

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการประมงทะเลของประเทศไทยดังกล่าวมาแล้วในบทที่ 1 จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทบทวนผลการศึกษาทั้งในด้านแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนทบทวนรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการศึกษาในบทที่ 2 นี้ จะได้ทำการศึกษาทบทวนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่ตั้ง พื้นที่และโครงสร้างของตลาด แนวความคิดที่สำคัญทางด้านตลาดสินค้าประมง การพัฒนาด้านการผลิตสินค้าประมงและด้านการขนส่งซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบและความสำคัญของแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเลในระดับจังหวัดดังรายละเอียดต่อไปนี้

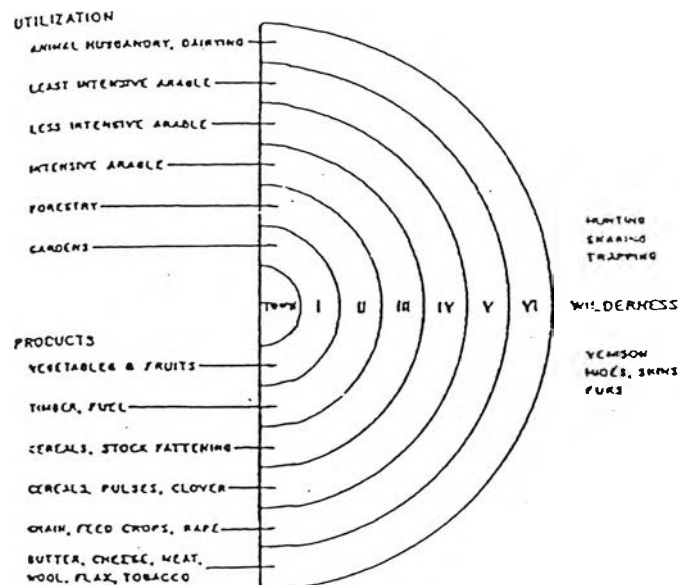
#### 2.1 แนวคิดด้านทฤษฎีแหล่งที่ตั้ง

ทฤษฎีแหล่งที่ตั้ง (Location Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายหลักการในการเลือกพื้นที่เพื่อเป็นที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป โดยทฤษฎีแหล่งที่ตั้งเริ่มจากแนวคิดที่ว่า “ที่ตั้งที่ดีที่สุด (Optimum Location) ควรเป็นที่ตั้งที่เสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด (Least Cost Location)” ต่อมาทฤษฎีดังกล่าวได้พัฒนาเป็น “ที่ตั้งที่ดีที่สุดควรเป็นที่ตั้งที่ให้กำไรรวมสูงสุด (Profit Maximization)” ซึ่งแนวความคิดดังกล่าวช่วยส่งเสริมนักลงทุนหรือเจ้าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ให้ตัดสินใจในการเลือกพื้นที่เพื่อจัดตั้งธุรกิจกิจการต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่ โดยอาศัยแบบจำลองรูปร่างอาณาบริเวณที่ตั้งเป็นรูปสามเหลี่ยม รูปวงกลม และรูปหกเหลี่ยม โดยใช้ข้อสมมติของการแข่งขันสมบูรณ์เป็นหลักในการศึกษารวมทั้งใช้อธิบายที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในภูมิภาคเดียวกันและภูมิภาคใกล้เคียง

##### 2.1.1 ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งที่เสียต้นทุนการผลิตต่ำสุด (Least Cost Location Theory Approach)

ผู้ริเริ่มแนวคิดนี้เป็นคนแรก คือ Johann Heinrich Von Thunen โดยอาศัยปัจจัยเกี่ยวกับค่าขนส่ง (Transportation Cost) และต้นทุนจากการใช้ที่ดิน (Land Cost) เป็นหลักในการศึกษาโดย Von Thunen ได้ตั้งข้อสมมติไว้คือมีที่ดินเป็นที่ราบเหมือนกันหมด จุดศูนย์กลางเป็นเมืองขนาดใหญ่ ขอบเขตของเมืองมีความอุดมสมบูรณ์ทั่วถึง และมีขนาดกว้างขวางห่างไกลจากภูมิภาคอื่นๆ ไม่สามารถติดต่อกับเมืองโดยรอบ การขนส่งภายในขอบเขตเมืองสะดวกทุกทิศทาง การใช้พื้นที่

เป็นรูปวงแหวนรอบตลาดอย่างมีลำดับชั้น ตลาดภายในเมืองเป็นแหล่งสินค้าอุตสาหกรรมให้กับชนบท ขณะที่ชาวชนบทเป็นแหล่งสินค้าเกษตรกรรมให้กับชาวเมือง Von Thunen คิด Concentric Rings หรือ Functional Belts ขึ้นรอบๆ เมือง ดังรูปที่ 2.1 โดยอาณาบริเวณรอบเมืองจะปลูกพืชแตกต่างกันในแต่ละวงแหวน นั่นคือพืชชนิดใดที่น้ำหนักมากไม่สามารถเก็บรักษาได้นานและขนส่งไม่สะดวกจะอยู่ใกล้บริเวณตัวเมือง และพืชชนิดใดที่สามารถเก็บรักษาได้นาน น้ำหนักเบาจะปลูกไกลออกไปในแต่ละวงแหวน พืชที่ปลูกจึงมีความแตกต่างกันตามความมากน้อยของผลตอบแทนที่ได้รับ สัดส่วนของวงแหวนก็ขึ้นกับอัตราค่าเช่าที่ดิน พืชที่ให้ผลตอบแทนสูงจะใช้ที่ดินใกล้เขตตลาด และพืชชนิดที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าจะใช้ที่ดินที่ไกลออกไป โดยการเช่าที่ดินใกล้บริเวณตัวเมือง จะเสียค่าเช่าสูงกว่าบริเวณที่อยู่ห่างไกล ขณะที่บริเวณที่อยู่ไกลจะเสียค่าขนส่งเพิ่มขึ้นตามระยะทางที่ห่างจากตัวเมืองออกไป (อ้างถึง โน ดารณี ธรวิลาพิพัฒน์กุล, เศรษฐศาสตร์สำหรับนักวางแผน (กรุงเทพ, 2538, หน้า 31)

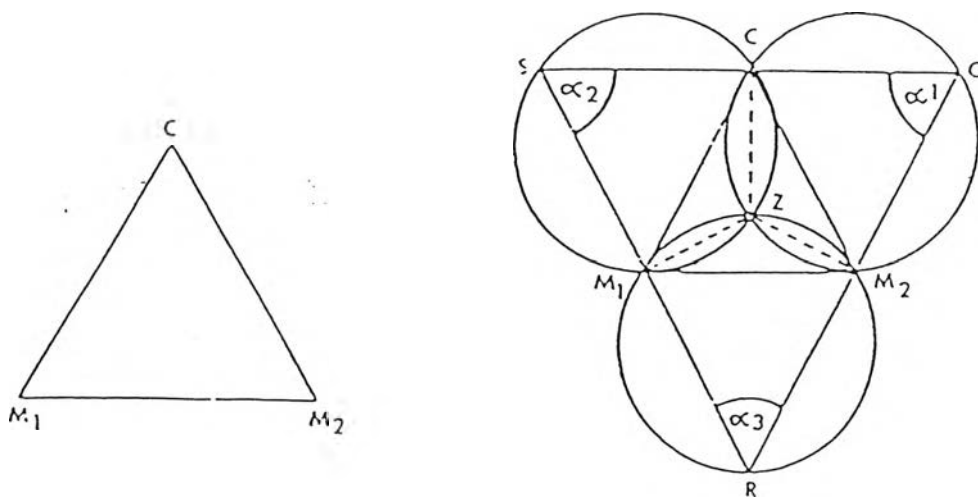


รูปที่ 2-1 แบบจำลอง Von Thunen Functional Belts

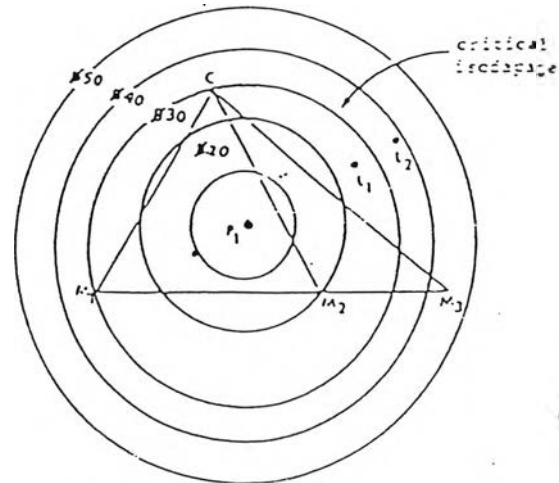
ต่อมา Alfred Weber ได้อาศัยแบบจำลองของ Von Thunen เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรม กำหนดให้มีตลาดแข่งขันโดยสมบูรณ์ ผู้ผลิตแต่ละรายสามารถจำหน่ายผลผลิตโดยไม่จำกัด (Unlimited Market) มีแรงงานเป็นปัจจัยที่เคลื่อนย้ายไม่ได้ อยู่หลายๆ จุด ด้านต้นทุนขนส่งจะเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของระยะทาง ต้นทุนขนส่งอาจแทนได้ด้วยต้นทุนแรงงาน รวมทั้งผลของการกระจุกตัว (Agglomeration) และการกระจายตัว (Deglomeration) (อ้างถึงใน เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งกับแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิภาค (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523, หน้า 4)

Weber ให้อำนาจสามชนิดเป็นปัจจัยที่กำหนดที่ตั้งคือ ต้นทุนขนส่ง (Transport Cost) ซึ่งรวมกับต้นทุนค่าวัตถุดิบและเชื้อเพลิง (Raw Material and Fuel Cost) ต้นทุนแรงงาน (Labour Cost) และการกระจุกตัว/กระจายตัว โดยที่ตั้งที่ดีที่สุดจะเป็นที่ตั้งที่เสียค่าขนส่งต่ำที่สุด ซึ่งกำหนดให้ให้อำนาจการผลิต 2 ประเภทคือ ปัจจัยที่มีอยู่เพียงพอบริเวณกันทุกประการในทุกแห่ง (Ubiquitous Raw Materials) และปัจจัยที่มีเฉพาะภายในท้องถิ่น (Localized Raw Materials) ปัจจัยประการหลังนี้จะช่วยตัดสินใจในการเลือกที่ตั้ง โดย Weber ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ว่าอุตสาหกรรมใดที่มีวัตถุดิบ (Material) มีค่ามากเท่าใด แหล่งที่ตั้ง (Location) จะมากขึ้นตามนั้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมมีแนวโน้มไปสู่แหล่งที่ตั้งของวัตถุดิบ (Input Location) แต่ถ้าดัชนีวัตถุดิบมีค่าน้อยลงเท่าใดแหล่งที่ตั้งจะมีค่าน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมมีแนวโน้มไปสู่แหล่งที่ตั้งของตลาดสินค้า (Output Location) และเมื่อใดก็ตามถ้าน้ำหนักวัตถุดิบที่สูญเสียไปมีค่าเท่ากับหรือใหญ่กว่าผลรวมน้ำหนักวัตถุดิบที่มีอยู่ทั่วไปกับวัตถุดิบที่ใช้ทำการผลิต ณ แหล่งที่ตั้งแล้ว หน่วยผลิตจะมีแนวโน้มเข้าสู่หน่วยที่ตั้งของวัตถุดิบ Weber ได้เสนอ Weber's Location Triangle มาช่วยอธิบายดังรูปที่ 2.2 โดยที่ตั้งที่ดีที่สุดจะอยู่ ณ จุดใดก็ได้ระหว่างที่ตั้งทั้งสองนี้ (M1 และ M2) สามเหลี่ยมที่ตั้งจึงแสดงการใช้พื้นที่ในรูปสามเหลี่ยมที่ตั้งในกรณีที่มีแหล่งวัตถุดิบสองแห่ง ตลาดหนึ่งแห่ง ที่ตั้งที่ประหยัดการขนส่งมากที่สุด คือ จุดกึ่งกลางของสามเหลี่ยม ที่ตั้งนี้เป็นที่ตั้งที่ไม่สามารถกำหนดชื่อได้ (Indetermined Location) (อ้างถึงใน กาญจนี พลจันทร์, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้วิเคราะห์ (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526, หน้า 5) ต่อมา Weber เริ่มพิจารณาความสำคัญของต้นทุนแรงงาน (Labour Cost) ต่อการเลือกที่ตั้งโดยพิจารณาว่า ถ้าต้นทุนแรงงานแต่ละที่มีความแตกต่างกัน จุดใดจะเป็นจุดที่เหมาะสมสำหรับเป็นที่ตั้ง ซึ่ง Weber ได้ศึกษาแล้วพบว่า ที่ตั้งที่เหมาะสมคือแหล่งแรงงานราคาถูกมากกว่าจะอยู่ในที่ตั้งที่มีค่าขนส่งต่ำสุด โดยมีข้อสมมติว่าที่ตั้งทั้งสองแหล่งมีต้นทุนขนส่งเท่ากัน ต่างกันเฉพาะต้นทุนค่าแรงงาน Weber ได้ใช้เส้นแสดงที่ตั้งต่างๆ ที่เสียต้นทุนขนส่งต่ำสุด เมื่อเปรียบเทียบกับที่ตั้งจุดตลาด (จุด c) และที่ตั้งในแหล่งวัตถุดิบ (จุด M1 และจุด M2) เส้นวงกลมรอบจุด P1 เป็นเส้นที่แสดงต้นทุนขนส่งที่ต้องเสียในระดับเดียวกันกับที่ตั้งในเส้นนั้น ต้นทุนนี้สูงขึ้นเรื่อยๆ เมื่อไกลจากจุด P1ออกไปที่จุด L1 ซึ่งมีแรงงานราคาถูก ถ้าการใช้แรงงานราคาถูกนี้จะช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยผลิตสินค้าเท่า

กับ 30 บาท ตามภาพจุด L1 อยู่ใกล้จุด P1 มากกว่า เส้น Isodapane 30 บาท ที่ตั้งที่ดีจะเป็นจุด L1 ก็ต่อเมื่อต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 30 บาท และต้นทุนรวมจะต่ำสุดที่จุด L1 เส้น Isodapane ที่มีการประหยัดอันเกิดจากการทดแทนแรงงานกับต้นทุนขนส่งถูกกว่าเรียกว่า Critical Isodapane แหล่งที่ตั้งที่มีแรงงานถูกที่อยู่ในวง Critical Isodapane จะเป็นที่ตั้งที่ดีกว่าจุด P1 แต่แหล่งที่ตั้งที่มีแรงงานถูกที่อยู่นอกเส้น Critical Isodapane ก็ไม่เป็นที่ตั้งที่ดีที่สุด เพราะต้นทุนขนส่งที่เสียจะสูงกว่าต้นทุนแรงงาน จนการประหยัดต้นทุนแรงงานชดเชยไม่พอ ในกรณีที่ M3 เป็นแหล่งวัตถุดิบประเภทเดียวกับ M1 โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่ L1 จะเห็นว่าหน่วยผลิต ณ ที่ตั้ง L1 จะใช้แหล่งวัตถุดิบที่มี M3 ดังนั้นจึงเกิด Location Triangle รูปใหม่ นำมาซึ่งโครงสร้างค่าขนส่งใหม่ เกิด Isodapane ชุดใหม่ ดังนั้น P2 จะเป็นแหล่งที่ตั้งใหม่ที่มีค่าขนส่งต่ำสุดซึ่งจะดีกว่า (อ้างถึงใน กาญจนี พลจันทร์, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้วิเคราะห์, 2526, หน้า 8)



