

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการประมงของประเทศไทยมีความก้าวหน้ามากขึ้น จะสังเกตเห็นได้จากจำนวนเรือประมงมีจำนวนเพิ่มขึ้น ถ้าจะเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชียอาคเนย์แล้ว ประเทศไทยเป็นประเทศที่จับสัตว์น้ำทะเลได้มากที่สุด และจัดอยู่ในอันดับ 7 ของประเทศที่จับสัตว์น้ำได้มากของโลก เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย เอื้ออำนวยมากต่อการประกอบอาชีพประมงทะเล เพราะประเทศไทยมีพรมแดนธรรมชาติติดต่อกับฝั่งทะเล ทิศเป็นระยะทางยาวถึง 2,614 กิโลเมตร และมีจังหวัดต่าง ๆ อยู่ริมฝั่งทะเลถึง 23 จังหวัดทำให้ประชาชนในจังหวัดเหล่านี้ไม่น้อยกว่า 500,000 คน ยึดถือการประมงทะเลเป็นอาชีพติดต่อกันมาเป็นเวลาช้านาน มีความชำนาญงานมาก ประกอบกับได้มีการพัฒนาวิธีการประมงมาตลอด จนกระทั่งปัจจุบันการประมงของไทยมีความก้าวหน้าไปมาก สามารถจับสัตว์น้ำได้เป็นอันดับ 7 ของโลก และเป็นอันดับ 3 ของเอเชียรองจากญี่ปุ่น และ จีน อาชีพประมงจึงเป็นอาชีพสำคัญของคนไทยอีกอาชีพหนึ่ง รองจากการกสิกรรม

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดผลิตผลทางทะเลที่ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ประกอบกับความเอื้ออำนวยในค่าน ความสะดวกของการคมนาคม การขนส่ง และการติดต่อสื่อสารระหว่างจังหวัดกับประเทศมาเลเซีย จึงทำให้จังหวัดสงขลากลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าสินค้าสัตว์น้ำทะเลภาคใต้ ซึ่งสินค้าสัตว์น้ำจากจังหวัดต่าง ๆ ทางภาคใต้ เช่น ปัตตานี นราธิวาส สตูล นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี ระนอง ภูเก็ต ชุมพร และตรัง จะถูกส่งมารวมอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อทำการบรรจุน้ำแข็งใหม่ก่อนส่งออกไปประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ หรือส่งไปภาคกลางเพื่อแปรรูปสำหรับส่งออกต่อไป

ตามสถิติปริมาณสัตว์น้ำทะเลที่จับได้ในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย จะพบว่า จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่จับสัตว์น้ำได้มากเป็นอันดับ 3 อีกทั้งยังมีท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาที่ให้บริการท่าเทียบเรือ และนำสัตว์น้ำมาขึ้นที่ท่า ซึ่งท่าเทียบเรือนี้สามารถรับเรือประมงขนาดใหญ่ได้ เรือที่เทียบท่าส่วนมากเป็นเรือจากจังหวัดอื่น ๆ เช่น สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สมุทรปราการ นครศรีธรรมราช เป็นต้น

สัตว์ที่จับได้ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการใช้เป็นอาหารโดยตรง และอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมขี้มดต่อเรือ อุตสาหกรรมผลิตแหวน อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในรูปของ อาหารแห้ง น้ำปลา แซ่แข็ง และอาหารกระป๋อง รวมทั้งอุตสาหกรรมปลาป่น ซึ่งใช้ผสมอาหารสัตว์สำหรับเลี้ยง เป็ด ไก่ สุกร นอกจากนี้ น้ำมันปลา ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากโรงงานปลาป่น ยังใช้เป็นวัตถุดิบในการหลอกล่อนสัตว์อีกด้วย

เนื่องจาก จังหวัดสงขลาเป็นแหล่งขึ้นปลาที่ใหญ่ และเป็นศูนย์กลาง หรือแหล่งรวมสัตว์น้ำทะเลจากจังหวัดต่าง ๆ เพื่อแปรรูปสำหรับส่งออก จึงควรได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ "วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา"

