัดสมุทรปราการ

สมุทรสงคราม ในบรรดาชาวประมงซึ่งนำผลผลิตสัตว์น้ำทะเล ที่จับได้ขายจังหวัดสมุทรสงคราม เพียงร้อยละ 37.5 และอีกร้อยละ 66.7 ทอบว่า ให้นำไปขาย ทั้งนี้มีข้อที่นำส่งแก่ทุกเนื่องจากจังหวัดสมุทรสงครามอยู่ห่างจากจังหวัดสงขลามาก

สมุทรสาคร มีเพียงร้อยละ 33.3 ที่นำสัตว์น้ำทะเลที่จับได้ขายที่จังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 66.7 จะไม่นำไปขายที่จังหวัดสมุทรสาคร แต่จะขายในจังหวัดอื่น เป็นต้นว่า นครศรีธรรมราช สมุทรปราการ

นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้จังหวัดสงขลา มาก แต่จากการวิจัยพบว่า มีเพียงร้อยละ 12.5 ที่นำสัตว์น้ำทะเลขายที่จังหวัดนครศรีธรรม-  
ราช และอีกร้อยละ 87.5 ให้คำตอบว่าไม่ได้นำไปขาย

ประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 91.7 ของประชากรตัวอย่างทั้งหมด ไม่นำผลผลิตสัตว์น้ำทะเลขายที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แต่มีเพียงส่วนน้อย คือร้อยละ 12.5 นำสัตว์น้ำทะเลที่จับได้มาขายที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชุมพร จังหวัดชุมพร เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ชาวประมงจะนำสัตว์น้ำทะเล ไปขาย น้อยมาก คือ มีเพียงร้อยละ 4.2 แต่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 95.8 ให้คำตอบว่าไม่ได้นำไปขาย

ปัตตานี ประชากรตัวอย่าง ร้อยละ 95.8 ไม่นำสัตว์น้ำทะเลไปขายที่จังหวัด นี้ และ อีกร้อยละ 4.2 เท่านั้นที่นำสัตว์น้ำไปขายที่จังหวัดปัตตานี

## สรุป

จากการวิจัยนี้ เพื่อให้ทราบวิถีทางการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลานั้น ชาวประมงได้จำหน่ายที่จังหวัดสงขลาเป็นประจำหรือไม่ พบว่า ชาวประมงมีการนำสัตว์น้ำทะเลที่จับได้ขึ้นจำหน่าย ตามจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ซึ่งอยู่ในเขต 2 และจำหน่ายในเขต 3 แก่แก่จังหวัดนครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และปัตตานี ซึ่งการจำหน่ายตามจังหวัดอื่นมีเพียงน้อยราย ทั้งนี้มีข้อสังเกตที่ว่า เจ้าของเรือ ส่วนใหญ่อาศัยในจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 12 จังหวัดที่ชาวประมงนำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่าย

จังหวัด	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
สมุทรปราการ		
ชาย	19	79.2
ไม่ชาย	5	20.8
รวม	24	100.0
สมุทรสงคราม		
ชาย	9	37.5
ไม่ชาย	15	62.5
รวม	24	100.0
สมุทรสาคร		
ชาย	8	33.3
ไม่ชาย	16	66.7
รวม	24	100.0
นครศรีธรรมราช		
ชาย	3	12.5
ไม่ชาย	21	87.5
รวม	24	100.0
ประจวบคีรีขันธ์		
ชาย	2	8.3
ไม่ชาย	22	91.7
รวม	24	100.0

ตารางที่ 12 จังหวัดที่ชาวประมงนำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่าย (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน	อัตราร้อยละ
ชุมพร		
ชาย	1	4.2
ไม่ชาย	23	95.8
รวม	24	100.0
ปัตตานี		
ชาย	1	4.2
ไม่ชาย	23	95.8
รวม	24	100.0

สาเหตุที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่ายจังหวัดอื่น (ดูตารางที่ 13)

โคราคาคึกว่า พบว่า ประชากรตัวอย่างซึ่งเป็นชาวประมงร้อยละ 8.3 เลือกที่จะนำสัตว์น้ำทะเลที่จังหวัดอื่น ๆ โดยให้เหตุผลว่า จำหน่ายโคราคาคึกว่าที่จังหวัดสงขลา และอัตราร้อยละ 91.7 ไม่ตอบถึงเหตุผลนี้

ไกลแหล่งหาปลา ร้อยละ 16.7 จำหน่ายที่จังหวัดอื่น ก็เพราะไกลแหล่งหาปลา ด้วยเหตุผลที่ว่า สินค้าสัตว์น้ำทะเลเป็นสินค้าที่มีลักษณะเบาเสีงง่าย จึงจำเป็นต้องจำหน่าย และอาจเป็นกรณีที่ไม่มีเจ้าประจำ บุกรชาค้ด้วย แต่อัตราร้อยละ 83.3 ไม่ตอบเหตุผลนี้

ไกลชายฝั่งทะเล จากประชากรตัวอย่าง 24 ราย ซึ่งเป็นชาวประมง ให้เหตุผลว่าไกลชายฝั่งทะเล ร้อยละ 16.7 และอัตราร้อยละ 83.3 ไม่ตอบเหตุผลนี้

กลัวความสะดวก ความสะดวกของชาวประมงที่ทำการสัมภาษณ์ 24 ตัวอย่างนี้ ให้เหตุผลว่า ในบางครั้งนำสัตว์น้ำไปขายที่จังหวัดอื่น ก็เพราะไกลแหล่งหาปลา หรือบางครั้งไกลชายฝั่งทะเลจังหวัดอื่น (ยกเว้นสงขลา) ร้อยละ 58.3 และอัตราร้อยละ 41.7 ให้เหตุผลอย่างอื่น



ตารางที่ 13 สาเหตุที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่ายในจังหวัดอื่น

สาเหตุที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่ายในจังหวัดอื่น	จำนวน	อัตราร้อย
ไ้ราคาดีกว่า		
ตอบ	2	8.3
ไม่ตอบ	22	91.7
รวม	24	100.0
ใกล้แหล่งหาปลา		
ตอบ	4	16.7
ไม่ตอบ	20	83.3
รวม	24	100.0
ใกล้ชายฝั่งทะเล		
ตอบ	4	16.7
ไม่ตอบ	20	83.3
รวม	24	100.0
ด้วยความสะดวก		
ตอบ	14	58.3
ไม่ตอบ	10	41.7
รวม	24	100.0

### ระบบการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล

จากการศึกษาพบว่า การนำสัตว์น้ำทะเลขึ้นจำหน่ายในจังหวัดต่าง ๆ สามารถทำได้ 3 วิธี

วิธีที่ 1 ชาวประมงนำขึ้นมาเอง โดยมากจะเป็นชาวประมงที่มีเรือประมงขนาดใหญ่ สามารถจับสัตว์น้ำทะเลได้ครั้งละจำนวนมาก ซึ่งชาวประมงจำเป็นต้องจับหน้าแข็งเพื่อเตรียมไว้แช่สัตว์น้ำทะเล