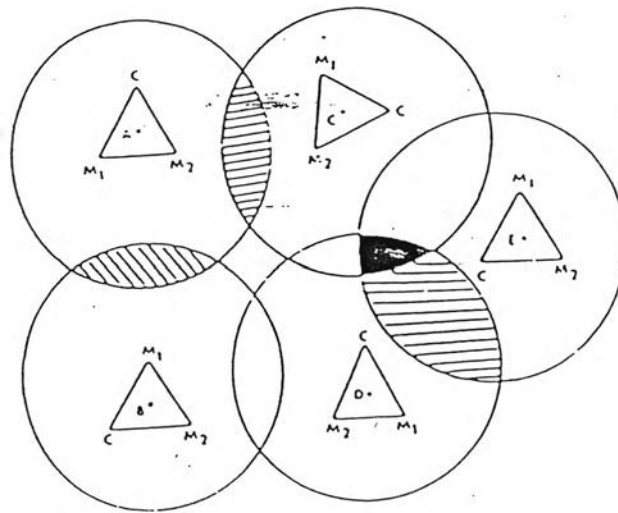
รูปที่ 2.2 แบบจำลอง Weber's Triangle



รูปที่ 2.3 แบบจำลอง Weber's Isodapane หน้าที่ตั้งที่มีต้นทุนต่ำโดยอาศัยปัจจัยด้านแรงงาน

สำหรับปัจจัยสุดท้ายที่ Weber ใช้ในการกำหนดที่ตั้งคือการกระจุกตัว (Agglomeration Forces) ซึ่งการกระจุกตัวกันมีส่วนทำให้การเลือกที่ตั้งในบริเวณที่มีการกระจุกตัวกันมีมากขึ้น เนื่องจากจะได้รับผลดีจากการประหยัดจากการขนส่งและการผลิต รวมทั้งสามารถตลาดได้ง่ายขึ้น จากรูปที่ 1.4 อธิบายหลักเกณฑ์การกระจุกตัวกันทางอุตสาหกรรมโดยมีกิจการ 5 แห่ง แต่ละแห่งจะมีแหล่งที่ตั้งอยู่ภายใน Location Triangle และมี Critical Isodapane ของแต่ละแห่ง ถ้าหากว่ากิจการอย่างน้อย 3 แห่งมีแหล่งที่ตั้งอยู่ด้วยกัน จะทำให้กิจการดังกล่าวได้รับผลประโยชน์ร่วมกันจากการกระจุกตัวทางอุตสาหกรรม ซึ่งแต่ละแห่งจะไม่ต้องเสียค่าขนส่งเพิ่มขึ้นจากเดิม จากบริเวณแรเงาในรูปเป็นแหล่งรวมตัวทางอุตสาหกรรมของกิจการ C,D,E เรียกว่า Area of Agglomeration แต่กิจการ A,B จะไม่มีข้อได้เปรียบ Area of Agglomeration เพราะอยู่นอกเขตของ Critical Isodapane เนื่องจากบริเวณอื่นๆ ที่ตั้งจากการรวมตัวของเส้นรอบวง (Isodapane) สองเส้น จะไม่สามารถเป็นแหล่งรวมตัวของแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรมเพราะการรวมตัวทางอุตสาหกรรม อย่างน้อยต้องมี 3 แห่งขึ้นไป Weber จึงสรุปว่า

ปัจจัยที่กำหนดการกระจุกตัวของแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรมมี 2 ปัจจัยคือปริมาณผลผลิตในระดับที่สามารถก่อให้เกิดการกระจุกตัวและลักษณะของ Critical Isodapane ที่ติดกันในบริเวณที่มีการกระจุกตัวของแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรม หากมี 2 ปัจจัยเกิดขึ้นจะมีผลทำให้เกิดการกระจุกตัวของกิจการเกี่ยวกับแหล่งที่ตั้งทางอุตสาหกรรมและการกระจุกตัวดังกล่าวจะมีผลต่อส่วนอื่นๆ ของผลผลิตทั้งหมด (Production Complex) (อ้างถึงใน เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งกับแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิภาค, 2523, หน้า 14-15)



รูปที่ 2-4 แบบจำลอง Weber's Analysis of the Operation of Agglomeration Tendencies

Whitmore อาศัยแนวคิดของ Weber เป็นหลักในการวิเคราะห์ที่ตั้งโรงงานและอุปสงค์ของการลงทุน โดย Whitmore คิดว่าการตัดสินใจลงทุนจะถูกกำหนดโดยขนาดและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ผลจากการศึกษาปรากฏว่าการตัดสินใจลงทุนตั้งโรงงานในที่ตั้งใหม่จะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าที่ผู้ผลิตรายอื่นกำหนด ถ้าผู้ผลิตรายอื่นขึ้นราคาสินค้า ความต้องการลงทุนจะมีมากขึ้นในการตั้งโรงงานใกล้ตลาด แต่อัตราภาษี ต้นทุนขนส่ง อัตราค่าจ้างและต้นทุนก่อสร้างที่สูงขึ้นจะทำให้เกิดการย้ายที่ตั้งห่างจากตลาดมากขึ้น ส่วนตัวแปรอัตราดอกเบี้ยจะพบว่าอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นจะทำให้ธุรกิจลดการลงทุนในทุกที่ตั้ง (อ้างถึงใน กาญจนี พลจันทร์, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้วิเคราะห์, 2526, หน้า 9-10)

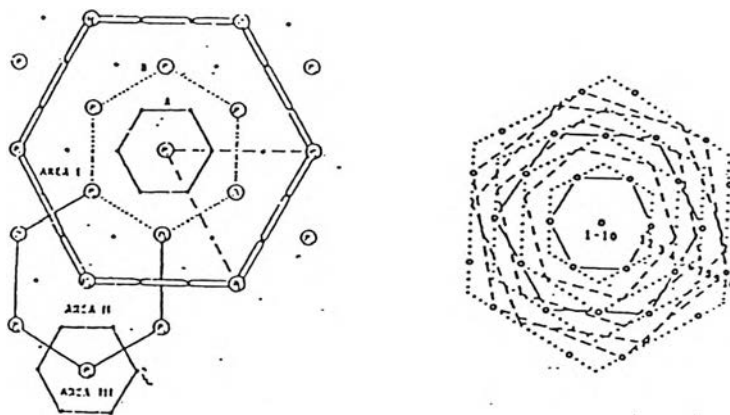
Isard ได้ศึกษาทฤษฎีแหล่งที่ตั้งโดยอาศัยการประหยัดต้นทุน ซึ่งได้แนวคิดจาก Carl Friedrich Wilhelm Launhardt ซึ่งเน้นในเรื่องการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญ และใช้รูปสามเหลี่ยมในการอธิบายแหล่งที่ตั้ง โดยที่ตั้งที่ดีที่สุดจะขึ้นอยู่กับอัตราค่าขนส่งหรือการเคลื่อนย้ายของสิ่งหนึ่งต่อหน่วยระยะทาง โดยราคาของปัจจัยคืออัตราค่าขนส่งซึ่งมีตัวกำหนดหลายตัว เช่น ระยะทาง ชนิดของสิ่งของที่ขนส่ง การแข่งขันในการบริการการขนส่ง เส้นทาง ฯลฯ ที่ตั้งที่ดีที่สุดตามนัยของ Isard จึงใช้น้ำหนัก (ซึ่งเป็นค่าที่ได้จากการนำอัตราค่าขนส่งคูณกับน้ำหนักของสิ่งของที่จะขนส่ง) ในการหาที่ตั้งที่ดี Isard ยังได้กล่าวถึงขนาดการผลิตโดยที่หน่วยผลิตที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งวัตถุดิบหลายชนิดจะมีตลาดขนาดใหญ่และทำให้ขนาดการผลิตมีขนาดใหญ่กว่าหน่วยผลิตอื่นและก่อให้เกิดการกระจุกตัวกันในบางพื้นที่ โดยสรุปตัวกำหนดที่ตั้งในความคิดของ Isard คือปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างเพียงพอในพื้นที่ การสูญเสียน้ำหนักในการผลิตมีมากน้อยเพียงใด ที่ตั้งแสดงถึงประสิทธิภาพของการขนส่งดีกว่า ต้นทุนการขนถ่ายสินค้า ณ ที่ตั้งเป็นอย่างไร และการทดแทนกันระหว่างปัจจัย เช่น ก้าวให้แรงงานแทนปัจจัยการผลิตอื่นมีมากน้อยเพียงใดในพื้นที่นั้น (อ้างถึงใน กาญจนี พลจันทร์, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้วิเคราะห์, 2526, หน้า 12-14)

จากแนวความคิดของนักเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวมา งานของ Weber และ Isard มีอิทธิพลต่อการศึกษาทฤษฎีในรุ่นต่อๆ มามาก โดยทฤษฎีแหล่งที่ตั้งจะเน้นการเสียต้นทุนขนส่งต่ำสุด แต่ต่อมามีการกำหนดให้เกิดการทดแทนระหว่างปัจจัยการผลิต ตลอดจนการทดแทนปัจจัยด้วยการเคลื่อนย้ายที่ตั้งของกิจการ และที่สำคัญกำไรสูงสุดจะเข้ามาเป็นหลักการในเลือกที่ตั้งแทนการเสียต้นทุนต่ำสุด เกิดทฤษฎีแหล่งที่ตั้งตามนัยของทฤษฎีการหากำไรสูงสุด

### 2.1.2 ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการหากำไรสูงสุด (Profit Maximization Theory of Location)

เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากทฤษฎีแหล่งที่ตั้งที่เสียต้นทุนต่ำสุด นักคิดที่เริ่มศึกษาแนวคิดนี้คนแรก คือ Walter Christaller ได้คิดทฤษฎีศูนย์กลาง (Central Place Theory) ซึ่งเป็นการนำหลักการการสร้างขอบเขตตลาด (Market Range) มาอธิบายการกระจุกตัวเป็นสถานที่ศูนย์กลางด้านพื้นที่ โดยมีสมมติฐาน 3 ประการคือ พื้นที่เป็นพื้นที่ราบเหมือนทุกประการ การเข้าถึงมีความสะดวกทุกทิศทาง และประชากรมีการกระจายตัวเท่ากัน แต่ในข้อเท็จจริงกลับพบว่าเขตตลาดของกิจการต่างๆ จะแตกต่างกันตามขนาดของการผลิตและต้นทุนขนส่ง ในกรณีที่ดินทุนขนส่งเป็นศูนย์ เขตตลาดจะมีขนาดใหญ่มากและมีผู้ผลิตน้อยราย การกระจายตัวของประชากรที่เท่ากันทำให้เขตตลาดของผู้ผลิตหลายรายซ้อนกัน เส้นแบ่งเขตตลาดจะเป็นเส้นตรงที่ผู้ผลิตทุกรายได้รับผลร่วมกันในการขายสินค้าของตน และตามลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เขตตลาดของผู้ผลิตแต่ละรายจะเป็นรูปหกเหลี่ยม

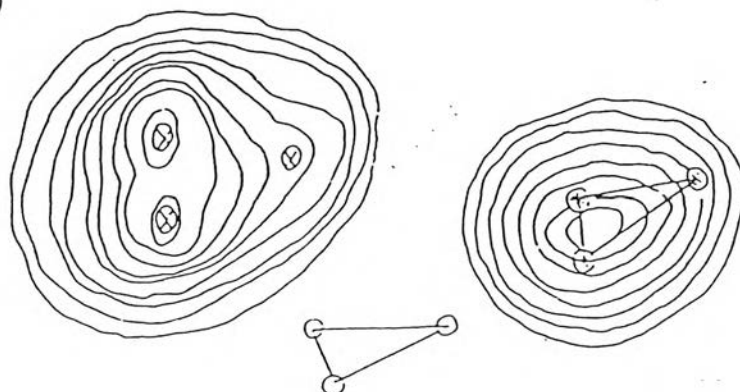
ในการแบ่งแยกชุมชนศูนย์กลางอย่างเป็นระบบ Christaller ได้พิจารณาในเรื่องลำดับชั้น (Hierarchy) ของหน้าที่ของเมือง คือ จะต้องมีการศูนย์กลางชุมชนในอันดับสูง อันดับต่ำรองลงมาและอันดับต่ำที่สุด บริเวณศูนย์กลางของรูปหกเหลี่ยมจะอาศัยเขตล้อมรอบซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของตน ศูนย์กลางที่มีขนาดแตกต่างกันจะบริการสินค้าลำดับชั้นแตกต่างกัน สินค้าในลำดับชั้นต่ำจะเป็นสินค้าที่หาได้โดยทั่วไป เขตตลาดอยู่ในช่วงแคบ (Low-Order Goods) ส่วนสินค้าในลำดับชั้นสูงนั้น เขตตลาดอยู่ในช่วงกว้าง (High-Order Goods) จะมีอยู่ในศูนย์กลางบางขนาด เรียกว่าสินค้ากลาง (Central Goods) โดยเฉพาะศูนย์กลางขนาดใหญ่จะมีสินค้าลำดับชั้นต่ำไปจนถึงสูงสุด เมื่อศูนย์กลางของพื้นที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เขตตลาดที่อยู่ภายใต้อิทธิพลก็จะใหญ่ขึ้นเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงของเขตตลาดมักใช้อธิบายการขยายตัวของเมือง ดังรูปที่ 2.5 Christaller สรุปว่า การบริโภคสินค้าและบริการตลาดเป็นตัวแปรที่สำคัญ ในการพัฒนาการของชุมชนศูนย์กลางและการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนศูนย์กลางและเขตรอบนอกของชุมชนศูนย์กลาง (Complementary Region) ประกอบด้วย ระยะทางเศรษฐกิจ (Economic Distance) ซึ่งถูกกำหนดโดย ต้นทุนค่าขนส่ง ความสูญเสียในการขนถ่ายสินค้า เวลาที่ใช้ในการเดินทาง และความไม่สะดวกในการเดินทาง ทำให้การดึงดูดประชากรในพื้นที่โดยรอบให้เข้ามาที่ชุมชนศูนย์กลาง ซึ่งจะขึ้นกับความหลากหลายคุณภาพ และราคาสินค้ากลาง (Central Goods) ที่มีอยู่ในศูนย์กลาง (อ้างถึงใน ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล, เศรษฐศาสตร์สำหรับนักวางแผน, 2538, หน้า 36-37)