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา" ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปทางการประมง เช่น ปริมาณสัตว์น้ำทะเลที่จับและนำมาขึ้นที่จังหวัดสงขลา รวมทั้งคุณภาพด้านความสดของสัตว์น้ำทะเล
2. เพื่อศึกษาถึงสภาวะการตลาดสัตว์น้ำทะเลของจังหวัดสงขลา ช่องทางการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล ตลอดจนปริมาณสัตว์น้ำทะเลที่ใช้บริโภคในจังหวัด และปริมาณส่งออกของจังหวัดไปยังต่างจังหวัดและต่างประเทศ
3. เพื่อจะโค้ทราบถึงวิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลของจังหวัดสงขลา (Marketing Channels) ว่ามีโครงสร้างอย่างไรบ้าง
4. เพื่อให้ขอเสนอแนะในแง่นโยบายและแนวทางการช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสัตว์น้ำทะเลต่อทางภาครัฐบาล เพื่อสามารถยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

คำจำกัดความ

สะพานปลา หมายถึง สถานที่หรือบริเวณซึ่งได้มีการประกาศให้เป็นทีประกอบกิจการแปปลา คำเนินการเพื่อประโยชน์ของชาวประมงทางการขนส่ง การตลาดสินค้าสัตว์น้ำ และส่งเสริมสวัสดิการของชาวประมง รวมทั้งพัฒนาตลาดสัตว์น้ำและอุตสาหกรรมประมง

กิจการแพปลา หมายถึง การดำเนินการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนของชาวประมง
ทำหน้าที่รับฝากจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำเป็นส่วนใหญ่ เพื่อประมูลขายให้แก่ลูกค้า

ทรัพยากรประมงทะเล แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. ทรัพยากรปลาหน้าดิน (Demersal Fishery Resources) ไคแก่
สัตว์น้ำที่อาศัยและหากินอยู่ในบริเวณพื้นผิวของทะเล หรืออยู่เหนือจากระดับพื้นทะเลเพียงเล็กน้อย เช่น ปลาจาระเม็ด ปลากระพง ปลาเป็ด ปลาทูตาเคียว ปลาสีดุน ปลาทรายแดง ปลา
กะเบน กุ้ง ปู และ หอย
2. ทรัพยากรปลาผิวน้ำ (Pelagic Fishery Resources) ไคแก่
สัตว์น้ำที่อาศัย และหากินในระบับผิวน้ำ หรือกลางน้ำ เช่น ปลาทู ปลาดัง ปลากระตัก ปลา
อินทรี ปลาฉลาม ปลาหูช้าง ปลาโอ และปลาดงลาม เป็นต้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ
ตลาดสัตว์น้ำ อาทิเช่น กิจการห้องเย็น ชาวประมง พ่อค้าท้องถิ่น เจ้าของแพปลา โรงงาน
อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง โดยมีการกำหนดขอบเขตในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา และชาวประมงที่ท่าเรือจังหวัดสงขลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ไคแก่ แบบสอบถาม (Questionnaires)
ซึ่งได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า ประกอบด้วย คำถามแบบเปิด (Open-Ended Questions)
และคำถามแบบปิด (Close-Ended Questions) แบบสอบถามนี้ถูกนำมาทดสอบความ
ถูกต้อง (Per-test) ก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์จริง เพื่อดูความสอดคล้องของคำถาม ความเข้าใจ
ในคำถาม ตลอดจนความเป็นไปได้ในการใช้แบบสอบถามนี้กับประชากรตัวอย่าง หลังจากนั้นได้นำ
มาปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงออกใช้สัมภาษณ์ (Interview)

นอกจากนี้ยังได้ใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากข้อมูล
ทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่มีอยู่แล้ว มาเสริมงานวิจัยขึ้นนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

แบบสอบถามดังกล่าว ได้แบ่งข้อมูลที่ต้องการเก็บออกเป็น 2 ชุดด้วยกัน ไคแก่

ชุดแรก สำหรับใช้สอบถามชาวประมง

ชุดที่สอง สำหรับสอบถามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทะเล พืชกระทงดิน และกิจการแพปลา

ขนาดและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่อยู่ในข่ายการสัมภาษณ์ รวม 108 ราย แบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ชาวประมง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสำมะโน (Census)

โดยทำการสัมภาษณ์ชาวประมงทุกรายเท่าที่สามารถจะทำได้ คัดแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ใช้สำหรับกลุ่มนี้ ผลปรากฏว่าสามารถสัมภาษณ์ได้รวมทั้งสิ้น 43 ราย