วิธีที่ 2 เรือผู้ซื้อออกไปรับซื้อในทะเล เป็นวิธีที่ผู้ซื้อต้องจับเตรียมหน้าแข็งเพื่อแช่สัตว์น้ำทะเล และนำสัตว์น้ำมาขึ้นยังแหล่งขึ้นปลาเอง นับว่าเป็นวิธีการจำหน่ายที่ลดภาระของชาวประมง

วิธีที่ 3 ชาวประมงนำสัตว์น้ำมาขายให้ผู้รวบรวมปลาเป็นวิธีซึ่งเหมาะสำหรับชาวประมงขนาดเล็ก สามารถจับสัตว์น้ำทะเลครั้งละจำนวนน้อย

### ระบบการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา (ดูตารางที่ 14)

จากการเก็บข้อมูลชาวประมง 43 ตัวอย่าง พบว่า

การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา เมื่อสอบถามประชากรตัวอย่างถึงการนำผลผลิตสัตว์น้ำทะเลจำหน่ายในเขตจังหวัดสงขลา เป็นประจำหรือไม่ พบว่า ร้อยละ 44.2 ของประชากรตัวอย่าง มีการจำหน่ายในเขตจังหวัดสงขลาเป็นประจำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเจ้าของเรือประมงอยู่ในจังหวัดสงขลา แต่อีกร้อยละ 55.8 มีการนำสัตว์น้ำไปขายจังหวัดอื่น ๆ เป็นต้นว่า จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ ปัตตานี และ ชุมพร ตามลำดับ ด้วยเหตุผลที่ว่าไคร่ราคาดีกว่าจำหน่ายในจังหวัดสงขลา หรือขึ้นอยู่กับความสะดวก เช่น ใกล้ฝั่ง หรือใกล้แหล่งหาปลา

ตารางที่ 14 ระบบการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลในเขตจังหวัดสงขลา

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราร้อย
การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา		
เป็นประจำ	19	44.2
ไม่เป็นประจำ	24	55.8
รวม	43	100.0
วิธีการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล		
นำมาจำหน่ายเอง	43	100.0
มีผู้ออกไปรับซื้อในทะเล	-	-
ทั้งสองวิธี	-	-
รวม	43	100.0
แหล่งขึ้นปลา		
ทำเทียบเรือสงขลา องค์การสะพานปลา	29	67.4
ทำเทียบเรือเอกชน	14	32.6
ทั้งองค์การสะพานปลาและทำเทียบเรือเอกชน	-	-
รวม	43	100.0
การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้		
กิจการท่องเที่ยว	4	9.3
พ่อค้าท้องถิ่น	13	30.2
แพปลา	26	60.5
รวม	43	100.0

วิธีการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล จากศึกษาว่าวิธีการจำหน่ายสัตว์น้ำสามารถทำได้ โดยการนำมาจำหน่ายเอง หรือ มีผู้ออกไปรับซื้อนั้น แต่จากการสัมภาษณ์ประชาชนตัวอย่างทั้งหมด ร้อยละ 100 ทบว่า นำมาจำหน่ายเอง ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า เมื่อถามประชาชนตัวอย่างว่า ท่านเป็นเจ้าของเรือประมงหรือไม่ นั้น พบว่า ร้อยละ 100 ไม่ได้เป็นเจ้าของเรือประมง ฉะนั้น จึงไม่มีอำนาจในเรื่องของการกำหนดราคา

แหล่งขึ้นปลา จากการศึกษาแหล่งขึ้นปลาของชาวประมง ในเขตจังหวัดสงขลา ซึ่งได้แก่

1. แหล่งขึ้นปลาของเอกชน
2. ทำเทียบเรือประมงของทางราชการ หรือองค์การสะพานปลา

สำหรับสัตว์น้ำ ซึ่งนำมาขึ้นที่แหล่งขึ้นปลาเอกชน หรือทำเทียบเรือประมงของทางราชการ จะมีการซื้อขายเพื่อนำไปจำหน่ายได้หลายกรณีดังนี้

- ก. จำหน่ายในตลาดย่อย ในท้องถิ่นหรือต่างจังหวัด
- ข. อาจถูกขนส่งเข้าไปเปิดประมูลจำหน่ายที่สะพานปลากรุงเทพฯ สำหรับกรณีนี้ ถือว่าการจำหน่ายที่สะพานปลากรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ก็เพื่อให้แพปลาต่าง ๆ เปิดการประมูลจำหน่ายตามพระราชบัญญัติจัตวาระเบียบกิจการแพปลา
- ค. อาจถูกนำไปแปรรูปเป็นสินค้าสัตว์น้ำแช่เย็น โดยองค์การอุตสาหกรรมหม้อเย็น เพื่อการส่งออกต่างประเทศ หรือ จำหน่ายในประเทศ

ในบางครั้งสัตว์น้ำทะเลมีการนำขึ้นยังสะพานปลาสมุทรสาคร ซึ่งจะมีแพปลาต่าง ๆ ให้บริการในการเปิดประมูลจำหน่ายแบบเดียวกับสะพานปลากรุงเทพฯ

จากการวิจัยนี้ เมื่อได้มีการสอบถามเกี่ยวกับแหล่งขึ้นปลาของชาวประมง และมีการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้กับใคร พบว่า

แหล่งขึ้นปลา ประชากรตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 67.4) เลือกการจำหน่ายกับทำเทียบเรือสงขลา องค์การสะพานปลา ทั้งนี้เพราะว่า วิธีการจำหน่ายที่สะพานปลาของทางราชการนั้น ถือว่าเป็นตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำทะเล ร้อยละ 32.6 ของประชากรจำหน่ายสัตว์น้ำที่ทำเทียบเรือของเอกชน

ในกรณีที่น่าเรือประมงไปเทียบท่าเรือ 2 กรณีนี้พบว่า

กรณีที่ 1 ทำเทียบเรือองค์การสะพานปลา มีช่องทางการจำหน่าย 3 ทางดังนี้

ก. ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือ จะจำหน่ายให้กับแพปลา เพื่อนำไปแปรรูปหรือคัดเลือกเพื่อบรรจุลงพร้อมน้ำแข็งส่งไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ หรือ ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำทะเล

ข. ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือ ก็อาจจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และพ่อค้าท้องถิ่นก็จำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป การจำหน่ายในลักษณะนี้ ส่วนมากเป็นสัตว์น้ำที่ได้ผ่านการคัดเลือกแล้ว ฉะนั้น ทำให้ขนาด และ ความสดของสัตว์น้ำดีกว่าชนิดที่ส่งไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ เป็นคนว่า ประเทศมาเลเซีย

ค. ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือจำหน่ายให้ลูกค้าประจำที่ทำกิจการท่องเที่ยว เพื่อนำไปทำการแปรรูป เพื่อการส่งออกตลาดต่างประเทศต่อไป