รูปที่ 2.5 แบบจำลอง Christaller's Dispersion of Central Places

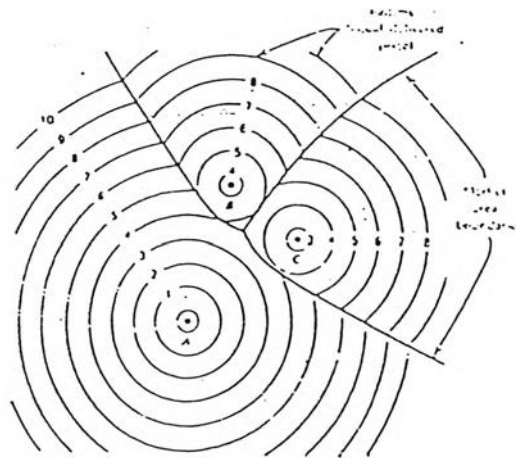


Palander เป็นผู้ริเริ่มพิจารณาแหล่งที่ตั้งโดยใช้เขตตลาด โดยอาศัยสมมติฐานว่าทุก  
 อย่างที่เกี่ยวกับแหล่งที่ตั้งและโครงสร้างการผลิตจะขึ้นอยู่กับค่าผลิตสองส่วนคือ ต้นทุนค่าผลิตคงที่  
 (Fixed Plant Cost) และค่าขนส่งแปรผัน (Variable Transport Cost) ส่วนเส้นแบ่งเขตของอาณา  
 บริเวณตลาด (Market Area) ของหน่วยผลิตซึ่งความคิดของ Palander คือ ผลของอัตราค่าขนส่งที่  
 กำหนดรูปแบบ Isodapane โดยอัตราค่าขนส่งเป็นอัตราเดียวโดยตลอด (The Uniform Rate) จะก่อ  
 ให้เกิดเส้นที่เชื่อมจุดต่างๆ ซึ่งจุดดังกล่าวจะเป็นจุดที่มีค่าขนส่งเท่ากันสำหรับสินค้าชนิดหนึ่งเรียกว่า  
 Isovector เส้นเหล่านี้มีลักษณะเป็นเส้นรอบวงในขอบเขตอย่างหนึ่งอย่างเป็นระเบียบและจะถูก  
 กำหนดโดยอัตราค่าขนส่งที่แตกต่างกันไป คือ ถ้าค่าขนส่งต่อหน่วยลดลงเมื่อระยะทางห่างออกไป เส้น  
 รอบวงเหล่านี้จะขยายอาณาบริเวณออกไปจากจุดศูนย์กลาง ดังรูปที่ 2.6 Palander กำหนดแหล่งวัตถุ  
 ดิบหนึ่งแหล่งและจุดรวมของผู้บริโภคจุดหนึ่งภายใต้ค่าขนส่งที่เป็นอัตราเดียวตลอด เมื่อเปรียบเทียบ  
 จุดสองจุดบนเส้น Isovector เดียวกัน ค่าขนส่งรวมของสองจุดจะเท่ากัน แต่ถ้าอัตราค่าขนส่งแตกต่าง  
 กัน (Variable Rates) ค่าขนส่งที่แหล่งวัตถุดิบและจุดที่ตลาดจุดที่ต่ำกว่าจุดอื่น ถ้าหากกำหนดอีกจุด  
 หนึ่งจะให้ Locational Triangle อธิบายโดยอัตราค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดระยะทางที่  
 ห่างออกไป การทำเช่นนี้ทำให้สามารถหาจุดที่ต่ำสุดของค่าขนส่ง (Least-Transport-Costpoint) ภาย  
 ในรูปสามเหลี่ยม คือ Location Triangle ได้ อย่างไรก็ตามภายใต้โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงอัตราค่า  
 ขนส่ง แหล่งที่ตั้งที่ได้เปรียบกว่า คือ มุมของสามเหลี่ยม (Location Triangle) ว่าแหล่งที่ตั้งควรจะอยู่ที่  
 ตลาดหรือแหล่งวัตถุดิบ โดยอัตราค่าขนส่งตามความเป็นจริงจะเป็นค่าขนส่งแบบแปรผัน ต่อมา  
 Palander ได้นำเรื่องอาณาบริเวณตลาดวิเคราะห์รวมกับเรื่องแนวโน้มเข้าสู่ค่าขนส่ง (Transport  
 Orientation) สรุปได้ว่าถ้าโครงสร้างของตลาดกระจายออกเป็นจุดๆ จุดหนึ่งจะเป็นแหล่งที่ตั้งของ  
 หน่วยผลิตเพื่อจำหน่ายผลิตผลไปยังตลาดจำนวนหนึ่ง และอีกจุดหนึ่งจะเป็นจุดที่จำหน่ายผลิตผลไปยัง  
 ตลาดอีกจำนวนหนึ่ง ดังนั้นเส้นรอบวงที่เชื่อมจุดทั้งสองจะเป็นแหล่งที่ตั้งของหน่วยผลิตที่จะผลิตสินค้าไป  
 ยังทุกๆ ตลาด (อ้างถึงใน เอกจิต วงศ์สุชาติกุล, ทัศนภูมิแหล่งที่ตั้งกับแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิ  
 ภาค, 2523, หน้า 19-23)



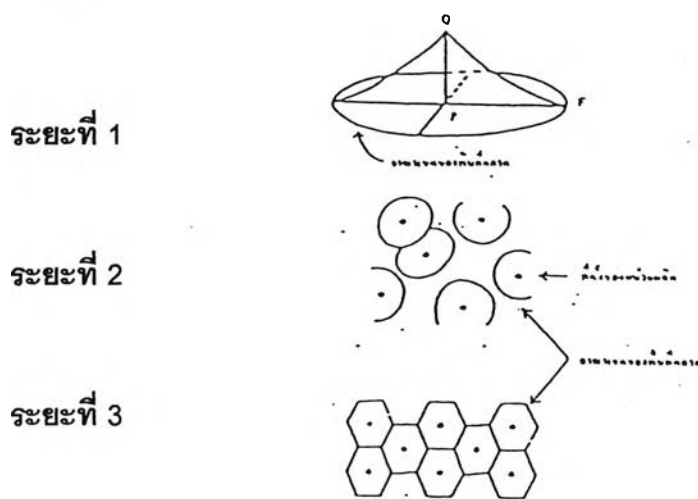
รูปที่ 2.6 แบบจำลอง Palander's Isodapanes for different transport rates

Hoover ทำการวิเคราะห์แหล่งที่ตั้ง โดยกำหนดสมมติฐานว่า ตลาดจะต้องมีการแข่งขันสมบูรณ์ และปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้ ซึ่งแหล่งที่ตั้งจะถูกกำหนดโดยต้นทุนค่าขนส่ง ผลผลิตและต้นทุนจากการนำวัตถุดิบมายังโรงงานก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต Hoover ให้ความเห็นว่า แหล่งที่ตั้งที่ดีที่สุด คือ จุดที่มีค่าขนส่งต่ำสุดภายใต้เงื่อนไขที่ว่าไม่มีความแตกต่างทางด้านค่าผลิต แหล่งที่ตั้งจะอยู่ในจุดใดจุดหนึ่งคือแหล่งวัตถุดิบหรือแหล่งตลาดหรือจุดกึ่งกลาง โดยแหล่งที่ตั้งที่มีค่าขนส่งต่ำสุด ดังนั้นแผนผัง Isodapane จะถูกสร้างขึ้นล้อมรอบจุดต่างๆ คือ จุดที่เป็นแหล่งวัตถุดิบและจุดที่เป็นแหล่งตลาด นอกจากนี้จุดผลิตที่แตกต่างกันจะผลิตสินค้าจำหน่ายไปยังตลาดที่อยู่คนละส่วน จากรูปที่ 2.7 มีจุดที่ทำให้การผลิต คือ A, B, C แต่ละจุดมีค่าผลิตที่แตกต่างกัน Isotems จะสร้างล้อมรอบ และจุดตัดระหว่างเส้น Isotems จะแสดงถึงค่าเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและค่าขนส่งสินค้าที่แตกต่างกันจะเป็นเครื่องแสดงขอบเขตของตลาดแต่ละหน่วยผลิต (อ้างถึงใน เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งกับแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิภาค, 2523, หน้า 25-27) \*



รูปที่ 2.7 แสดงแบบจำลองของ Hoover

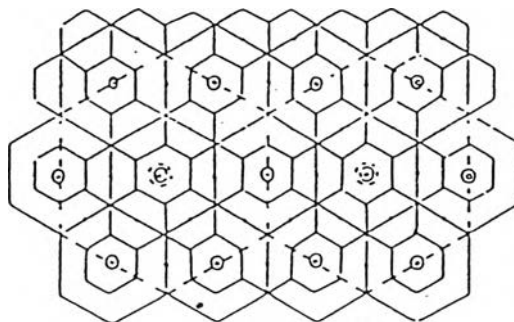
Losch เสนอการจัดรูปแบบของอาณาบริเวณ (Spatial Arrangement) เป็นพื้นฐานของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยมีรายรับเป็นตัวกำหนดที่ตั้งที่สำคัญ ซึ่งที่ตั้งที่ให้กำไรสูงสุดจะเป็นที่ตั้งที่ดีที่สุด โดย Losch เสนอว่าทรัพยากรที่เหมือนกันทุกพื้นที่ ต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตเท่ากัน ประชากรกระจายตัวอย่างหนาแน่นเท่ากัน มีรสนิยมและเงินได้เท่ากัน และหน่วยผลิตเลือกที่ตั้งกระจายตัวทั่วไปในเขตตลาด เส้นเขตตลาดจะเป็นเขตที่ไกลที่สุดที่จะขายสินค้าได้เฉพาะบริเวณตลาด ราคาสินค้ารวมค่าขนส่งสูงมากจนความต้องการสินค้าเป็นศูนย์ ดังนั้นบริเวณที่อยู่ใกล้จุดผลิตจะมีสินค้าในราคาถูกกว่าและปริมาณขายที่มากกว่าบริเวณที่อยู่ไกลออกไป พื้นที่เขตตลาดจะได้เป็นพื้นที่วงกลมที่มีรัศมีเท่าราคา (รวมต้นทุนขนส่ง) สินค้าจากจุดผลิตไปจนถึงจุดที่ราคาสูงสุด Losch แบ่งขั้นตอนของภาวะดุลยภาพเป็นสามขั้นตอนซึ่งเป็นภาวะตลาดของรูปหกเหลี่ยมสำหรับอุตสาหกรรมหนึ่ง แสดงรูปที่ 2.8 ขั้นที่หนึ่ง ผู้ผลิตรายหนึ่งมีแหล่งที่ตั้งที่จุด P มีเส้นอุปสงค์ คือ OF ราคาขึ้นกับระยะทางซึ่งจะสูงขึ้นตามค่าขนส่ง คือ PF ส่วนแกนตั้ง PQ เป็นเส้นอุปสงค์ ณ ระดับราคาต่างๆ เมื่อ PF เป็นเครื่องวัดระยะทางและใช้ P เป็นจุดศูนย์กลางลากเส้นรอบวง จะได้อาณาบริเวณตลาดรัศมี PF โดยที่จุด F จะเป็นจุดที่มีราคาสูงกว่าอาณาบริเวณตลาดปริมาณการขายทั้งหมดได้แก่ PQF ขั้นที่สอง หน่วยผลิตที่มีอาณาบริเวณตลาดเป็นรูปวงกลมแต่ไม่สามารถจำหน่ายผลิตผลไปทั่วอาณาบริเวณ บริเวณที่ว่างจะดึงดูดผู้ผลิตรายใหม่ให้เข้ามาทำการผลิต อาณาบริเวณตลาดจะมีขนาดเล็กลงเพราะกำไรที่เกินปกติ (Abnormal Profit) จะหมดไปเนื่องมาจากภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตเดิม ผลสุดท้ายคือตลาดรูปหกเหลี่ยมจะครอบคลุมทั่วอาณาบริเวณ (อ้างถึงใน เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งกับแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิภาค, 2523, หน้า 30-33)