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดำเนินการนำสัตว์น้ำไปจำหน่ายตลาดต่าง ประเทศ และ ต่างจังหวัด
2. อุตสาหกรรมน้ำแข็ง เพื่อใช้แช่สินค้าสัตว์น้ำที่จับมาได้บรรจุอยู่ในเรือก่อนที่จะนำเรือเข้าเทียบท่า และเพื่อใช้รักษาคุณภาพสัตว์น้ำให้สด ขณะบรรจุลงไม้ เพื่อรอการขนส่ง
3. อุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมปลาป่น ปลาเค็ม โรงงานทำน้ำปลา โรงงานทำปลาหมึกแห้ง โรงงานทำข้าวเกรียบกุ้ง - ปลา อุตสาหกรรมอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง
4. พืชกระทงดิน ซึ่งได้แก่ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในท้องถิ่น รวมทั้งกิจการแพปลา รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 65 ราย

การรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่นำไปใช้ในการสัมภาษณ์แล้วนั้น ข้อมูลที่ได้มาถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้อง 2 ขั้นตอนด้วยกัน

ขั้นตอนแรก ในระหว่างที่ปฏิบัติงานสนาม ผู้ควบคุมการเก็บข้อมูลงานสนาม จะตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในทันทีที่พนักงานสัมภาษณ์ได้นำแบบสอบถามมาส่งมอบ ถ้าหาก

พบว่าแบบสอบถามชุดใดที่มีข้อบกพร่องในการเก็บข้อมูล ผู้ควบคุมงานสนามจะส่งกลับไปให้นักงาน
สัมภาษณ์ผู้นั้น ทำการตรวจสอบใหม่อีกครั้ง หรืออาจกลับไปซักถามใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง
ที่สุด

ขั้นตอนที่สอง มีการตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง หลังจากกลับจากเก็บข้อมูลแล้ว ซึ่ง
เป็นการตรวจสอบทั่ว ๆ ไป ก่อนที่จะนำข้อมูลเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัย "วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา" ทำให้ทราบถึงสภาพ
ทั่วไปของสาขาเศรษฐกิจการประมงสัตว์น้ำทะเลของจังหวัดสงขลา เช่น ปริมาณสัตว์น้ำทะเล
ที่จับได้ ห้างนำมาขึ้นที่จังหวัดสงขลา ปริมาณสัตว์น้ำทะเลที่ไซบริโกในจังหวัดสงขลา และห้างที่
ส่งไปจำหน่ายยังประเทศใกล้เคียง และต่างจังหวัด

นอกจากการได้ทราบถึงช่องทางทางการจำหน่ายสัตว์น้ำทะเลของจังหวัดสงขลา
แล้ว ก็จะเป็นแนวทางให้ข้อเสนอแนะในแง่การช่วยวางแผนส่งเสริมการผลิต และการตลาด
ในอนาคตให้สอดคล้องกันยิ่งขึ้น ทั้งอาจเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ที่
มีต่อการจับสัตว์น้ำทะเล และการตลาดของสัตว์น้ำ

ผลการวิจัยจะให้ข้อเสนอแนะในแง่นโยบายและมาตรการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการ
ยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาการประมงสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นสาขาเศรษฐกิจ
ที่สำคัญสาขาหนึ่งในจังหวัดภาคใต้

วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา

การศึกษาถึงวิถีทางการตลาด ซึ่งหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตไปยังแหล่งบริโภค ซึ่งกิจกรรมของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การขนส่งสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การจัดการเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ การดำเนินงานด้านการขนส่ง และการเก็บรักษา การเลือกที่ตั้งโรงงาน และสถานที่เก็บ การจัดการสินค้าคงเหลือ การคาดคะเนความต้องการ การให้บริการลูกค้า การบรรจุหีบห่อ และการจัดซื้อ เป็นต้น นอกจากนี้ การที่ผลิตภัณฑ์มีการเคลื่อนย้ายไปสู่แหล่งต่าง ๆ ใดก็จะมีสถาบันการตลาดเข้ามาทำหน้าที่ เช่น คนกลาง บริษัทขนส่งสินค้า และบริษัทประกันภัย เป็นต้น

ฉะนั้นในการวิจัยเรื่อง วิถีทางการตลาดสัตว์น้ำทะเลในจังหวัดสงขลา นี้ จะทำการศึกษาตั้งแต่การนำสัตว์น้ำทะเลออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือวิถีทางการตลาด ซึ่งเป็นการพิจารณาว่า การจำหน่ายสัตว์น้ำทะเล เลือกช่องทางการจำหน่าย และคนกลางอย่างไร
2. การกระจายตัวสินค้า ซึ่งในระบบช่องทางการจำหน่ายนั้นจะต้องประกอบด้วยกิจกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสัตว์น้ำทะเลในปริมาณที่ถูกต้อง ไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง และเวลาที่เหมาะสม ได้แก่ การขนส่ง และการเก็บรักษา