กรณีที่ 2 ทำเทียบเรือเอกชน มีวิธีการจำหน่าย 3 ทาง ดังนี้

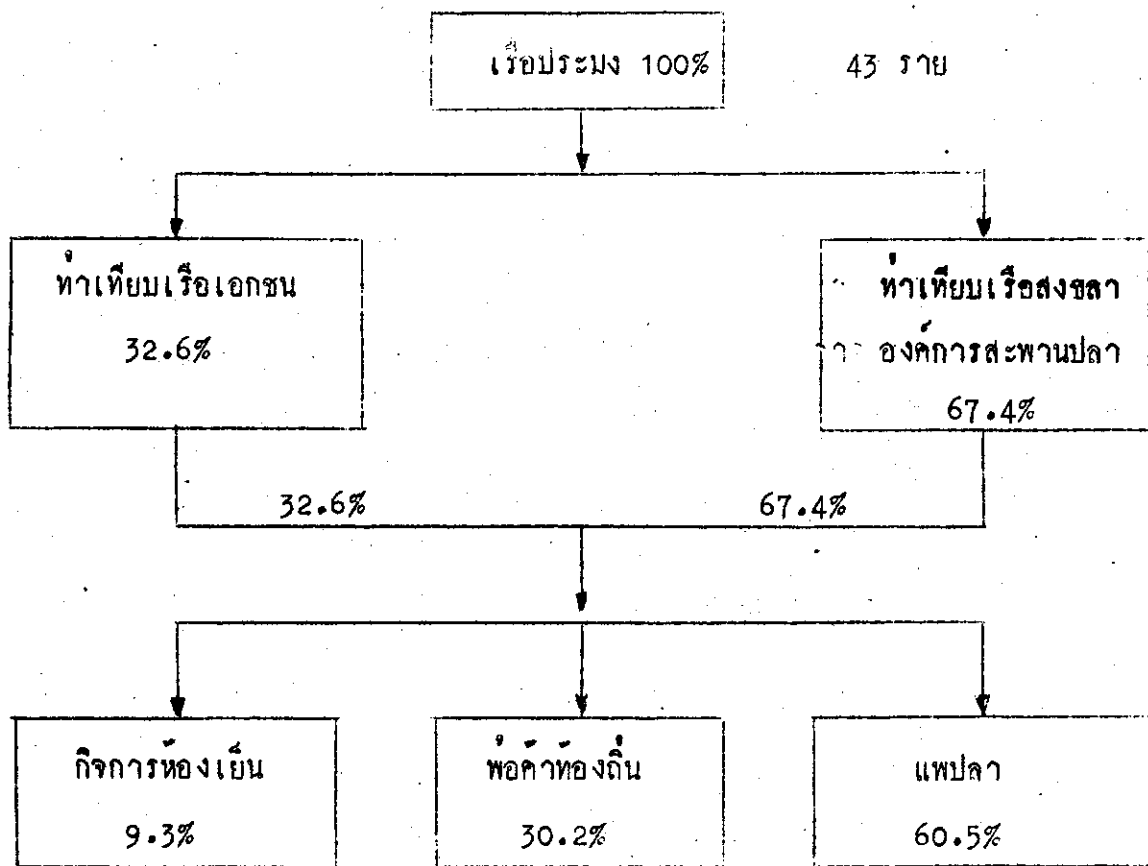
ก. เจ้าของเรือ จะนำจำหน่ายให้ผู้ประกอบการแปรรูปสัตว์น้ำ เพื่อการส่งออกตลาดต่างประเทศ

ข. เจ้าของเรือ จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค

ค. เจ้าของเรือ จะทำหน้าที่เป็นทั้งแพปลา หรือเจ้าของท่าเทียบเรือ ซึ่งจะดำเนินการเกี่ยวกับสัตว์น้ำที่จับได้เอง โดยการนำมาแปรรูปบรรจุลงไม้ ส่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ

การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้กับใคร ในบรรดาชาวประมง หรือ เจ้าของเรือจำนวนที่สัมภาษณ์ 43 ตัวอย่างนี้ พบว่าทั้งการจำหน่ายผ่านท่าเทียบเรือเอกชน หรือ องค์การสะพานปลา นั้น ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 76.7 จำหน่ายให้กับแพปลา ร้อยละ 18.6 จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และ อีกส่วนน้อย คือร้อยละ 4.7 จำหน่ายให้กับกิจการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 1 วิธีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา



จากแผนภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า จุดเริ่มต้นของระบบการจำหน่ายก็คือ ชาวประมง (เรือประมง) ซึ่งสัมพันธ์ประชากรตัวอย่าง 43 ตัวอย่าง หรือ เรือประมง 43 ลำ พบว่า วิธีทางการจำหน่ายจะมีการจำหน่าย ผ่านทำเทียบเรือเอกชน ร้อยละ 32.6 และ อีก ร้อยละ 67.4 จำหน่ายผ่านทำเทียบเรือสงขลา องค์การสะพานปลา จากนั้นก็จะจำหน่ายไปยัง กิจการท่องเที่ยว ร้อยละ 9.3 ร้อยละ 30.2 จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และ มากกว่าครึ่ง หรือ ร้อยละ 60.5 จำหน่ายให้กับแพปลา

ตารางที่ 15 ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือเอกชน และท่าเทียบเรือองค์การสะพานปลา

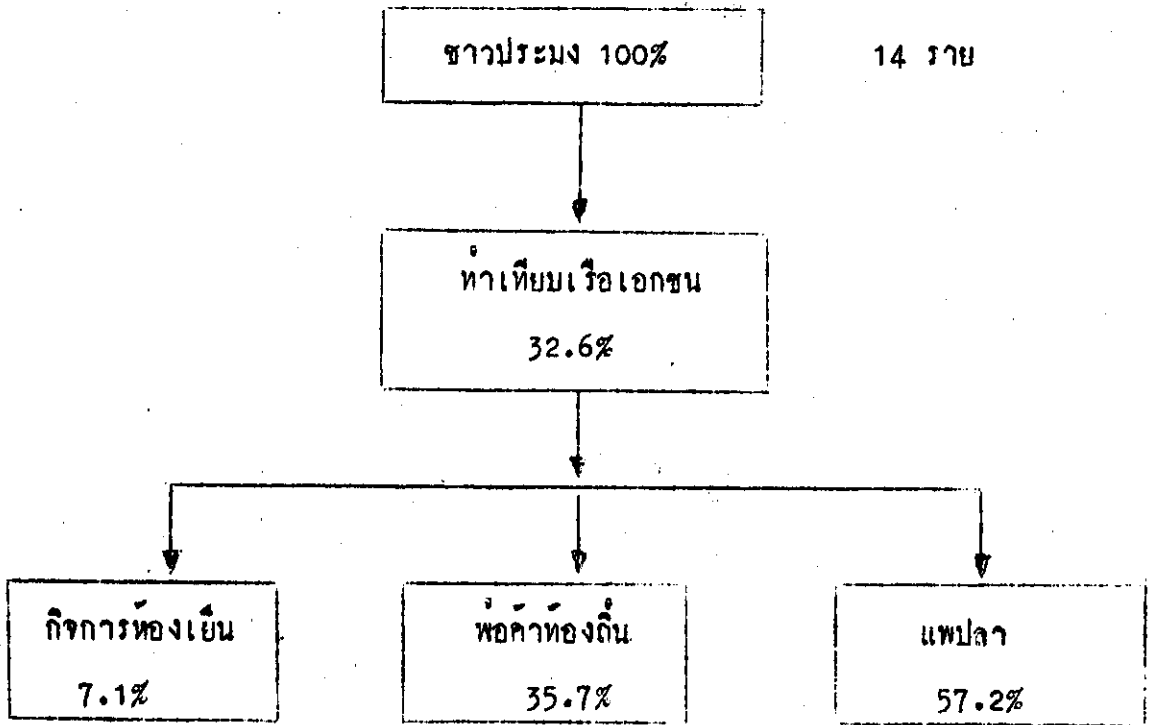
ระบบการตลาด	จำนวน	อัตราร้อย
<b>ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือเอกชน</b>		
กิจการท่องเที่ยว	1	7.1
พ่อค้าท้องถิ่น	5	35.7
แพปลา	8	57.2
<b>รวม</b>	<b>14</b>	<b>100.0</b>
<b>ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือองค์การสะพานปลา</b>		
กิจการท่องเที่ยว	3	10.3
พ่อค้าท้องถิ่น	8	27.6
แพปลา	18	62.1
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>

ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือเอกชน และท่าเทียบเรือองค์การสะพานปลา (ตารางที่ 15)

ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือเอกชน จากที่มีชาวประมงจำนวนหนึ่ง นำเรือเข้าเทียบท่าเรือของเอกชน พบว่า ร้อยละ 57.1 จำหน่ายสัตว์น้ำก่อให้เกิดกิจการแพปลา ร้อยละ 35.7 จำหน่ายสัตว์น้ำก่อให้เกิดพ่อค้าท้องถิ่น และมีเพียงร้อยละ 7.1 ที่จำหน่ายสัตว์น้ำให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ระบบการตลาดของท่าเทียบเรือองค์การสะพานปลา ชาวประมงที่นำเรือเข้าที่ท่าเทียบเรือองค์การสะพานปลา นั้น ร้อยละ 62.1 จำหน่ายสัตว์น้ำแก่ แพปลา ร้อยละ 27.6 จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และ อีกร้อยละ 10.3 จำหน่ายให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

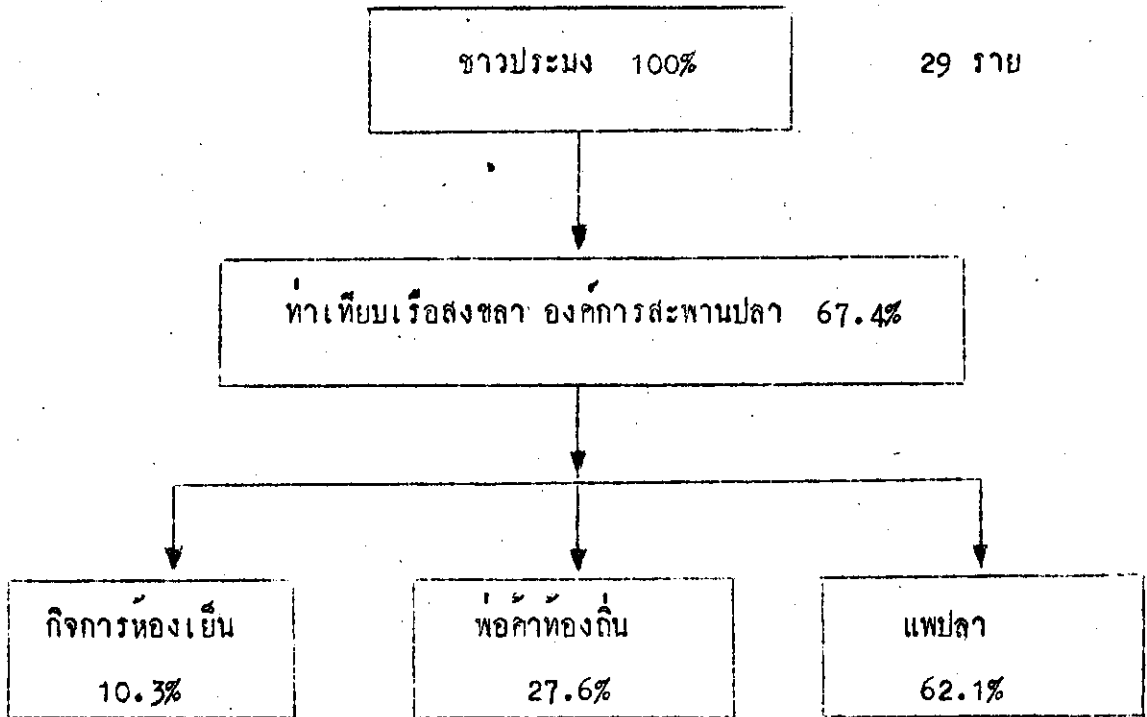
แผนภาพที่ 2 วิธีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลจากท่าเทียบเรือเอกชน



จากแผนภาพที่ 2 ในจำนวนชาวประมง 14 ราย ซึ่งนำเรือประมงมาเทียบที่ท่าเรือเอกชน ได้จำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้กับกิจการห้องเย็น ร้อยละ 7.1 ร้อยละ 35.7 จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และ ร้อยละ 57.2 จำหน่ายสัตว์น้ำทะเลให้กับแพปลา



แผนภาพที่ 3 วิธีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลจุกทำเทียบเรือสงขลา องค์การสะพานปลา



แผนภาพที่ 3 จากการสอบถามชาวประมง จำนวน 43 ราย ซึ่งมีเพียง 29 ราย หรือ ร้อยละ 67.4 ที่นำเรือประมงเข้าเทียบท่าเรือสงขลา องค์การสะพานปลา พบว่า ร้อยละ 62.1 นำสัตว์น้ำทะเลจำหน่ายให้กับแพปลา เพียงร้อยละ 27.6 จำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และอีกร้อยละ 10.3 จำหน่ายให้กับกิจการห้องเย็น

การศึกษาวิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเล ซึ่งมีทั้งระบบการจำหน่ายในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งการจำหน่ายก็มีแบบแปรรูป และไม่แปรรูป สำหรับสินค้าสัตว์น้ำทะเล ที่ จะส่งออก จะถูกนำมาแปรรูป คัดขนาด และบรรจุเพื่อให้เหมาะต่อการส่งออก ซึ่งการแปรรูป เพื่อส่งออกไปจำหน่ายในแต่ละประเทศมีลักษณะแตกต่างกันไป เช่น การส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น จะต้องแกะหัวออกแล้วแช่แข็งเป็นกอง ๆ (Block Frozen Headless Shell - on) แต่การแปรรูปส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา ต้องมีการแกะเปลือกผ่าหลังเอาไส้ออก แล้วแช่ แข็งเป็นทิว (Peeled and Deviened Individually Quick Frozen) ซึ่ง สะควกต่อการปรุงเป็นอาหารตามรสนิยมของชาวอเมริกัน