รูปที่ 2.8 แสดงระบบพื้นที่ตลาดรูปหกเหลี่ยมของ Losch

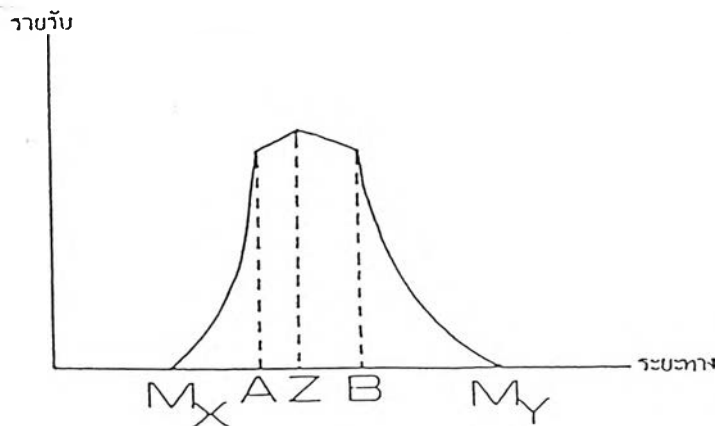
Losch พิจารณาเรื่องที่ตั้งของเมือง (The Location of Metropolis and Towns) โดยจุดเริ่มต้นของเมืองอยู่ที่ศูนย์กลางเมืองซึ่งมีการผลิตสินค้าหลายชนิด ผลผลิตที่ผลิตขึ้นมีอย่างน้อยตั้งแต่สองชนิดขึ้นไป ศูนย์กลางดังกล่าวประกอบด้วยอาณาบริเวณตลาดแบบหกเหลี่ยมซ้อนกันเป็นชั้น Losch อธิบายว่าลักษณะการรวมตัวของตัวเมืองภายในอาณาบริเวณตลาดเรียกว่า Uniform Plain หากตลาดรูปหกเหลี่ยมแต่ละตลาดประกบกันโดยยึดศูนย์กลางใดศูนย์กลางหนึ่งเป็นหลักเรียกว่าศูนย์รวมของตัวเมือง (Center of the Metropolis) จะพบว่าโครงร่างของตัวเมืองจะประกอบด้วยหกส่วน แต่ละส่วนมีหน่วยผลิตประกบกันเป็นรูปหกเหลี่ยมรูปใหญ่ซ้อนบนหกเหลี่ยมอันเล็กที่อยู่ส่วนกลาง จำนวนของรูปหกเหลี่ยมขนาดใหญ่จะมีน้อยกว่ารูปหกเหลี่ยมขนาดเล็กซึ่งโครงสร้างการผลิตจะขยายตัวเป็นโครงสร้างที่ใหญ่มาก ปริมาณที่ผู้ซื้อหาได้จะเพิ่มสูงขึ้น เพราะมีสินค้าหลากหลายมากขึ้น ค่าขนส่งประหยัดได้เต็มที่ ลักษณะการจัดระบบเศรษฐกิจดังกล่าวนำไปสู่ภาวะดุลยภาพอย่างถาวร แต่สมมติฐานของ Losch ไม่ได้พิจารณากรณีของแหล่งที่ตั้งบางแหล่งที่มีค่าผลิตที่แตกต่างกันด้วย จากรูปที่ 2-9 แสดงผลของความแตกต่างของค่าผลิตที่เกิดจากความแตกต่างของขนาดอาณาบริเวณตลาด รูปหกเหลี่ยมที่ใหญ่ที่สุดแสดงด้วยเส้นไขว้ปลาเป็นตลาดของสินค้า X ซึ่งมีอาณาบริเวณการค้าที่ใหญ่กว่าตลาดของสินค้า Y ตลาดของสินค้า Y ก็ใหญ่กว่าตลาดของสินค้า Z ดังนั้น แต่ละตลาดจะมีค่าแตกต่างของการผลิตสินค้าอันเนื่องมาจากการรวมตัวของหน่วยผลิตที่มีขนาดไม่เท่ากัน ความแตกต่างดังกล่าวเห็นได้จากจุดศูนย์กลางรูปหกเหลี่ยมมีจำนวนแตกต่างกันตามขนาดของรูปหกเหลี่ยมที่ประกบกันภายในอาณาบริเวณการค้าที่แตกต่างกัน แต่การพิจารณาของ Losch ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงหลายประการ เช่น ประชากรกระจายตัวอย่างเท่ากัน เส้นอุปสงค์มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ และอัตราค่าขนส่งไม่แตกต่างกัน ซึ่งการกระจายตัวของประชากรจะหนาแน่นบริเวณใกล้แหล่งผลิตซึ่งให้ประโยชน์มากกว่า เพราะซื้อสินค้าถูกกว่าบริเวณที่ไกลออกไป สำหรับการที่คนมีรายได้ต่างกันในที่นี้ตั้งแต่ละแห่งที่ตั้งที่ประชากรมีรายได้สูงจะเป็นตลาดสินค้าที่ดีกว่าที่ตั้งที่มีประชากรรายได้ต่ำ และพบว่าตลาดใดที่มีค่าขนส่งแพงระยะทางในการจำหน่ายสินค้าจะสั้นลงและเขตตลาดจะแคบ เขตตลาดจึงขึ้นอยู่กับอัตราค่าขนส่งที่ต่างกันในแต่ละที่ตั้ง ตลอดจนความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ความแตกต่างเหล่านี้ทำให้ที่ตั้งหนึ่งเด่นกว่าที่ตั้งอื่นๆ อย่างชัดเจน รูปที่ 2.10 แสดงการวิเคราะห์การแผ่ขยายอุปสงค์ซึ่งอาศัยการวิเคราะห์ข้อบกพร่องข้างต้น โดยจุด Z จะเป็นที่ตั้งโรงงาน รายรับจะลดลงเมื่อไกลจากจุดนี้ ในเขต AZ, ZB รายรับจะไม่ลดลงมาก AB จึงแสดงเขตเมืองเป็นบริเวณกว้างกว่าเป็นจุด ในเขตนี้ความหนาแน่นของประชากรจะสูง รายได้เฉลี่ยก็สูงกว่าบริเวณใต้อิทธิพล และได้รับผลประโยชน์จากการขนส่งเต็มที่ การประหยัดจากระยะทางไกลของการขนส่งทำให้รายรับค่อยๆ ลดลงจนสิ้นสุดเขตตลาด ที่ Mx และ My เขตจุดกลางของเขตตลาดจะกลายเป็นเขตกว้าง (Zone) มากกว่าเป็นจุด ซึ่งการวิเคราะห์ของ Losch สอดคล้องกับระบบการปกครองและการเมืองในลักษณะที่จำลองรูปแบบของ

ระบบเศรษฐกิจการแข่งขันแบบทุนนิยม (อ้างถึงใน กาญจนี พลจันทร์, ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้  
วิเคราะห์, 2526, หน้า 20-24)



รูปที่ 2.9 ลักษณะโครงข่ายตลาดตามแนวคิดของ Losch

การศึกษาแหล่งที่ตั้งข้างต้นเป็นการศึกษาเฉพาะการใช้พื้นที่และเขตตลาดของหน่วย  
ผลิตต่างๆที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันหรือคล้ายกัน โดยทั่วไปการศึกษาพิจารณาที่ตั้งเป็นการศึกษาใน  
ระดับภูมิภาค คือ แหล่งที่ตั้งจะเหมาะกับหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ได้ก็ต่อเมื่อการใช้พื้นที่นั้นแสดงภาวะ  
คุณภาพของหน่วยเศรษฐกิจที่อยู่ในระบบและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้พื้นที่ของหน่วยผลิต  
บนพื้นที่ที่ทำให้เสียต้นทุนต่ำที่สุดหรือก่อให้เกิดกำไรสูงสุด รวมทั้งทำให้เข้าใจรูปแบบที่ตั้งซึ่งเป็นภาพ  
รวมของการใช้พื้นที่ของหน่วยเศรษฐกิจทั้งหมดในพื้นที่ที่พิจารณา ภายใต้เงื่อนไขของตลาดแข่งขัน  
สมบูรณ์และต้นทุนขนส่งที่เหมือนกันในพื้นที่ต่างๆ ต่อมา มีการวิเคราะห์แหล่งที่ตั้งโดยเน้นพื้นที่มากขึ้น  
โดยขยายพื้นที่จากจุดเดียวที่พิจารณามาเป็นอาณาบริเวณกว้างกว่าเดิม และให้มีความแตกต่างในต้น  
ทุนต่างๆ ระหว่างพื้นที่มากขึ้น มีปัจจัยทางด้านเวลาเป็นตัวกำหนดความสำคัญ รวมทั้งพฤติกรรมของ  
ผู้ผลิตและผู้บริโภคด้วย



รูปที่ 2-10 การวิเคราะห์การแผ่ขยายอุปสงค์

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบตลาด

### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับตลาด ระบบและโครงสร้างของตลาด

สวิตา ธรรมมณีวงศ์ (เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน, 2536 หน้า 3.1) อธิบายว่า "ตลาด" หมายถึง การตกลงซื้อขายสินค้าและบริการ รวมทั้งปัจจัยการผลิต การตกลงซื้อขายสินค้าและบริการใดก็เรียกตามสินค้าและบริการนั้น ในปัจจุบันการคมนาคมและการสื่อสารเจริญก้าวหน้ามาก การเก็บรักษาสินค้าและการจัดมาตรฐานสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงไม่จำเป็นว่าผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันและเห็นสินค้าทั้งหมดก่อนตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรต่างๆ ในตลาดหรือ โครงสร้างตลาดเป็นผู้ดำเนินการแทน

พิทักษ์ ฉายะภูติ (2527 ,หน้า 1-2) กล่าวถึง "ตลาด" ว่ามีความหมายแตกต่างกันไปตามธุรกิจของบุคคล เช่น ผู้มีหน้าที่ซื้ออาหารอาจหมายถึง สถานที่สำหรับหาซื้ออาหาร ส่วนผู้ที่ผลิตอาจหมายถึงแหล่งที่เขาขายผลผลิตของเขา สำหรับพ่อค้าอาจหมายถึงแหล่งที่เขาติดต่อทำธุรกิจในการซื้อขายสินค้าของเขา และรัฐบาลอาจหมายถึงแหล่งที่ทำการติดต่อค้าขายกับประเทศต่างๆ สรุปความเกี่ยวกับตลาดดังนี้คือ ตลาดอาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้ อาจมีรูปแบบหรือไม่มีรูปแบบที่แน่นอนก็ได้ อาจอยู่ในแห่งเดียวหรือกระจายทั่วไปก็ได้ แต่จะต้องมี 3 ปัจจัย ที่เกี่ยวข้อง คือ คนหรือกลุ่มคนที่มีความต้องการ มีอำนาจซื้อและก่อพฤติกรรมในการซื้อ

Stanton (Fundamentals of Marketing, 1971, หน้า 75-76) กล่าวว่า "ตลาด" อาจหมายถึง สถานที่ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันและทำหน้าที่เพื่อเสนอสินค้าและบริการต่างๆ และมีการเปลี่ยนมือกันเป็นเจ้าของสิทธิเกิดขึ้น

Bromley (1985, หน้า 148) อธิบายว่า "ตลาด" เป็นการรวบรวมเอาผู้ซื้อและผู้ขายสินค้ามาพบกันยังสถานที่ที่นัดหมายหรือทำการซื้อขายกันตามช่วงเวลาตั้งแต่ทุกวันจนถึงทุกเดือน

นอกจากนี้เมื่อกล่าวถึง "พื้นที่ตลาด (Market Area)" มีการให้คำจำกัดความ (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล, ม.ป.ป., หน้า 26-27) ว่าหมายถึง บริเวณหรือจุดต่างๆ ที่ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าของเขาได้ รูปร่างของพื้นที่ตลาดขึ้นอยู่กับเส้นทางการขนส่ง ราคาสินค้า เขตแดนทางการเมือง ลักษณะของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ความหนาแน่นของประชากรและทรัพยากร พื้นที่ตลาดอาจแสดงได้ด้วย Demand Cone ซึ่งแสดงการขายทั้งหมดในบริเวณโดยรอบของผู้ผลิต โดยมีข้อสมมติว่า มีทรัพยากรอยู่ทั่วไป ไม่เสียค่าขนส่งทรัพยากรมายังโรงงาน แต่ต้องเสียค่าขนส่งเมื่อส่งสินค้าไปขาย ค่าขนส่งนี้คิดตามระยะทางและเป็นภาระของผู้ซื้อ พื้นที่ตลาดของผู้ซื้อแต่ละรายอาจคาบเกี่ยวกันได้เนื่องจากราคาสินค้าที่แตกต่างกันทำให้พื้นที่ตลาดของผู้ผลิตแต่ละรายมีขนาดไม่เท่ากัน ถ้าสินค้ามีราคาสูง พื้นที่ตลาดก็จะเล็ก แต่ถ้าสินค้ามีราคาต่ำพื้นที่ตลาดก็จะกว้างใหญ่กว่าเมื่อค่าขนส่งเท่ากัน

ส่วนคำว่า "ระบบตลาด" (Market System) มีผู้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Purcell (1979, หน้า 21) กล่าวถึง "ระบบตลาด" ว่าเป็นหน้าที่ต่างๆ ทางเศรษฐกิจ กลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบซึ่งกันและกันและสามารถเปลี่ยนแปลงได้

**พิทักษ์ ฉายะภูติ** (2527, หน้า 78) กล่าวว่า "ระบบตลาด" เป็นการศึกษากิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่มีอยู่และมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน คนและกลุ่มคนที่ทำกิจกรรมนั้น ซึ่งจะทำให้ทราบถึงระบบการตั้งราคา การแข่งขัน การผูกขาด ใหล่หุ่ยการตลาดที่เกิดขึ้น เป็นต้น ขบวนการตลาดสินค้าเกษตรสามารถแบ่งย่อยๆ ได้ดังนี้

- การรวบรวมผลิตผลหรือวัตถุดิบที่ฟาร์ม (Concentration) โดยองค์กรระดับท้องถิ่น แล้วส่งไปยังศูนย์รวมการขายส่งใกล้ผู้แปรรูปและผู้บริโภค

- กิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้ผลิตผลพร้อมสำหรับผู้บริโภคจะบริโภคได้ตลอดปี (Equalization) เพราะผลิตผลบางอย่างผลิตได้ตามฤดูกาล แต่ถ้าผู้บริโภคต้องการตลอดปี ฉะนั้นผู้ผลิต ผู้ขายส่งและผู้ขายปลีกจะต้องเก็บสินค้าเพื่อให้พร้อมสำหรับความต้องการของผู้บริโภค

- การแจกจ่ายสินค้าที่รวบรวมเป็นหน่วยใหญ่ไปยังผู้บริโภคต่างๆ (Dispersion) สินค้าจะเดินทางไปตามวิถีการตลาด ผ่านผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก จนถึงมือผู้บริโภค

สำหรับการทบทวนรายงานการศึกษาระบบตลาดนั้น จำเป็นต้องศึกษาจากโครงสร้างตลาด (Market Structure) ซึ่งเป็นการกำหนดรูปแบบของตลาด ทั้งด้านการบริการและดำเนินงาน รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในตลาด นั่นคือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โครงสร้างตลาดมีองค์ประกอบ ดังนี้

- จำนวนผู้ซื้อและผู้ขาย (Number of Buyer and Seller) เพื่อพิจารณาถึงสัดส่วนการเข้าใช้บริการ รวมทั้งการได้รับผลประโยชน์จากตลาด

- ความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiation) เป็นความแตกต่างในความรู้สึกของผู้ซื้อที่เห็นว่าสินค้าของผู้ขายแต่ละรายแตกต่างกัน

- อุปสรรคในการเข้าและออกจากตลาด (Barriers to Entry and Exit) เป็นตัววัดความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากตลาด (อ้างถึงในสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, การศึกษาระบบตลาดข้าวเปลือก, 2537, หน้า 5)