๙ การส่งออกต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะส่งโดยทางเรือซึ่งมีห้องเย็น เพื่อส่งไปยัง ประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรป ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ประเทศญี่ปุ่นใช้เวลา 14 วัน และไปประเทศฮ่องกง 7 วัน เมื่อการเดินทางไปถึงยังคงเก็บไว้ในห้องเย็นของคลังสินค้าใน ต่างประเทศ เพื่อรอการจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ถ้าหากมีการประมาณเวลา ทั้งแต่จับกุ้งได้จาก ทะเลจนถึงมือผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา และยุโรป ใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ญี่ปุ่นใช้เวลา ประมาณ 2 เดือน แต่กรรมวิธีการทำสัตว์น้ำทะเลแช่แข็งของไทยสามารถรักษาคุณภาพให้สด ใต้นานถึง 1 ปีเศษ จะเห็นได้ว่าประเทศที่ซื้อสัตว์น้ำทะเลจากไทย ก็จะได้บริโภคสัตว์น้ำทะเล ที่สดพอสมควร และคุณภาพยังคงเดิม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์น้ำทะเล ถึงระบบ การจำหน่ายเป็นอย่างไร เป็นค้นว่า เมื่อรับซื้อสัตว์น้ำทะเลแล้วนำแปรรูปหรือไม่ แปรรูปเป็น สินค้าอะไร และ จำหน่ายให้กับใคร พบว่า (ตารางที่ 16)

\* การแปรรูปสัตว์น้ำ เมื่อมีการรับซื้อสัตว์น้ำทะเลแล้ว ผู้ประกอบการจะนำสัตว์น้ำ มาแปรรูป ร้อยละ 18.5 และส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 81.5 ที่ไม่ได้นำไปแปรรูป

ซึ่งในจำนวนประชากรตัวอย่าง 12 ราย ที่ได้รับซื้อสัตว์น้ำทะเล และมีการนำไป แปรรูป พบว่า ร้อยละ 83.3 นำไปแช่แข็ง ร้อยละ 58.3 ทอมว่านำไปทำปลาป่น

การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลแปรรูป ประชากรตัวอย่างที่นำสัตว์น้ำทะเลไปแช่แข็งหรือทำปลาป่น หรือทำแห้งแล้วนำไปจำหน่ายคือ พบว่า ร้อยละ 41.7 จำหน่ายให้กับโรงงานอาหารสัตว์ ร้อยละ 25 มีการส่งออกต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ ร้อยละ 56.3 จำหน่ายให้กับกิจการท่องเที่ยว และร้อยละ 33.3 จำหน่ายให้กับตัวแทนที่กรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายต่อตลาดต่างประเทศ

การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลที่ไม่แปรรูป พบว่าร้อยละ 22.6 จำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ร้อยละ 37.7 จำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีก ร้อยละ 15.1 จำหน่ายให้กับแพปลา ร้อยละ 52.8 จำหน่ายให้กับกิจการท่องเที่ยว ร้อยละ 18.9 จำหน่ายให้กับผู้บริโภค จำหน่ายไปยังประเทศมาเลเซีย และกรุงเทพมหานคร และเพียงร้อยละ 15.1 จำหน่ายแก่ประเทศสิงคโปร์

การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลไปต่างประเทศ ในการนำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่ายต่างประเทศพบว่า มากกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 61.5 ไม่นำไปจำหน่าย แต่มีเพียงร้อยละ 36.5 ที่นำจำหน่ายต่างประเทศ

ประเทศที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่าย จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 65 ราย ซึ่งมีเพียง 25 ราย เท่านั้นที่นำสัตว์น้ำทะเลไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ พบว่า ร้อยละ 56.0 จำหน่ายแก่ประเทศสิงคโปร์ และมากกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 64.0 จำหน่ายไปยังประเทศมาเลเซีย เพียงร้อยละ 16.0 จำหน่ายแก่ประเทศญี่ปุ่น และประเทศแถบยุโรป

ลักษณะการจำหน่าย ซึ่งต่อสอบถามที่ว่า การส่งสัตว์น้ำทะเลไปต่างประเทศ ส่งเอง หรือ ผ่านคนกลาง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 72.0 จำหน่ายเอง และ เพียงร้อยละ 28.0 จำหน่ายผ่านคนกลาง

วิธีการขนส่ง ในการขนส่งสัตว์น้ำทะเลนั้น ร้อยละ 87.7 มีการขนส่งทางรถยนต์ ซึ่งได้แก่ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ส่วนร้อยละ 12.3 ใช้วิธีการขนส่งทางเรือ ไปยังประเทศญี่ปุ่น และประเทศแถบยุโรป

ปริมาณการส่งสัตว์น้ำทะเลไปต่างประเทศ พบว่าร้อยละ 48.0 ส่งไปปริมาณ 2 ตัน/เดือน - 50 ตัน/เดือน ร้อยละ 28.0 ส่งไปปริมาณ 51 ตัน/เดือน - 100 ตัน/เดือน และอีกร้อยละ 24.0 ส่งปริมาณ 101 ตัน/เดือน ขึ้นไป

ลักษณะการบรรจุเพื่อจำหน่าย ซึ่งจะมีการบรรจุเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศ และ  
ต่างประเทศ พบว่า

การจำหน่ายในประเทศ พบว่า ร้อยละ 46.2 จะบรรจุควยลงไม้ ร้อยละ  
36.9 บรรจุกับเชิงไม้ ร้อยละ 12.3 บรรจุกระสอบ และ ร้อยละ 4.6 บรรจุถุงพลาสติก  
ซึ่งเป็นลักษณะการขายปลีก

การจำหน่ายต่างประเทศ พบว่า มากกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 72.0 บรรจุควย  
ลงไม้ ร้อยละ 20.0 บรรจุกระสอบ และ ร้อยละ 8.0 บรรจุด้วยกล่องกระดาษ \*

ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายสัดส่วนทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
สัดส่วนทะเล

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
การแปรรูปสัดส่วนน้ำ		
แปรรูป	12	18.5
ไม่แปรรูป	53	81.5
รวม	65	100.0
การแปรรูปสัดส่วนน้ำในรูป ปลาแซลมอน		
ทอม	10	83.3
ไม่ทอม	2	16.7
รวม	12	100.0
ปลาป่น และอื่น ๆ		
ทอม	7	58.3
ไม่ทอม	5	41.7
รวม	12	100.0

ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายสัทวน้ำทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
สัทวน้ำทะเล (ต่อ)

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
การจำหน่ายสัทวน้ำทะเลแปรรูปให้กับโรงงาน อาหารสัตว์		
ตอบ	5	41.7
ไม่ตอบ	7	58.3
รวม	12	100.0
ส่งออกตลาดต่างประเทศ		
ตอบ	3	25.0
ไม่ตอบ	9	75.0
รวม	12	100.0
กิจการท่องเที่ยว		
ตอบ	7	58.3
ไม่ตอบ	5	41.7
รวม	12	100.0
ตัวแทนที่กรุงเทพมหานคร		
ตอบ	4	33.3
ไม่ตอบ	8	66.7
รวม	12	100.0
การจำหน่ายสัทวน้ำทะเลไม่แปรรูปให้กับ ผู้ค้าส่ง		
ตอบ	12	22.6
ไม่ตอบ	41	77.4
รวม	53	100.0

ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายวีทว้าทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
สัตว์น้ำทะเล (ต่อ)

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ผู้ค้าปลีก		
ตอบ	20	37.7
ไม่ตอบ	33	62.3
รวม	53	100.0
แพปลา		
ตอบ	8	15.1
ไม่ตอบ	45	84.9
รวม	53	100.0
กิจการท่องเที่ยว		
ตอบ	28	52.8
ไม่ตอบ	25	47.2
รวม	53	100.0
ผู้บริโภค		
ตอบ	10	18.9
ไม่ตอบ	43	81.1
รวม	53	100.0
ประเทศมาเลเซีย		
ตอบ	10	18.9
ไม่ตอบ	43	81.1
รวม	53	100.0

ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายสัตว์เลี้ยงทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
สัตว์เลี้ยงทะเล (ต่อ)

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราร้อย
ประเทศสิงคโปร์		
ตอบ	8	15.1
ไม่ตอบ	45	84.9
รวม	53	100.0
กรุงเทพมหานคร และอื่น ๆ		
ตอบ	10	18.9
ไม่ตอบ	43	81.1
รวม	53	100.0
การจำหน่ายไปต่างประเทศ		
จำหน่าย	25	38.5
ไม่จำหน่าย	40	61.5
รวม	65	100.0
ประเทศที่ไปจำหน่าย		
สิงคโปร์		
ตอบ	14	56.0
ไม่ตอบ	11	44.0
รวม	25	100.0
มาเลเซีย		
ตอบ	16	64.0
ไม่ตอบ	9	36.0
รวม	25	100.0

ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
สัตว์น้ำทะเล (ต่อ)

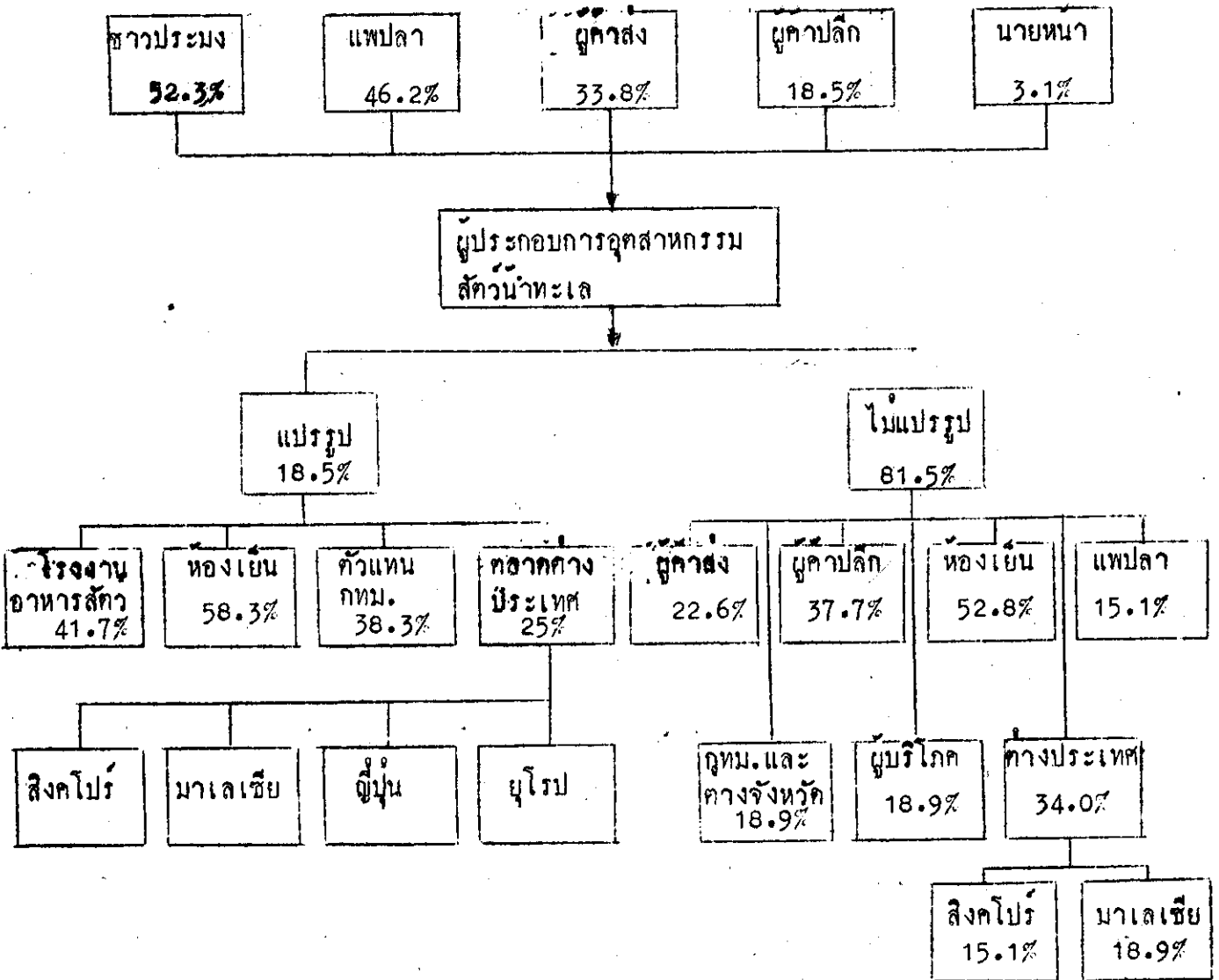
ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
<b>ญี่ปุ่น</b>		
ทอม	4	16.0
ไม่ทอม	21	84.0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>
<b>แถบยุโรป</b>		
ทอม	4	16.0
ไม่ทอม	21	84.0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>
<b>ลักษณะการจำหน่าย</b>		
จำหน่ายเอง	18	72.0
ผ่านคนกลาง	7	28.0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>
<b>วิธีการขนส่ง</b>		
ทางเรือ	8	12.3
ทางรถยนต์	57	87.7
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.0</b>
<b>ปริมาณการส่งสัตว์น้ำทะเลไปต่างประเทศ</b>		
2 คัน/เดือน - 50 คัน/เดือน	12	48.0
51 คัน/เดือน - 100คัน/เดือน	7	28.0
101 คัน/เดือนขึ้นไป	6	24.0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>



ตารางที่ 16 ระบบการจำหน่ายส้วมน้ำทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
ส้วมน้ำทะเล (ต่อ)

ระบบการจำหน่าย	จำนวน	อัตราร้อย
ลักษณะการบรรจุเพื่อจำหน่าย		
ในต่างประเทศ		
เชิง	24	36.9
ลังไม้	30	46.2
กระสอบ	8	12.3
ถุงพลาสติก	3	4.6
รวม	65	100.0
ทางประเทศ		
ลังไม้	18	72.0
กระสอบ	5	20.0
กลองกระดาษ	2	8.0
รวม	25	100.0