## 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดการเกษตรและการตลาด

ตลาดการเกษตร ซึ่งหมายรวมถึงการจำแนกแจกจ่ายผลผลิตทางการเกษตร (Agricultural markets and marketing) ด้วยนั้น นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีปัญหามากมายซับซ้อนมาตลอด โดยเฉพาะการที่เกษตรกรไม่ได้ผลิตเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนของตนเองเพียงอย่างเดียวแต่มีความมุ่งหวังเพื่อตอบสนองในเชิงธุรกิจการค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้ผลผลิตหรือสินค้าทางการเกษตรของตนไปถึงมือผู้บริโภคจึงเกิดมีกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจำเป็นจะต้องทำในอันที่จะเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการต่างๆ จากมือผู้ผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย (ทองโรจน์ อ่อนจันทร์ อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์, 2535) ได้ชี้ให้เห็นว่าสินค้าจากมือเกษตรกรผู้ผลิตจะถึงมือของผู้บริโภคนั้นมีกิจกรรมทางธุรกิจมากมายซึ่งจำเป็นจะต้องทำ ดังตัวอย่างสินค้าข้าวที่กิจกรรมการตลาดเริ่มต้นจากการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชาวนาโดยพ่อค้า ซึ่งอาจเป็นพ่อค้าท้องถิ่นซื้อข้าวชาวนามารวบรวมไว้ก่อนแล้วขนส่งไปเก็บไว้ในยุ้งฉางของตน ขึ้นต่อไปอาจขายให้โรงสี ข้าวก็จะถูกสีหรือแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารจากนั้นจะทำการจัดชั้นคุณภาพข้าวหรือคัดเกรดแล้วพ่อค้าโรงสีอาจขายส่งให้แก่พ่อค้าขายปลีกที่จะขายปลีกแก่ผู้บริโภคซึ่งนำข้าวสารไปบริโภคซึ่งเป็นอันหมดกิจกรรมการตลาด Smith (อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์, 2538) ได้พูดถึงความเชื่อมโยงระหว่างชาวนาหรือเกษตรกรกับผู้บริโภคในอดีตกาล 50 ปี ถึง 100 ปี ว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความกดดันที่หลากหลายอันเป็นมูลฐานของการปรับโครงสร้างการเกษตรใหม่ทั้งนี้เพราะการที่เกษตรกรถูกคุกคามให้อยู่ในภาวะหรือมีบทบาทที่จ่ายอ้อมไม่สามารถจะต่อสู้ดิ้นรนได้มากขึ้นเรื่อยๆ ในระบบของการผลิตอาหารนั้นการเข้าแทรกแซงช่วยเหลือโดยรัฐบาลจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลจึงเป็นตัวที่ช่วยปรับโครงสร้างระบบตลาดทางการเกษตรใหม่ต่อไป อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างและการจัดกลุ่มใหม่ในการขายปลีก การแปรรูปและอุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์การเกษตรจะมีผลต่อชาวนาหรือเกษตรกรโดยตรง สำหรับนักภูมิศาสตร์การเกษตรด้วยแล้ว ลักษณะและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะปรากฏหรือพบในประเด็นวิจัยสำคัญของเขาส่วนใหญ่ Smith (อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์) ยังได้พูดถึงความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและตลาดผลิตผลของพวกเขาว่าจะเป็นตัวกำหนดรูปร่างองค์การทางเศรษฐกิจของภูมิภาคชนบท เพราะความเชื่อมโยงเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่างๆ แต่ยังมีผลต่อโครงสร้างและขนาดของการดำเนินกิจการฟาร์มรวมทั้งอัตราและทิศทางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นอกจากนี้เขายังได้อ้างถึง Skinner (1967) ที่ให้ความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสามารถเปลี่ยนพื้นฐานองค์การของสังคมหรือชุมชนเกษตรกรรมได้และอ้างถึง Brown (1986) ที่พูดถึงผลที่ตามมาว่าความสำคัญของการตลาดทางการเกษตรได้ก้าวออกไปนอกเหนือการเป็นเพียงการจัดหา-การกระจาย-การบำรุงรักษาระบบการขนส่ง แต่ยังมีกระทบต่อที่มาหรือสาเหตุมูลฐานของข้อขัดแย้งทางการเมือง ความยุติธรรมทางสังคมและอำนาจทางเศรษฐกิจ Smith (1986) จึงได้ตรวจสอบถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงของตลาดทางการ



เกษตรและสำรวจบทบาทสองลักษณะของตลาดในฐานะเป็นวิถีทางต่อการขนส่ง-กระบวนการ-การเก็บรักษา-และการคัดคุณภาพผลิตผล และเป็นระบบข่าวสารข้อมูลหรือระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงผลผลิตกับผู้บริโภคในเรื่องของสถานที่-เวลา-และรูปแบบ บทบาทเหล่านี้จะทำให้ระบบตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงต่อชุมชนเกษตรและการเปลี่ยนแปลงนี้จะแพร่กระจายไปเกือบทุกส่วนด้วยความจำเป็นของความเป็นเมือง นักภูมิศาสตร์การเกษตรจะมีส่วนเพียงเล็กน้อยต่อเรื่องต่างๆ ในตลาดปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาที่การเกษตรต้องเผชิญในโลกอุตสาหกรรม แต่ความพยายามต่างๆ ที่จะประยุกต์ทฤษฎีทางด้านพื้นที่ที่มีอยู่เกี่ยวกับตลาดมาใช้นั้นนับว่ายังมีภาวะวิเคราะห์ที่ไม่สมบูรณ์คือการวิเคราะห์ในเรื่อง (1) ความซับซ้อนของอุปสงค์ และ (2) ลักษณะของนโยบายการเกษตรแห่งชาติ ฉะนั้นการกำจัดหรือปลดเปลื้องข้อบกพร่องเหล่านี้ นักภูมิศาสตร์หรือนักภูมิศาสตร์การเกษตรสามารถมีส่วนช่วยสำคัญในประเด็นที่เกี่ยวกับการวางแผนนโยบายและการพัฒนาชนบท

ดังที่กล่าวแล้วว่าการตลาดจะไม่เกิดในระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพที่บริสุทธิ์แต่เกษตรกรจะให้ความสำคัญอันดับแรกต่อการผลิตพืชผลที่ตลาดต้องการอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะความต้องการของประชากรในท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดรูปแบบของตลาดที่ง่ายที่สุด ที่ซึ่งผู้ผลิตและผู้ซื้อมาติดต่อกันโดยตรง อยุ่อย่างที่เราจะหาได้ทั่วไปในท้องถิ่นชนบทเกษตรของไทย อย่างไรก็ตามเมื่อมองถึงโครงสร้างของตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดผลิตผลเกษตรว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้น สำหรับประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้พิจารณาตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะการค้าทั่วไปกับระดับตลาดและประเภทพ่อค้าเป็นสำคัญ ลักษณะการค้าโดยทั่วไปแล้วจะมุ่งพิจารณาแหล่งหรือจุดซื้อขายที่มีทำเลที่แน่นอนและไม่แน่นอนหรือผันแปรไปตามความสะดวก โอกาสและความต้องการสินค้าในระดับตลาดต่างๆ ตั้งแต่ตลาดของแหล่งผลิตโดยตรง อาทิ ที่แปลงนาหรือตลาดของหมู่บ้าน ตลาดระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด นอกจากนี้ก็มุ่งวิเคราะห์สถานภาพความสัมพันธ์ของพ่อค้าผู้ซื้อผลผลิตกับเกษตรกรผู้ขายผลผลิต ในประเด็นหลังนี้มักจะพบว่าเกษตรกรผู้ขายผลผลิตมักจะอยู่ในฐานะเป็นฝ่ายเสียเปรียบ โดยจะถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางซึ่งปกติแล้วจะเป็นผู้ตั้งราคาหรือกำหนดราคาซื้อขายอยู่เสมอๆ นั่นก็คือเกษตรกรที่มีที่ถือครองขนาดเล็ก หรือเกษตรกรรายย่อยที่ยังขาดการรวมพลังเพื่อการต่อรองจะเป็นฝ่ายที่ต้องเผชิญหรือเสี่ยงต่อการขาดทุนหรือการได้ผลกำไรไม่คุ้มค่า นอกเสียจากว่าทั้งสองฝ่ายจะมีความรู้จกกันและเป็นเจ้าประจำด้านการค้ากันมาเป็นเวลานานจึงจะมีผลต่อการลดอัตราเสี่ยงของเกษตรกรผู้ผลิตเพื่อขายได้บ้าง ส่วนเรื่องของระดับตลาดและประเภทของพ่อค่านั้นจะทำให้เห็นโครงสร้างของตลาดแบบง่ายๆ จนถึงแบบที่ซับซ้อนมากกว่า คือตั้งแต่ตลาดท้องถิ่นในแหล่งผลิต ตลาดท้องถิ่นในระดับอำเภอและจังหวัด และตลาดปลายทาง (Terminal Market) ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตลาดส่งออกด้วย ความแตกต่างของโครงสร้างของตลาดต่างระดับจะชัดเจนเพราะตลาดท้องถิ่นจัดเป็นแหล่งรวบรวมผลิตผลขั้นต้นเป็นตลาดขนาดเล็กการแข่งขันกันมีน้อย ในขณะที่ตลาดท้องถิ่นเป็นตลาดรวมระดับอำเภอและจังหวัดที่มีขนาดใหญ่มีปริมาณการซื้อขาย

มารวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดก็ค่อนข้างสมบูรณ์ นับเป็นแหล่งกระจายข่าวสารการค้าสำคัญสำหรับการเกษตรกรเป็นตลาดที่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาผลผลิตการเกษตร ฉะนั้นการแข่งขันกันทางการค้าจึงมีไม่มากเช่นเดียวกับตลาดท้องถิ่น สำหรับประเภทของพ่อค้าหรือพ่อค้าคนกลางของตลาดทั้งสองระดับไม่แตกต่างกันนัก คือ มีทั้งพ่อค้าประจำ พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่ พ่อค้าโรงงาน พ่อค้าปลีกและรัฐวิสาหกิจและสถาบันเกษตรกร สำหรับตลาดปลายทางจะมีลักษณะเด่นชัดในแง่ที่เป็นแหล่งรวมผลผลิตเกษตรจากทั่วทุกภาคหรือทั่วประเทศ เป็นตลาดใหญ่ที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกด้านการตลาดครบและมีอิทธิพลในการกำหนดราคาผลผลิตเกษตรภายในประเทศ เป็นแหล่งให้ข่าวสารการค้าที่สำคัญ ลักษณะที่ต่างจากสองตลาดแรกก็คือการเป็นตลาดที่มีการแข่งขันมากและมีโครงสร้างซับซ้อน รวมทั้งเป็นตลาดส่งออกดังกล่าวแล้ว ตลอดจนได้ช่วยกระจายผลผลิตผลไปยังตลาดที่ขาดแคลนทั่วประเทศและประเภทพ่อค้าคนกลางที่ไม่เหมือนและแตกต่างไปจากตลาดท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น คือ จะไม่มีพ่อค้าประจำ แต่จะมีเพิ่มเติมประเภทพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าโรงงานแปรรูป พ่อค้าส่งออก องค์การสะพานปลาและองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

กรณีพ่อค้าคนกลางนับว่า มีบทบาทในตลาดสินค้าเกษตรทั่วโลกก็ว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศโลกที่สามที่เศรษฐกิจและรายได้ของคนส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งการเกษตรอยู่ เช่น ประเทศไทย สมภพ มานะรังสรรค์ (2528) ได้พูดถึงตัวแปรสำคัญประการหนึ่งซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพทางการตลาดในช่วงต่อระหว่างพ่อค้าปลายทางกับพ่อค้าท้องถิ่นก็คือการมี "หยง" มาช่วยเชื่อมโยงพ่อค้าทั้งสองตลาดที่อาจมีปัญหาอุปสรรคด้านทำเลหรือแหล่งที่ตั้งให้บรรจบพบกันได้เพราะธุรกิจหลักของหยงก็คือการเป็น "นายหน้า" ขายผลผลิตการเกษตรต่างๆ แทนพ่อค้าท้องถิ่นโดยได้รับค่านายหน้า (Commission) ตอบแทน (ประมาณร้อยละ 0.5-1.0 ของมูลค่า) การซื้อขายผลผลิตหรือสินค้าเกษตรแต่ละครั้งหยงจะช่วยเสาะแสวงหาข่าวสารการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเคลื่อนไหวของราคาที่ได้จากหลายกระแส อาทิ การสืบถามจากผู้ส่งออก ผู้ค้าส่งภายในประเทศ โรงงานแปรรูปต่างๆ ฯลฯ เพื่อส่งให้พ่อค้าท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของตนได้ใช้เป็น "เครื่องมือ" ประกอบการตัดสินใจว่าจะปล่อยหรือเก็บสินค้าของตนช่วงไหนจึงจะได้กำไรสูงสุดคือช่วยในการเก็งตลาดได้แม่นยำขึ้น และหยงยังให้บริการเป็นตัวแทนขายสินค้าให้พ่อค้าท้องถิ่นตั้งแต่ขนส่งไปให้ผู้ซื้อที่ตลาดปลายทาง ช่วยต่อรองรักษามลประโยชน์ในด้านซั้ง ตวง วัด และมาตรฐานของผลผลิตให้ลูกค้าของตนรวมถึงการเป็น "แคชเชียร์" เก็บเงินจากผู้ซื้อให้ด้วย ฉะนั้นความซื่อสัตย์จึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งของหยง แต่เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง พ่อค้าท้องถิ่นส่วนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่ห่างไกลจากตลาดปลายทางจะติดต่อกับหยงแบบเจ้าประจำประมาณ 2-3 ราย เพื่อช่วยตรวจเช็คซึ่งกันและกันรวมทั้งการได้ข่าวสารการตลาดที่ถูกต้องกับความเป็นจริงยิ่งขึ้น แต่ถ้าจะให้ดีที่สุดพ่อค้าท้องถิ่นจะต้องตรวจสอบข่าวสารการตลาดจากหลายกระแสด้วยตัวเอง

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ได้แบ่งประเภทและผู้ค้าคนกลางของ ตลาดสินค้าสัตว์น้ำไว้ดังนี้

### 2.2.2.1 ประเภทของตลาดและผู้ค้าคนกลาง

#### 1) ประเภทของตลาดสินค้าสัตว์น้ำ

แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหรือ 3 ระดับ คือ

- ตลาดท้องถิ่น (Local Grower's Market) ได้แก่ ตลาดที่ตั้งอยู่ใน แหล่งผลิตหรือแหล่งจับสัตว์น้ำทะเล ได้แก่ อาณาบริเวณหมู่บ้านและตำบลต่างๆ แถบชายทะเลทั่วไป ชาวประมงจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ค้าคนกลางโดยตรงในแหล่งหรืออาณาบริเวณนั้นๆ การบริการ ด้านการตลาดไม่สมบูรณ์

- ตลาดท้องถิ่น (Assembly Wholesale Market) เป็นตลาดรวม สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากตลาดท้องถิ่นแล้วจำหน่ายจ่ายแจกสินค้าไปยังตลาดอื่นๆ การบริการ ด้านการตลาดต่างๆ สมบูรณ์มากกว่าตลาดท้องถิ่น

- ตลาดปลายทาง (Terminal Market) เป็นตลาดจำหน่ายสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเพื่อการบริโภคโดยตรง และเป็นตลาดที่จำหน่ายสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ไปตลาดต่างประเทศหรือต่างจังหวัดหรือจำหน่ายสินค้าให้แก่โรงงานแปรรูป เช่น กรุงเทพมหานคร และสงขลา เป็นต้น