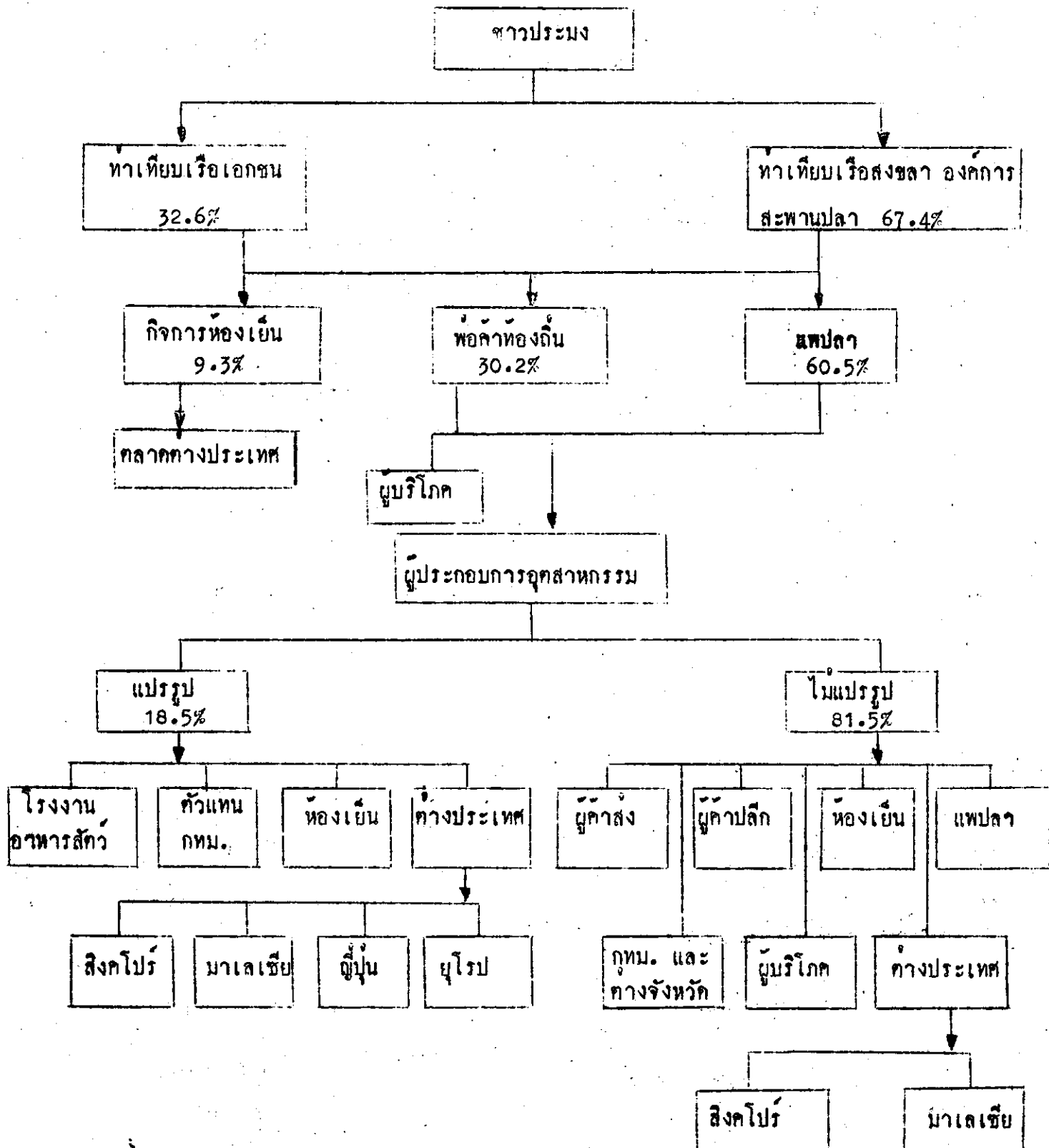
แผนภาพที่ 4 วิธีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสัตว์น้ำทะเล



จากแผนภาพที่ 4 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสัตว์น้ำทะเล จำนวน 65 ราย ได้รับซื้อสัตว์น้ำทะเลจากชาวประมงโดยตรง ร้อยละ 52.3 อีกร้อยละ 46.2 รับซื้อจากแพปลา ร้อยละ 33.8, ร้อยละ 18.5 และร้อยละ 3.1 โดยการรับซื้อจากคนกลางที่นำมาขายให้ ซึ่งได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และนายหน้า ตามลำดับ และหลังจากนั้น ร้อยละ 18.5 นำไปแปรรูปสัตว์น้ำทะเล และส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.5 ไม่ได้นำไปแปรรูป

สำหรับผู้ประกอบการที่นำสัตว์น้ำไปแปรรูปจะนำไปขายให้กับโรงงานอาหารสัตว์ กิจการห้องเย็น ทิวแทนที่กรุงเทพมหานคร และส่งตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และยุโรป ส่วนผู้ประกอบการที่รับซื้อสัตว์น้ำจะมีวิธีการตลาด คือ จำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตลาดที่กรุงเทพมหานคร และคางจังหวัด ผู้บริโภค กิจการห้องเย็น แพปลา และส่งตลาดคางประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และ มาเลเซีย

แผนภาพที่ 5 วิธีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา



หมายเหตุ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ได้แก่ กิจการห้องเย็น อุตสาหกรรมปลาป่น ปลาเค็ม โรงงานหน้าปลา ทำปลาหมึกแห้ง ทำข้าวเกรียบกุ้ง - ปลา อุตสาหกรรมอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง พอค้าท้องถิ่น

จากแผนภาพที่ 5 เป็นวิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา โดยพิจารณาจากการที่เรือประมง หรือเจ้าของเรือนำไปเทียบท่าเรือ ดังนี้

1. ท่าเทียบเรือเอกชน ร้อยละ 32.6 ของเรือประมงทั้งหมด ซึ่งจากจุดเริ่มต้นของวิถีทางการตลาดนี้ เจ้าของเรือจะจำหน่ายให้กับกิจการห้องเย็น เพื่อนำไปส่งออกต่างประเทศ และจำหน่ายให้กับพอค้าท้องถิ่น เพื่อจำหน่ายต่อไปให้ผู้ประกอบการเพื่อนำไปแปรรูป และไม่แปรรูป รวมทั้งจำหน่ายให้กับกิจการแปปลา เพื่อจำหน่ายต่อไปให้พอค้าท้องถิ่น กิจการห้องเย็น และตัวแทนที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

2. ท่าเทียบเรือสงขลา องค์การสะพานปลา โดยชาวประมงจะนำเรือประมงมาขึ้นสัตว์น้ำทะเล ร้อยละ 67.4 จะมีวิถีทางการตลาด ดังนี้

2.1 ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือ จะจำหน่ายให้กับกิจการห้องเย็น ซึ่งเป็นลูกค้าประจำ เพื่อนำไปแปรรูปส่งออกต่างประเทศต่อไป

2.2 ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือ จำหน่ายให้กับพอค้าท้องถิ่น ซึ่งถ้าเป็นผู้ค้าส่งก็จะจำหน่ายต่อไปให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และพอค้าท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายให้ผู้บริโภค ซึ่งการจำหน่ายนี้จะมีการคัดเลือกขนาดของสัตว์น้ำทะเล และความสดด้วย

2.3 ชาวประมง หรือ เจ้าของเรือ จำหน่ายให้กับกิจการแปปลา เพื่อจำหน่ายต่อไปให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และพอค้าท้องถิ่น ซึ่งถ้าเป็นผู้ค้าส่ง ก็จำหน่ายให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และถ้าเป็นผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายให้ผู้บริโภค รวมทั้งมีการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์พร้อมน้ำแข็งส่งให้ตัวแทนที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

วิถีทางการตลาดจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีดังนี้

ก. บ้านการแปรรูป กล่าวคือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม จะนำสัตว์น้ำทะเลที่รับซื้อไว้ไปแปรรูปในลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางของวิถีทางการตลาด และจำหน่ายต่อไปให้โรงงานอาหารสัตว์ ตัวแทนที่กรุงเทพฯ กิจการห้องเย็น และต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และยุโรป

ข. ไม่มีการแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.5 ไม่มีการแปรรูปสัตว์น้ำทะเลที่รับซื้อไว้ ต่อจากนั้นจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตัวแทนที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ผู้บริโภค กิจการท้องถิ่น กิจการแพปลา และทางประเทศ ใกล้เคียง ประเทศสิงคโปร์ และ มาเลเซีย

จากวิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับ

1. การแปรรูปสัตว์น้ำทะเล จะมีการแปรรูปในลักษณะต่างกัน ขึ้นอยู่กับจุดสิ้นสุดของระบบการตลาด เช่น ถ้าเป็นตลาดกรุงเทพฯ จะไม่มีการแปรรูป จะใช้วิธีการบรรจุลงใส่ น้ำแข็ง แต่ถ้าส่งออกต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย และ สิงคโปร์ จะมีทั้งการแปรรูปและไม่มีการแปรรูป แต่ใส่น้ำแข็ง

ลักษณะของสัตว์น้ำทะเลมีดังนี้

ก. ปลาสลิด ไข่แก้ว ปลาโอ ปลาหูแขก ปลาหลังเขียว ปลาทาทู ปลาจาวระเมียด ปลาทูรายแดง ปลาข้างเหลือง ปลาดัง ปลาอินทรี ปลาฉลาม ปลากระเบน ปลาจวก ปลามังกร เป็นต้น ซึ่งปลาเหล่านี้มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ทางกรมประมงเรียกรวมกันว่า ปลาเลย ถ้ามีการส่งออกต่างประเทศ โดยเฉพาะมาเลเซีย จะนิยมนำไปบริโภค จึงจำเป็นต้องแช่แข็ง แต่ถ้าส่งไปกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด ก็จะส่งให้โรงงานอาหารกระป๋อง และกิจการท้องถิ่น

ข. ปลานมึก ไข่แก้ว ปลานมึกกล้วย ปลานมึกสวย ปลานมึกกระดอง ซึ่งคนไทยไม่นิยมบริโภคปลานมึกสวย และปลานมึกกระดอง จึงได้ส่งให้กิจการท้องถิ่น เพื่อแปรรูปเป็นปลานมึกแช่แข็ง ส่งขายต่างประเทศ หรืออาจทำเป็นปลานมึกทอด และเป็นแผ่นทอดหนึ่งสำหรับปลานมึกกล้วย จะส่งขายประเทศมาเลเซีย และบรรจุกระป๋อง

ค. กุ้ง โดยเฉพาะกุ้งตาแฉะ และกุ้งเปลือกแข็ง นิยมส่งไปขายประเทศมาเลเซีย ส่วนการแปรรูปจะนำกุ้งสดมาปอกเปลือก นำหลังเอาไส้ออก แล้วแช่แข็งเรียงเป็นทิว ๆ บรรจุใส่ถุงพลาสติกส่งไปขาย หรือ อาจนำกุ้งมาต้ม แล้วแกะเปลือกออกคัดขนาดเล็กลงบรรจุถุงส่งออก

ง. ปู โดยเฉพาะปูม้าสด จะส่งไปขายต่างจังหวัด และประเทศมาเลเซีย ใช้วิธีการบรรจุลง และใส่น้ำแข็ง

2. การบรรจุสัตว์น้ำทะเล ก่อนส่งไปจำหน่าย จะนำบรรจุภาชนะลังไม้ขนาดใหญ่ และขนาดกลาง รองด้วยพลาสติกที่พื้น และรอบข้าง แล้วใส่น้ำแข็ง สลับกับสัตว์น้ำจนเต็มลัง สำหรับการส่งออกในประเทศมาเลเซียจะต้องปฏิบัติตามระเบียบขนาดภาชนะบรรจุตามที่ประเทศมาเลเซียวางไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันการลักลอบขนอาวุธ

3. การขนส่งสัตว์น้ำทะเล เมื่อบรรจุลงลังเรียบร้อยแล้ว ก็จะบรรจุทุกโคยรถยนต์ 10 ล้อ ซึ่งอาจเป็นเจ้าของเอง หรือเป็นบริษัทรับจ้างทำการขนส่ง สำหรับการขนส่งสัตว์น้ำทะเลไปประเทศมาเลเซียนั้น อาจจะมีรถทุกไปส่งที่ชายแดน หรือ ใช้รถบรรทุกที่มีทะเบียนทั้งประเทศไทย และมาเลเซีย ทำให้สามารถบรรทุกไปส่งถึงจุดหมายปลายทางของประเทศมาเลเซียได้ เช่น ส่งไปภูเก็ตมาค้อ้ม เป็นศูนย์กลางตลาดปลา โดยเฉพาะปลาหลังเขียวคักหัวเพื่อส่งโรงงาน และส่งไปรัฐเคดาห์ หรืออัลลอฮ์สตาร์ ปีนัง ยีโป มะลากา และกัวลาลัมเปอร์

4. วิธีการส่งออกทางด่านศุลกากร เมื่อสัตว์น้ำทะเลมาถึงด่านศุลกากร จะต้องมีการแจ้งปริมาณ และมูลค่าของสัตว์น้ำเพื่อประเมินภาษีการค้า ตามอัตราที่กำหนดในประมวลรัษฎากร และภาษีเทศบาลอีก 10% ของภาษีการค้า และในการส่งออกถ้ามีมูลค่าเกิน 1 หมื่นบาท ผู้ส่งออกต้องขออนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อส่งมอบเงินตราต่างประเทศ ถ้าสินค้าที่ส่งออกมีมูลค่าต่ำกว่า 1 หมื่นบาท ศุลกากรจะเป็นผู้อนุญาต เพราะไม่ต้องส่งมอบเงินตราต่างประเทศ

สรุป

วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา พบว่าชาวประมง หรือ เจ้าของเรือนำสัตว์น้ำที่จับได้ขายให้กับลูกค้าในเขตจังหวัดสงขลา เพราะเจ้าของเรืออาศัยที่จังหวัดนี้ มีบางส่วนที่นำไปจำหน่ายที่จังหวัดอื่น เช่น จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และปัตตานี ภัยคุกคามคือ ใ้ราคาสูง โกล้แหล่งหาปลา โกล้ชายฝั่ง และภัยความสะเทว สำหรับลูกค้าของชาวประมงที่นำสัตว์น้ำทะเลไปขายให้คือ แพลลา พ่อค้าท้องถิ่น และกิจการห้องเย็น ความล่าคัม ภายหลังรับซื้อแล้วอาจนำไปแปรรูปเป็นปลาแช่แข็ง ปลาป่น และอื่น ๆ และไม่มีการแปรรูป

สำหรับสัตว์น้ำแปรรูป วิถีทางการตลาดคือ จากการที่ผู้ประกอบการนำไปแปรรูปแล้วขายต่อไปยัง โรงงานอาหารสัตว์ ภัตตาคารที่กรุงเทพฯ กิจการห้องเย็น และตลาดต่างประเทศ ส่วนสัตว์น้ำที่ไม่แปรรูป จะจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตลาดกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ผู้บริโภคสุดท้าย กิจการห้องเย็น กิจการแพลลา และตลาดต่างประเทศ