#### 2) ประเภทของผู้ค้าคนกลาง

อาจแบ่งพ่อค้าคนกลางได้ดังนี้

- ผู้ค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น เป็นผู้ค้าที่รับซื้อสัตว์น้ำจากชาว ประมงโดยตรง เป็นผู้ให้ข่าวสารการตลาดและราคาสินค้าสัตว์น้ำแก่ชาวประมง การค้าสัตว์น้ำเป็นไป ในลักษณะซึ่งขายด้วยเงินสด ผู้ค้าคนกลางในตลาดดังกล่าวนี้ ประกอบด้วย ผู้ค้าชั่วคราว ทำการค้า สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเป็นครั้งคราวแล้วแต่โอกาสหรือเมื่อคิดว่าการค้าจะมีกำไร ผู้ค้าประจำ ท้องถิ่น ทำการค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเป็นประจำตลอดปีในท้องถิ่นนั้นๆ ผู้ค้าตัวแทนหรือนาย หน้า ทำการซื้อขายสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำในลักษณะตัวแทนหรือนายหน้าโดยได้รับค่านาย หน้าเป็นสิ่งตอบแทน ผู้ค้าปลีก ทำการค้าจำหน่ายสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผู้ ค้าโรงงาน ทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ โดยมีโรงงานแปรรูปอยู่ในแหล่งผลิตชายทะเลหรือหมู่บ้าน ชาวประมงทั่วไปทำการค้ารับซื้อสัตว์น้ำจากชาวประมงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ

- ผู้ค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น เป็นผู้ค้าที่รับซื้อหรือรวบรวมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากผู้ค้าประเภทต่างๆ ในตลาดท้องถิ่น ประกอบธุรกิจเป็นหลักแหล่งแน่นอน และเป็นแหล่งข่าวสารการตลาดของผู้ค้าในตลาดท้องถิ่น ผู้ค้าคนกลางในตลาดดังกล่าวนี้ประกอบด้วย

ผู้ค้าตัวแทนหรือนายหน้า ประกอบธุรกิจในลักษณะเป็นตัวแทนหรือนายหน้าซื้อสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ให้แก่ผู้ค้าในตลาดปลายทาง ผู้ค้าโรงงาน ผู้ค้าปลีก

- ผู้ค้าคนกลางในตลาดปลายทาง ตลาดค้าสัตว์น้ำประเภทนี้ประกอบด้วยผู้ค้าชายฝั่ง ซึ่งเป็นผู้ซื้อรวบรวมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากผู้ค้าคนกลางและโรงงานแปรรูปทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น แล้วจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งออก ผู้ค้าส่งออกเป็นผู้ซื้อและรวบรวมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแล้วจำหน่ายต่างประเทศ ผู้ค้าชายปลีก ได้แก่ผู้ค้าผู้ซื้อสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากผู้ขายส่งโรงงานแปรรูปและชาวประมง และจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคบริโภคโดยตรง

### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตร

ตลาดกลางสินค้าเกษตร หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของสินค้าและบริการจากแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรมในระดับไร่นาจนกระทั่งมาถึงผู้บริโภค กิจกรรมทางธุรกิจของตลาดสินค้าเกษตรย่อมถูกผลักดันให้ดำเนินไปด้วยกลไกตลาด (Market Mechanism) กิจกรรมจะเกี่ยวพันอยู่กับการตัดสินใจในการซื้อ-ขาย การสต็อกสินค้า การเก็งกำไรของผู้ผลิต ผู้บริโภค พ่อค้าคนกลาง (สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

#### 2.2.3.1 ลักษณะของตลาดกลางสินค้าเกษตร

สามารถแยกอธิบายได้ดังนี้

1) ตลาดที่ไม่มีรูปร่างหรือแบบแผนที่แน่นอน อาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้โดยอาจเกิดขึ้นจากการโทรศัพท์ติดต่อซื้อขายซึ่งกันและกันได้โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานที่แน่นอน

2) ตลาดที่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน อาจเป็นตลาดที่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน (Formal) หรือไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอนก็ได้ ตลาดที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน เช่น กำหนดไว้ว่า ผู้ที่ทำการซื้อขายกันจะต้องเป็นสมาชิกของตลาดนั้น ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน คือ มีการซื้อขายกันโดยไม่มีระเบียบอะไร ใครจะมาซื้อหรือขายก็ได้ (อนวัช, 2534)

#### 2.2.3.2 รูปแบบของตลาดกลางสินค้าเกษตร

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบของตลาดกลางสินค้าเกษตรว่า ตลาดกลางอาจมีหลายรูปแบบตั้งแต่รูปแบบง่าย ๆ ที่มีเพียงสถานที่ให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายแก่ผู้ซื้อโดยตรงขึ้นไปถึงตลาดกลางที่มีการประมูลและการซื้อขายล่วงหน้า ตลาดกลางแบ่งออกได้ดังนี้

1) ตลาดกลางระดับไร่นา เป็นตลาดระดับล่างที่สุดและอยู่ใกล้ตัวเกษตรกรมากที่สุดซึ่งเกษตรกรจะเป็นผู้นำสินค้าเกษตรมาจำหน่ายด้วยตนเอง ตลาดกลางระดับไร่นาเป็นศูนย์สินค้าเกษตรที่เป็นสถานที่อำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อโดยไม่ต้องผ่านคนกลางหลายขั้นตอน การจัดตั้งตลาดกลางระดับไร่นาคงจะมีหลายแห่งที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตสินค้าเกษตร

2) ตลาดกลางระดับท้องถิ่นเป็นตลาดกลางระดับสูงต่อจากระดับไร่นา ซึ่งผู้ขายจะเป็นเกษตรกรและผู้รวบรวมสินค้าจากแหล่งผลิตซึ่งตลาดกลางระดับนี้อาจจะมีคลังสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกทางการตลาด มีผู้ซื้อเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นหรือระดับสูงกว่าเข้ามาประมูลซื้อ

3) ตลาดกลางระดับภูมิภาค เป็นตลาดระดับใหญ่ของภาค ซึ่งเป็นตลาดที่เชื่อมโยงกับตลาดกลางระดับประเทศและจะมีผู้เกี่ยวข้องกับการตลาดหลายฝ่ายมาร่วมให้บริการที่ตลาดนี้ซึ่งได้แก่ กลุ่มขายพืชผลของเกษตรกร พ่อค้าขายส่ง โรงงานแปรรูป พ่อค้าคนกลาง (หยง) ไปจนถึงผู้ส่งออก ตลาดกลางระดับภูมิภาคมีได้หลายรูปแบบ เช่น ตลาดข้าวโพดที่อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ตลาดกลางข้าวเปลือกที่อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

4) ตลาดกลางระดับประเทศ เป็นตลาดกลางปลายทางที่รวบรวมผลผลิตจากแหล่งต่างๆ เพื่อจำหน่ายในกรุงเทพฯ จังหวัดอื่นๆ และส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ หากวิเคราะห์ให้ดีแล้วก็จะเห็นได้ว่าตลาดกลางในระดับภูมิภาคนั้นก็ก็มีลักษณะที่เป็นตลาดกลางระดับประเทศได้เช่นเดียวกัน เพราะมีการทำหน้าที่ทางการตลาดแบบเดียวกับตลาดกลางระดับประเทศ ตลาดกลางระดับประเทศที่อยู่ไกลจากกรุงเทพฯ เป็นตลาดกลางที่มีรูปแบบไม่แน่ชัด ตัวอย่างของตลาดกลางค้าขายพืชไร่ที่แถวถนนทรงวาด โมตรีจิต เป็นตลาดกลางของพ่อค้าส่งและนายหน้าซึ่งเป็นตลาดที่ไม่มีรูปร่างแน่นอน มีลักษณะเป็นศูนย์รวมการค้าขายข้าวสาร ข้าวโพด ถั่วต่างๆ และกาแฟ เป็นต้น มีวิธีการค้าขายอย่างมีประสิทธิภาพและมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของราคาในตลาดแห่งนี้จะมีความสัมพันธ์กับราคาของตลาดต่างประเทศและราคาของตลาดโลก ผู้ดำเนินธุรกิจจะสืบราคาจากพ่อค้าส่งออกและพ่อค้ารายใหญ่และส่งข้อมูลราคาไปยังพ่อค้าท้องถิ่นอื่นๆ และทำหน้าที่เป็นคนกลางหรือที่เรียกว่า “หยง” ให้แก่พ่อค้าเหล่านั้นโดยหยงจะได้ค่านายหน้าตอบแทน หยงให้บริการในการจัดนำรถบรรทุกสินค้าไปยังโกดังของผู้ส่งออกดำเนินการชั่ง ตวง และอาจให้สินเชื่อแก่พ่อค้าที่ต้องการ

ด้วย การติดต่อกระทำอย่างรวดเร็วโดยอาศัยโทรศัพท์ จำนวนหนึ่งในตลาดกลางแห่งนี้มีจำนวนมากซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาวะการแข่งขันของระบบการตลาดด้วย

สำหรับตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับไร่นาและภูมิภาคสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

- ตลาดกลางแบบไม่มีระบบ กล่าวคือ ตลาดกลางแบบดั้งเดิมและตลาดกลางแบบใหม่

- ตลาดกลางแบบดั้งเดิม เป็นตลาดกลางที่ต่างคนต่างขายในสถานที่ค้าขายของตนเองแต่จะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน การค้าเป็นไปโดยเสรีไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับ การซื้อขายมักเป็นระบบต่อรองราคากันตัวต่อตัวโดยผู้ค้าอาจมีปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดเป็นของตนเอง เช่น คลังสินค้า เครื่องชั่งตวง รถบรรทุก ตลาดที่มีลักษณะดังกล่าว เช่น ตลาดกลางข้าวโพด ข้าวฟ่าง บริเวณอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยาหรือตลาดกลางสับปะรดที่ตลาดกลาง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

- ตลาดกลางแบบใหม่ เป็นตลาดกลางที่มีรูปแบบที่พัฒนาขึ้น กล่าวคือ ตลาดกลางที่มีผู้จัดตั้งขึ้นนั้นจะมีสถานที่รวมให้ผู้ซื้อผู้ขายมาติดต่อกันได้ การค้ามีลักษณะของการประมูลหรือการต่อรองราคา แต่ตลาดกลางมิได้มีกฎระเบียบมากมายนักและไม่มีการกำหนดบังคับตลาดกลางลักษณะดังกล่าว ได้แก่ ตลาดกลางข้าวเปลือกที่จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดนัดโคกระบือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น-

ตลาดกลางที่มีระบบ เป็นตลาดที่มีสถานที่ซื้อขายอันเป็นแหล่งรวมให้ผู้ซื้อและขายมาพบปะกัน ผู้ซื้อขายต้องเป็นสมาชิกของตลาด มีระบบการควบคุมตลาดหรือโครงสร้างการบริหารที่แน่ชัด การซื้อขายในตลาดอาจทำได้โดยตรงหรือผ่านนายหน้า การดำเนินการซื้อขายเป็นไปโดยเปิดเผยโดยวิธีการประมูลหรือต่อรองราคา เป็นตลาดที่มีกฎหมายรองรับและดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบ การตกลงซื้อขายกันอาจมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีบริการต่างๆ จากตลาดกลาง เช่น คลังสินค้า ข้าวสาร การคัดแยกชั้นคุณภาพสินค้าและการขนส่ง เป็นต้น จากลักษณะของตลาดกลางที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันยังไม่ปรากฏมีตลาดกลางที่มีระบบทั้งในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค

5) ตลาดอื่นๆ

สำหรับกรมการค้าภายใน ( 2538 ) ได้จัดแบ่งประเภทของตลาดกลางเอาไว้อีก 4 ประเภท เพื่อเป็นตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ได้แก่ ตลาดกลางข้าว และพืชไร่ ตลาดกลางผักและผลไม้ ตลาดกลางปศุสัตว์ และตลาดกลางสัตว์น้ำ

### 2.2.3.3 หลักเกณฑ์ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

การจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรดังกล่าว มีหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1) จะต้องลดส่วนเหลือมการตลาดลง จะต้องลดค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าเกษตรและจะต้องลดภาระของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

2) จะต้องให้ผลทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวม คือ จะต้องให้ผลตอบแทนทางสังคม (Social Benefit) ได้ แทนที่จะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการในรูปผลตอบแทนทางธุรกิจ (Financial Benefit) เท่านั้น ไม่เช่นนั้นแล้ว การลดส่วนเหลือมการตลาดในเรื่องสินค้าเกษตรนั้นจะเป็นภาระของผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจอื่นหรือไม่ก็เป็นภาระกับประชาชนเอง โดยผ่านทางรัฐบาล ในรูปให้เงินทุนอุดหนุนแก่ตลาดกลางด้านการใช้เงินภาษีอากร

3) หากมีผลประโยชน์ใดเกิดขึ้นจะต้องตกอยู่กับผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสุดในระบบการตลาด ในประเทศไทยนั้นในเรื่องเกี่ยวกับสินค้าเกษตรผู้ที่เป็นคนรับความเสี่ยง (Risk Taker) ก็คือเกษตรกรที่ต้องเสี่ยงต่อปัญหาดินฟ้าอากาศ

4) ควรจะเกิดเมื่อมีผู้ต้องการและควรเกิดขึ้นในลักษณะจากเบื้องล่าง (Bottom Up) ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะรัฐบาลผู้มีอำนาจอยากให้เกิดขึ้นซึ่งเป็นการใช้นโยบายจากบนสู่ล่าง (Top Down)

5) จะต้องทำให้ผู้ซื้อขายสามารถเข้ามาในตลาดโดยเสรีไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

6) ข้อมูลการตลาดจะต้องเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในหมู่ผู้ซื้อขาย

7) จำนวนผู้ซื้อขายจะต้องมีจำนวนมากพอที่จะทำให้การตกลงร่วมกันให้การซื้อขายเป็นไปได้

8) สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาด ต้องมีปริมาณมากพอที่จะทำให้มีกิจกรรมซื้อขายพอเพียงที่จะทำให้ตลาดดำเนินไปได้ในเชิงธุรกิจ

9) สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาด ต้องเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานที่แน่นอนและมีการจัดแบ่งชั้นคุณภาพ

10) จะทำให้ค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง เช่น สามารถบริการขนส่งสินค้าที่  
ให้ค่าใช้จ่ายลดลงโดยอาจเกิดจากตลาดได้จัดตั้งในทำเลที่เหมาะสม (อนวัช , 2534)

#### 2.2.3.4 หน้าที่ทางการตลาดและปัจจัยที่สนับสนุนตลาดกลางสินค้าเกษตร

จากการศึกษาวิจัยพบว่าตลาดกลางที่สมบูรณ์แบบควรจะมีหน้าที่ทาง  
การตลาดและปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ดังนี้

- 1) มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก เหมาะสมกับชนิดของสินค้าและ  
ระดับของตลาด
- 2) มีระบบการซื้อขายที่เป็นมาตรฐาน โดยสนับสนุนให้มีวิธีการประมูลซื้อ  
ขายตามตัวอย่างสินค้าหรืออาจจะซื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้าก็ได้ ดังนั้นสิ่งที่จะช่วยให้ระบบการซื้อ  
ขายแบบนี้มีประสิทธิภาพได้จำเป็นต้องมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานสินค้า การจัดชั้นคุณ  
ภาพและการชั่ง ตวง วัด
- 3) มีระบบข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพที่สามารถจะบริการด้านข่าว  
สารทางการตลาดและการผลิต ให้เป็นที่รับทราบแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดได้อย่างรวดเร็ว  
ซึ่งสามารถจะช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายนำข้อมูลเหล่านี้มาช่วยในการตัดสินใจในการค้าขายได้อย่าง  
เหมาะสม
- 4) จัดให้มีสินเชื่อนับสนุนการซื้อขายในตลาดกลาง โดยจัดทำให้เป็น  
ระบบที่รัดกุมและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานของตลาดกลาง ตลอดจนระบบบัญชีที่ให้ความสะดวก  
รวดเร็วแก่ผู้ใช้ตลาดกลาง
- 5) บริการด้านคลังสินค้า ทั้งไซโล โกดัง ยุ้งฉาง เพื่อรับฝากสินค้าหรือ  
บริการรับจำหน่ายสินค้าเกษตรเมื่อผู้ขายต้องการใช้เงินก่อนขายสินค้าได้ ซึ่งบริการนี้จะช่วยให้ผู้ขายสามารถ  
ขายสินค้าได้ราคาดีขึ้นโดยไม่ต้องรับขายสินค้าในขณะที่ราคาสินค้าต่ำ และคลังสินค้าควรมีคุณภาพใน  
การเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นานโดยไม่เสื่อมคุณภาพ
- 6) ตลาดกลางควรจะมีจัดการบริหารงานและการดำเนินงานอย่างมี  
ประสิทธิภาพโดยกำหนดกฎระเบียบที่จะรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้ใช้บริการในตลาดกลาง
- 7) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่อาจจะต้องมี ก็คือ บริการการบรรจุหีบห่อ  
การขนส่ง การแปรรูป การสื่อสาร เป็นต้น



อย่างไรก็ตาม ในหลักการทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เป็นหลักการที่ได้พิจารณาแล้วว่าถ้าตลาดกลางจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ควรจะมีหน้าที่และการบริการดังกล่าว แต่สิ่งที่ควรพิจารณาอย่างยิ่งก็คือ การจัดตลาดกลางเป็นเพียงทางเลือกทางหนึ่งของผู้ที่อยู่ในระบบการตลาดสินค้าเกษตรเท่านั้น ถ้าเมื่อใดตลาดกลางได้พิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอื้ออำนวยความสะดวกการ ตลาดได้ดีกว่าวิธีการค้าขายแบบอื่นๆ ก็จะมีผู้มาใช้ประโยชน์จากตลาดกลางมากขึ้น

### 2.2.3.5 วิธีการตกลงซื้อขายในตลาดกลางสินค้าเกษตร

การตกลงซื้อขาย ณ ตลาดกลางระดับต่างๆ ซึ่งใช้การประมูลเป็นหลักแก่สินค้าที่นำมาซื้อขายนั้นจะกระทำได้ 3 วิธี คือ (1) การซื้อขายโดยการเห็นสินค้าทั้งหมด (2) การซื้อขายด้วยตัวอย่างสินค้า และ (3) การซื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าที่จะมีการซื้อขายเพราะการซื้อขายบางอย่างที่ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ผู้ซื้อจะมีความประสงค์ที่จะเห็นของทั้งหมดก่อนการตัดสินใจนอกจากนั้นแล้วยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของการตลาดกลางด้วย พอสรุปได้ดังนี้

- 1) ตลาดกลางระบบห้องถื่น การซื้อขายกระทำได้ 2 วิธี คือ (1) เห็นสินค้าทั้งหมด และ (2) นำตัวอย่างมาขาย
- 2) ตลาดกลางระดับภูมิภาคเนื่องจากตลาดกลางมีระดับใหญ่และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสมบูรณ์ การซื้อขายจึงทำได้ทุกรูปแบบ
- 3) ตลาดระดับประเทศ ตลาดระดับนี้จะกระทำได้โดย (1) ตัวอย่างสินค้า และ (2) ใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้เป็นเพราะตลาดกลางระดับประเทศมีจุดประสงค์เพื่อการซื้อขายล่วงหน้า (Future Trading) ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเอื้ออำนวยให้มีการขนส่งสินค้าทั้งหมดมาซื้อกันที่ตลาดแห่งนี้

### 2.2.3.6 การไหลเวียนของสินค้า

สินค้าการเกษตรจะเริ่มต้นจากผู้ผลิต คือ เกษตรกร และไปสิ้นสุดที่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะ ดังนี้

1) เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิต จะมีทางเลือกของการจำหน่ายสินค้าได้ 3 ทาง คือ ขายให้แก่พ่อค้ารวบรวมรายย่อยที่มาซื้อถึงหน้าฟาร์ม ขายให้แก่โรงงานแปรรูปในลักษณะตลาดข้อตกลง และขายผ่านตลาดกลางสินค้าเกษตร

ในเรื่องระบบการตลาด จะกล่าวตั้งแต่การซื้อขายที่ผ่านตลาดกลางเท่านั้น ซึ่งเป็นทางเลือก 1.3 (ขายผ่านตลาดกลางสินค้า)

2) ศูนย์สินค้าระดับไร่นา เกษตรกรจะนำผลผลิตมาขายที่ศูนย์สินค้าระดับไร่นา โดยมีพ่อค้ารวบรวมรายย่อยเป็นผู้ซื้อ วิธีการซื้อขายจะเป็นแบบประมูลราคา

3) ตลาดกลางระดับท้องถิ่น ผู้ขายประกอบด้วยพ่อค้ารวบรวมรายย่อยและเกษตรกรที่มีฐานะดี ผู้ซื้อได้แก่ พ่อค้าระดับท้องถิ่นหรืออาจจะเป็นโรงงานแปรรูปก็ได้ การซื้อขายเป็นแบบวิธีการประมูลโดยการเห็นสินค้า เมื่อตกลงซื้อขายแล้ว ผู้ซื้ออาจนำสินค้าไปไว้ที่คลังสินค้าของตนเพื่อจัดมาตรฐานสินค้าหรือนำไปฝากไว้ที่คลังสินค้าสาธารณะในท้องถิ่นและจ้างให้คลังสินค้าจัดมาตรฐานสินค้าให้ด้วยเพื่อที่จะได้นำไปประมูลขายในตลาดระดับสูงต่อไป ขณะเดียวกันถ้าพ่อค้าหรือเกษตรกรต้องการแยกสินค้ามาจำหน่ายที่คลังสินค้าก็สามารถทำได้ โดยต้องให้คลังสินค้าจัดมาตรฐานเสียก่อน และในกรณีที่ผู้ฝากไม่ยอมจำหน่ายที่คลังสินค้าก็อาจนำไปประพวนสินค้าไปจำหน่ายกับธนาคารพาณิชย์ก็ได้ สินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าจะรอเวลาอุปสินค้าและจำหน่ายในระยะต่อไป ผู้ซื้อจากตลาดระดับนี้ซึ่งเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นจะนำสินค้าไปขายในตลาดกลางระดับภูมิภาค

4) ตลาดกลางระดับภูมิภาคเป็นตลาดที่มีรูปแบบแน่ชัด ผู้ขายสินค้าจะเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นและอาจมีเกษตรกรที่มีฐานะดีหรือรวมเป็นกลุ่มเกษตรกร ส่วนผู้ซื้อก็จะมีพ่อค้าระดับจังหวัด พ่อค้าส่งออก พ่อค้ากรุงเทพ โรงงานแปรรูป เนื่องจากมีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก การแข่งขันจะมีมากและยุติธรรม พ่อค้าท้องถิ่นและเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรอาจจะนำสินค้าทั้งหมดไปขายที่ตลาดกลางหรือจะนำสินค้าไปฝากไว้ที่คลังสินค้า เพื่อรอจังหวะการขายไปประพวนสินค้าที่ได้จากคลังสินค้า ก็สามารถจะนำไปประมูลขายในตลาดได้หรือถ้าเห็นว่าราคาในตลาดยังไม่ดีพอ ก็นำไปประพวนสินค้าไปจำหน่ายกับคลังสินค้าหรือธนาคารพาณิชย์ได้เช่นเดียวกันในทำนองเดียวกัน เมื่อผู้ซื้อประมูลซื้อสินค้าจากตลาดกลางแล้วอาจจะนำสินค้าไปขายโดยตรงให้ผู้ส่งออกหรือห้างหรือโรงงานแปรรูป ซึ่งเป็นการขายนอกระบบ แต่ถ้าต้องการจะนำไปขายในตลาดกลางระดับประเทศที่มีระบบจะต้องนำสินค้าไปฝากไว้ที่คลังสินค้าและนำไปประพวนสินค้าไปใช้ในการประมูลและการกำหนดจุดส่ง

มอบ แต่ถ้าต้องการนำไปขายให้ตลาดกลางระดับประเทศที่มีอยู่แล้วหรือเอกชนจัดตั้งขึ้นใหม่ก็อาจนำสินค้าไปขายโดยตัวอย่างสินค้า เห็นสินค้าทั้งหมดหรือขายตามคุณสมบัติของสินค้าซึ่งเป็นไปตามกฎระเบียบของตลาดนั้นๆ

5) ตลาดกลางระดับประเทศ พ่อค้าระดับจังหวัดและพ่อค้ากรุงเทพฯ เป็นผู้ขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ สินค้าบางชนิด เช่น ข้าวสารก็จะมีโรงงานแปรรูปเป็นผู้ขาย ผู้ซื้อ ก็จะเป็นพ่อค้าส่งออกและพ่อค้าขายส่ง ส่วนใหญ่การซื้อขายเป็นแบบวิธีประมูลตามใบประทวนสินค้าหรือตามคุณสมบัติของสินค้าที่ผู้ขายครอบครองการซื้อขายในตลาดนี้จำเป็นต้องให้สินค้ามีมาตรฐาน ทั้งนี้ตลาดระดับนี้จะเป็ตลาดปลายทางซึ่งสินค้าพร้อมที่จะส่งออกจึงจำเป็นที่สินค้าต้องมีมาตรฐานสินค้าผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดจุดส่งมอบสินค้าซึ่งจะเป็นไปตามกฎระเบียบของตลาดกลาง หลังจากนั้นสินค้าก็จะถูกส่งออกไปต่างประเทศหรือส่งไปจำหน่ายเพื่อการบริโภคในประเทศต่อไป

ในตลาดกลางระดับประเทศการซื้อขายจะทำแบบล่วงหน้า ซึ่งการซื้อขายในลักษณะนี้ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีสินค้าในครอบครองเนื่องจากการขายแบบล่วงหน้าที่ไม่มีการส่งมอบสินค้าเป็นส่วนใหญ่ แต่ถ้ามีผู้ซื้อต้องการรับมอบจริงๆ ก็จะใช้ใบประทวนสินค้าเป็นสิ่งที่ส่งมอบซึ่งกำหนดจุดส่งมอบ ณ คลังสินค้าที่ตลาดกลางรับรอง

ตลาดกลางสินค้าระดับประเทศเป็นศูนย์การขายปลายทางก่อนสินค้าจะถูกส่งออกหรือนำไปบริโภคภายในประเทศ

### 2.2.3.7 เงื่อนไขและปัจจัยที่จำเป็นในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรต้องมีเงื่อนไขที่ควรพิจารณา ดังนี้

- 1) ประเภทสินค้าเกษตรที่จะเข้าสู่ตลาด
- 2) ลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่จะตั้งตลาด
- 3) ท่าเลที่ตั้งตลาด
- 4) ลักษณะการพัฒนาทางกายภาพ ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตตามแบบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในบริเวณพื้นที่ที่จะติดตั้ง
- 5) ระบบสังคมและสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่ที่จะติดตั้งตลาด
- 6) การกำหนดผัง (Lay-out) ของตลาดโดยคำนึงถึง
  - พื้นที่อาคาร (Building Areas) โดยจะต้องคำนึงการจัด อาคารซื้อขาย (Premises and Stores) อาคารประมูล (Auction Hall) อาคารคัดเลือก (Sorting Area)

อาคารแสดง (Exhibition Area) โรงอาหารและอาคารบริการเบ็ดเตล็ด อาคารสถาบันการเงิน สำนักงาน คลังสินค้า

- พื้นที่ทำการขนส่งนั้นจะต้องคำนึงถึงท่าขึ้นและลงสินค้า (Loading and Unloading Area) เส้นทางเข้าและออกตลาด ที่จอดรถ ที่บริการเบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น บิมน้ำมัน ตู้ซ่อมรถ เป็นต้น

- พื้นที่โล่งควรคำนึงถึง พื้นที่ประมูล และลานส่งสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องนำเข้าอาคารประมูล ลานโล่งเพื่อรักษาสุขภาพแวดล้อม เช่น ที่เดินเล่นและที่จัดสิ่งปลูก

นอกจากนั้นตลาดกลางจำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานไปด้วยกันขึ้นอยู่กับความจำเป็นและผู้ดำเนินการตลาดเห็นสมควร ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมีดังนี้

- คลังสินค้า อาจเป็นอิสระหรือเป็นส่วนหนึ่งของตลาดกลาง คลังสินค้าจะทำหน้าที่รับฝากสินค้าของผู้ขายที่ยังไม่พอใจราคาขณะนั้นหรืออาจจะรับจำหน่ายสินค้าของผู้มีความจำเป็นต้องใช้เงินด่วน

- ข่าวสารการตลาด ทั้งนี้ อาจเป็นระบบการสื่อสารที่ติดต่อระหว่างประเทศอันจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างตลาดกลางระดับประเทศกับตลาดกลางระดับล่าง นอกจากนี้ยังควรมีบอร์ดแสดงราคาและปริมาณการซื้อขายในตลาดกลางแต่ละวันเพื่อให้ผู้ซื้อผู้ขายและผู้รู้ความเคลื่อนไหวของภาวะตลาดได้

- สินเชื่อ ตลาดกลางอาจมีการให้สินเชื่อผู้ซื้อผู้ขายในตลาด หรือติดต่อให้ธนาคารพาณิชย์มาประจำที่ตลาดกลาง

- บริการด้านตรวจสอบคุณภาพสินค้า ตลาดกลางอาจจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยจัดให้มีการชั่งน้ำหนัก การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าและความชื้นของสินค้าที่เข้ามาค้าในตลาดกลาง (อนวัช , 2534)

#### 2.2.3.8 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2526) ได้ทำการศึกษาถึงระบบโครงสร้างทางกายภาพในการหาที่ตั้งที่เหมาะสมแก่การจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรในระดับภาค พบว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือสภาพความพร้อมของชุมชน และการคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งที่ทำให้มีผลต่อการเกิดตลาดกลางสินค้าเกษตร

**ผ่องศรี ยุทธสารประสิทธิ์ (2531)** กล่าวว่า ตลาดกลางสินค้าเกษตร ต้องตั้งอยู่ในแหล่งที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง มีอาณาเขตพื้นที่กว้างขวาง สะดวกในการดำเนินกิจกรรม ตลอดจนต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะให้บริการแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย อาทิ สถานที่ซื้อขาย ลานจอดรถ สถานที่เก็บสินค้า หรือคลังสินค้าสาธารณะ สถานที่ขนส่งสินค้าและบริการข่าวสาร ข้อมูลการตลาด เครื่องชั่งกลาง อุปกรณ์สำหรับการขนถ่ายสินค้าและตรวจสอบคุณภาพ โทรศัพท์ ห้องสุขา น้ำประปา ไฟฟ้า การรักษาความปลอดภัย การใกล้เคียงข้อพิพาท เป็นต้น

**กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531)** ได้ทำการศึกษาถึงการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรในเรื่องเกี่ยวกับที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกว่า แหล่งที่เป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรควรเป็นแหล่งที่อยู่ใกล้กับแหล่งผลิตผลทางการเกษตร มีอาณาเขตที่กว้างขวางพอที่จะทำให้เกิดการจราจรที่สะดวก การขนถ่ายสินค้า การเก็บรักษารวมทั้งการแปรรูป นอกจากนี้ยังจะต้องเป็นสถานที่ที่ลดค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อและผู้ขายในเรื่องการขนส่ง โดยจะต้องมีระบบการคมนาคมขนส่ง การสื่อสารที่สะดวกพอเพียง

### 2.3 การขนส่งและความสำคัญของการขนส่ง

การขนส่งเป็นขบวนการหนึ่งของการผลิตสินค้าและการให้บริการ เนื่องจากประสิทธิภาพในการผลิตขึ้นกับปัจจัย 2 สิ่ง คือ เป็นการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติเข้าสู่ขบวนการผลิตและนำผลผลิตออกสู่ตลาด ดังนั้นขบวนการขนส่งเปรียบเสมือนสะพานเวลารวมกับช่องว่างในการซื้อหรือขายสินค้า การขนส่งจะเกิดประสิทธิภาพต่อเมื่อสามารถลดเวลา ลดต้นทุนของการขนส่ง การจัดการขนส่งเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของคนในประเทศดีขึ้น นอกจากนี้การขนส่งยังช่วยกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังที่ๆ มีความต้องการในสินค้านั้น

ตามพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 4 บัญญัติไว้ว่า การขนส่งหมายความว่า การขนส่งคน สัตว์ หรือสิ่งของ โดยทางบกด้วยรถ

คำจำกัดความของนักวิชาการและตำราต่างๆ ได้กล่าวอธิบายไว้พอจะสรุปข้อความได้ว่า การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลผู้โดยสารไม่ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกลโดยอุปกรณ์หรือสิ่งต่างๆ ของการขนส่งเป็นพาหนะสำหรับนำหรือพาไปตามความประสงค์ของมนุษย์

การขนส่งจึงมีลักษณะดังนี้คือ

- ต้องมีการเคลื่อนหรือย้าย คน สัตว์ หรือสิ่งของ
- การเคลื่อนย้ายโดยมีเครื่องมือหรือพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง

- การเคลื่อนย้ายต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้เคลื่อนย้าย

บทบาทของการขนส่ง พอจะสรุปได้ดังนี้

### 2.3.1 บทบาทของการขนส่งต่อการพัฒนาประเทศ

ในทางเศรษฐศาสตร์ การขนส่งคือการเคลื่อนย้ายบุคคลและสิ่งของด้วยอุปกรณ์การขนส่งจากที่หนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามวัตถุประสงค์และเกิดอรรถประโยชน์ (Utility) การขนส่งช่วยให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจของประเทศอย่างสำคัญ เช่น เป็นการขยายตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าได้กว้างขวางขึ้น ช่วยให้เกิดการผลิตขนาดใหญ่ สามารถส่งสินค้าไปขายในระยะทางไกลๆ ได้ นอกจากนี้ยังเป็นการก่อให้เกิดการแข่งขันด้านการค้าอีกด้วย

การขนส่งยังทำให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งเป็นการแลกเปลี่ยนผลผลิตจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งจะทำให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนดีขึ้น ลดปัญหาการว่างงาน และเป็นการกระจายสินค้าจากแหล่งหนึ่งไปสู่ที่ๆ มีความต้องการในสินค้า ทำให้มูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากการนำสินค้าจากแหล่งหนึ่งที่มีผลผลิตสินค้านั้นเหลือเพื่อมูลค่าส่วนตัวแทบไม่มีไปยังแหล่งที่มีความต้องการในสินค้านั้นๆ มูลค่าของสินค้าจะเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้การขนส่งสินค้าถึงได้ในเวลาที่เหมาะสมพอดี จะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นด้านเวลา และราคาสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น ฤดูผลไม้ การขนส่งนำผลไม้จากไร่ไปยังตลาด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพรวดเร็วและในเวลาที่เหมาะสมจะช่วยรักษาสภาพและคุณภาพของสินค้าให้คงอยู่ ดังนั้นมูลค่าของสินค้าจะเพิ่มขึ้นเมื่อสามารถส่งสินค้าไปยังแหล่งที่ต้องการได้และในเวลาที่เหมาะสมนั่นเอง

### 2.3.2. บทบาทของการขนส่งที่มีต่ออุตสาหกรรม

เนื่องจากความเจริญทางด้านอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันมากในด้านตลาดและคุณภาพและราคาสินค้าที่ต่ำ การขนส่งเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับต่ออุตสาหกรรมการผลิตนับแต่การขนวัตถุดิบมาป้อนโรงงานเพื่อผลิตสินค้าส่งไปยังผู้บริโภค ฉะนั้นการคมนาคมขนส่งที่ดีจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพทันต่อความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนในการผลิต ค่าขนส่งที่ลดลงจะเป็นการจูงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้ามากขึ้น

ดังนั้น การขนส่งนับว่ามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมอย่างมากในด้านต้นทุนสินค้า

ค้าโดยการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะลดอัตราค่าขนส่งลงซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อราคาต้นทุนของสินค้า

## 2.4 กรอบความคิดงานวิจัย

การวิจัย เรื่อง "การวิเคราะห์เปรียบเทียบและความสำคัญของแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเลในระดับจังหวัด : กรณีศึกษา ตราด ระนอง สงขลา สมุทรสาคร และสุราษฎร์ธานี" ได้รับแนวความคิดจากการมองเห็นถึงความสำคัญของสินค้าประมงทะเลซึ่งเป็นสินค้าเกษตรประเภทหนึ่งสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี จนนับได้ว่าเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้สาขาหนึ่ง แต่เมื่อกลับมาพิจารณาถึงแหล่งที่ตั้งของตลาดซึ่งเป็นสถานที่รองรับกิจกรรมการค้า พบว่ามีข้อจำกัดและมีปัญหาหลายประการ ประเด็นต่างๆ นับเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาดังกล่าว ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ได้เกิดขึ้นในทุกขั้นตอน นับตั้งแต่ขบวนการเริ่มการจับสัตว์น้ำ การลำเลียงขนส่งเข้าสู่ตลาด สภาพของตลาดสินค้า ขั้นตอนการคัดเลือกและการบรรจุ รวมทั้งการกระจายและขนส่งลำเลียงสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าประมงทะเลเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย สินค้าบางส่วนเกิดความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค นับเป็นการสูญเสียและขาดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นอย่างยิ่ง

ประเด็นหลักของการศึกษาวิจัยครั้งนี้อยู่ที่การวิเคราะห์เปรียบเทียบและความสำคัญของแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเลในระดับจังหวัด ได้แก่จังหวัดตราด ระนอง สงขลา สมุทรสาคร และสุราษฎร์ธานี โดยพยายามจัดลำดับความสำคัญของแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเลในจังหวัดพื้นที่ศึกษา เพื่อกำหนดจังหวัดที่เหมาะสมให้เป็นที่ตั้งตลาดกลางที่สามารถก่อให้เกิดความเป็นศูนย์กลางกิจกรรมการค้าสินค้าประมงทะเลในระดับต่างๆ สามารถให้บริการแก่กลุ่มผู้เกี่ยวข้องได้มากที่สุด ลงทุนน้อยที่สุด และมีความเหมาะสมสอดคล้องกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ โดยอาศัยแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วเป็นฐาน ได้แบ่งการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบและแหล่งผลิต เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาจัดลำดับและกำหนดที่ตั้งศูนย์กลาง โดย ณ ที่ตั้งจะต้องเป็นแหล่งที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตหรือสามารถรวบรวมวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีได้ในปริมาณมากพอ
2. ปัจจัยด้านตลาดสินค้า โดยที่ตลาดสินค้าในท้องถิ่นนั้นเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและเป็นที่ยพบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อดำเนินกิจกรรมซื้อขาย โดยเฉพาะในรูปแบบของการค้าส่ง

3. **ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง** ทั้งทางบก ทางน้ำ (รวมถึง ท่าเทียบเรือ และ สะพานปลา) และทางอากาศ (ท่าอากาศยาน) ซึ่งมีความสำคัญต่อกระบวนการขนส่งสินค้าตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงการกระจายผลผลิต

4. **ปัจจัยการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง** โดยที่การรวมกลุ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการค้าสินค้าประมงทะเล ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มของชาวประมง พ่อค้า แพปลา ห้องเย็นหรือกลุ่มธุรกิจต่อเนื่องอื่นๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดจากการกระจุกตัว และยังเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอีกด้วย

5. **ปัจจัยด้านการบริการสาธารณูปโภค-สาธารณูปการ** การบริการสาธารณูปโภค สาธารณูปการประเภทไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และไปรษณีย์โทรเลขเพื่อการติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสารทั้งด้านการผลิต การตลาดแก่ผู้ที่ต้องการทราบ ซึ่งต่างก็เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องภายในศูนย์กลาง

6. **ปัจจัยด้านสถาบันการเงินธนาคาร** เนื่องจากในกิจกรรมการค้ามีความจำเป็นต้องอาศัยสถาบันการเงินธนาคารในขั้นตอนของการชำระสินค้า และการเรียกเก็บเงิน อีกทั้งยังเป็นแหล่งสินเชื่อเพื่อการลงทุนรวมถึงการเป็นสถานที่รับฝากเงินทั้งของชาวประมง ผู้ซื้อ พ่อค้าต่างๆ

7. **ปัจจัยด้านการบริการของรัฐ** ในการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศจำเป็นต้องใช้บริการของรัฐในด้านต่างๆ ได้แก่ การบริการตรวจโรคและรับรองคุณภาพสินค้าก่อนการส่งออก ตลอดจนบริการทางพิธีการศุลกากร

8. **ปัจจัยด้านการบริการน้ำแข็ง ห้องเย็น บรรจุหีบห่อและบริการขนส่ง** โดยในกิจกรรมการค้าจำเป็นต้องมีการบริการทั้งน้ำแข็งและห้องเย็น เพื่อการเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าเนื่องจากเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย การบรรจุหีบห่อเพื่อการรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการบริการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว

9. **ปัจจัยด้านแรงงานรับจ้าง** ในกิจกรรมการค้าสัตว์น้ำ จำเป็นต้องมีแรงงานรับจ้างเพื่อใช้ในการคัดเลือกชนิดและขนาดของสินค้าสัตว์น้ำ บรรจุหีบห่อรวมถึงขนถ่ายสินค้า

จากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดข้างต้น ทำให้สามารถกำหนดตัวชี้วัดของปัจจัยทั้ง 9 ตัว เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบและความสำคัญของแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงทะเลในระดับจังหวัด : กรณีศึกษาจังหวัดตราด สมุทรสาคร สุราษฎร์ธานี สงขลา และจังหวัดระนองได้ดังนี้



1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบและแหล่งผลิต พิจารณาจากปริมาณและมูลค่าของสินค้าสัตว์น้ำในแต่ละพื้นที่
2. ปัจจัยด้านตลาดสินค้า พิจารณาจากจำนวนตลาดในแต่ละพื้นที่
3. ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง พิจารณาจากจำนวนทางหลวงแผ่นดินสายหลัก-รอง และทางหลวงจังหวัด สนามบิน สถานีรถไฟ และจำนวนท่าเทียบเรือในแต่ละพื้นที่
4. ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง พิจารณาจากการรวมกลุ่มชาวประมงที่ขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายและจำนวนสมาชิก จำนวนกลุ่มพ่อค้า ห้างเย็น ผู้ประกอบการเดินรถขนส่ง และจำนวนสมาชิกในแต่ละพื้นที่
5. ปัจจัยด้านการบริการสาธารณูปโภค-สาธารณูปการ พิจารณาจากปริมาณการใช้กระแสไฟฟ้า ปริมาณการใช้น้ำประปา จำนวนที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขทั้งของรัฐและเอกชน และจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้บริการในแต่ละพื้นที่
6. ปัจจัยด้านสถาบันการเงินการธนาคาร พิจารณาจากจำนวนธนาคารที่ให้บริการในแต่ละพื้นที่
7. ปัจจัยด้านการบริการของรัฐ พิจารณาจากจำนวนด่านตรวจโรคและด่านศุลกากรในแต่ละพื้นที่
8. ปัจจัยด้านการบริการน้ำแข็ง ห้างเย็น บรรจุกีบห่อ และ บริการขนส่ง พิจารณาจากจำนวนกิจการโรงงานน้ำแข็ง ห้างเย็น การบรรจุกีบห่อและการขนส่งในแต่ละพื้นที่
9. ปัจจัยด้านแรงงานรับจ้าง พิจารณาจากจำนวนแรงงานในแต่ละพื้นที่



งานวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะสามารถทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงทั้งในด้านกายภาพและเศรษฐกิจระหว่างชาวประมงผู้ผลิต พ่อค้า รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเศรษฐกิจสาขานี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะก่อให้เกิดผลในการนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งที่ตั้งตลาดสินค้าประมงในระดับจังหวัดต่อไป นอกจากนี้ผลของการศึกษายังสามารถชี้ให้เห็นปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน รวมทั้งสาเหตุและที่มาของปัญหาเหล่านั้น ซึ่งจะส่งผลให้การศึกษาวิจัยนำไปประยุกต์เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาได้สอดคล้องกับความเป็นจริงของพื้นที่ต่อไป