

ภาวะการค้ากุ้งทะเลภายในประเทศ \leftarrow

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าอุตสาหกรรมการประมงประกอบด้วย การตลาดสัตว์น้ำ (Fishery Marketing) ฉะนั้นการศึกษาถึงอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยจึงต้องกล่าวถึงด้านกรการค้ากุ้งทะเลด้วย

๔.๑ โครงสร้างของตลาดการค้ากุ้งทะเลภายในประเทศ

การตลาดกุ้งมีวิธีการ เช่นเดียวกับการตลาดปลา ดังนี้การศึกษาเรื่องการตลาดกุ้งในประเทศไทยจึงอาจศึกษาได้จากการตลาดปลา

กุ้งทะเลที่ชาวประมงจับได้ จะถูกนำมาขึ้นยังแหล่งขึ้นปลาในจังหวัดต่าง ๆ ๒๓ จังหวัด ซึ่งแบ่งออกเป็น ๔ เขต ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การนำกุ้งมาขึ้นอาจกระทำได้ ๓ วิธีคือ

๑) ชาวประมงผู้ผลิอนำมาขึ้นเอง ส่วนมากได้แก่ ชาวประมงที่มีเรือขนาดใหญ่ สามารถจับปลาและกุ้งได้ครั้งละมาก ๆ ซึ่งชาวประมงจะต้องหาน้ำแข็งเพื่อแช่กุ้งและปลาด้วยตนเอง

๒) เรือซื้อปลา ผู้ซื้อจะออกไปรับซื้อในทะเลโดยจัดหาน้ำแข็งไปเอง และจะนำสัตว์น้ำมาขึ้นยังแหล่งปลา เป็นการลดภาระของชาวประมง

๓) ผู้รวบรวมปลา (Fish Collector) จะรับซื้อกุ้งหรือปลาจากชาวประมงรายย่อย ๆ ซึ่งจับได้ที่ละเล็กน้อย รวบรวมเป็นจำนวนมากแล้วนำมาขึ้นยังแหล่งขึ้นปลา

แหล่งขึ้นปลาอาจจะเป็นแหล่งขึ้นปลาของเอกชน ทำเทียบเรือประมงหรือของทางราชการหรือสะพานปลา ซึ่งเป็นตลาดกลางของสินค้าสัตว์น้ำ

กุ้งที่นำมาขึ้นยังแหล่งขึ้นปลาเอกชน หรือทำเทียบเรือประมงของทางราชการ อาจมีการซื้อขายกันเพื่อนำไปจำหน่ายยังตลาดย่อยในท้องถิ่น หรือในต่างจังหวัด หรืออาจถูกขนส่งเข้ามาเปิดประมูลจำหน่ายที่สะพานปลากรุงเทพ ฯ ซึ่งเป็นตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำ เพื่อให้แพ

ปลาต่าง ๆ เปิดการประมงจำหน่ายตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา หรืออาจถูกนำไปแปรรูปเป็นกุ้งแช่เย็นเพื่อการส่งออกต่างประเทศ หรือจำหน่ายในประเทศต่อไป

"คำว่าสะพานปลาข้างต้นหมายถึง สถานที่หรือบริเวณ ซึ่งได้มีการประกาศให้เป็นประกอบกิจการแพปลา กิจการแพปลาหมายถึง การดำเนินการเป็นนายหน้าและตัวแทนชาวประมง ทำหน้าที่รับปลา หรือกุ้งจากชาวประมง เพื่อประมงขายให้แก่ลูกค้า ผู้ประกอบกิจการแพปลาจะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่เสียก่อน ซึ่งจะมีหน้าที่เป็นเพียงนายหน้าผู้ให้บริการแก่ชาวประมงเท่านั้น ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๕๕๖ ห้ามมิให้ผู้ประกอบกิจการแพปลาซื้อสินค้าสัตว์น้ำเสียเอง วันแต่จะได้รับความยินยอมจากเจ้าของสัตว์น้ำนั้น กรมประมงได้วางข้อกำหนดให้แพปลาเรียกเก็บค่านายหน้าจากชาวประมงได้ ๖% ของราคาปลา หรือกุ้งที่ขายได้ และองค์การสะพานปลาจะเรียกเก็บค่าบริการจากแพปลาที่เข้ามาประกอบกิจการในสะพานปลา ๑% ของราคาสัตว์น้ำที่แพปลาประมงขายไปได้ก่อนหักรายจ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น"^๑

ชาวประมงจะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับแพปลาที่เป็นตัวแทนของตน และอาจกู้ยืมเงินจากแพปลาโดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยไปลงทุนทำการประมง ซึ่งเป็นประเพณีหรือข้อตกลงโดยปริยายว่าชาวประมงกู้ยืมเงินจะต้องส่งสัตว์น้ำที่จับมาได้ให้กับแพปลาที่ตนยืมเงินมาเพื่อให้เป็นตัวแทนขายให้ตน นอกจากแพปลาจะหักเงินค่าบริการไว้ ๖% ตามที่กรมประมงอนุญาตแล้ว ยังหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าขนส่ง ค่าน้ำแข็ง ต้นเงิน และอื่น ๆ ตามที่จ่ายจริงไว้ เงินที่เหลือจึงจะคืนให้ชาวประมง

โดยพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๕๕๖ ให้จัดตั้งองค์การสะพานปลาเป็นรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคล สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ด้วยวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. จัดดำเนินการ และนำมาซึ่งความเจริญของสะพานปลา ตลาดค้าสัตว์น้ำ และ

อุตสาหกรรมการประมง

๒. จัดดำเนินการหรือควบคุม และอำนวยความสะดวกซึ่งกิจการแพปลา การขนส่งและกิจการอื่น ๆ อันเกี่ยวกับกิจการแพปลา

๓. จัดส่งเสริม ฐานะสวัสดิการ หรืออาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง

๔. จัดส่งเสริมสหกรณ์ หรือสมาคมการประมง

สรุปแล้วหน้าที่ขององค์การสะพานปลาอย่างกว้าง ๆ คือ จัดอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือต่าง ๆ เกี่ยวกับการจับปลา และซื้อช่วยปลา ฉะนั้นองค์การจึงมีอำนาจประกาศตั้งสะพานปลาขึ้น เพื่อให้เป็นตลาดกลางสำหรับประมงขายสินค้าสัตว์น้ำในท้องที่นั้น ๆ และดำเนินการเพื่อให้แพปลาต่าง ๆ เข้าไปประกอบกิจการภายในเขตสะพานปลา

๔.๑.๑ ลักษณะและโครงสร้างการตลาดกุ้งภายในประเทศ

การค้ากุ้งโดยเฉพาะอย่างยิ่งกุ้งทะเลสด อาจกล่าวได้ว่า มีสภาพคล้าย ๆ กันทุกจังหวัดชายทะเลที่ประชากรมีอาชีพการประมง กล่าวคือ ชาวประมงจำหน่ายกุ้งของตนโดยวิธีการประมูลและโดยวิธีจำหน่ายต่อรองราคาธรรมดาทั่วไป โดยที่แต่ละจังหวัดมีท่าเทียบเรือหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า "สะพานปลา" ทั้งของสะพานปลา กรุงเทพฯ ฯ และสะพานปลาเอกชน ดังนั้นการซื้อขายกุ้งโดยวิธีการประมูลด้วยปากเปล่า จึงเป็นวิธีที่ชาวประมงประกอบอาชีพแบบธุรกิจปฏิบัติโดยใช้ท่าเทียบเรือ หรือ "สะพานปลา" เป็นแหล่งหรือสถานที่ประมูลจำหน่าย สำหรับวิธีการจำหน่ายต่อรองราคาธรรมดานั้น ชาวประมงแบบยังชีพนิยมปฏิบัติแหล่งหรือสถานที่จำหน่ายก็ได้แก่ร้านค้าของพ่อค้าคนกลางบริเวณท่าเทียบเรือและบริเวณอื่น ซึ่งพ่อค้าคนกลางตั้งสำนักงานหรือร้านค้ากระจัดกระจายทั่วไป อย่งไรก็ดี โดยที่กุ้งทะเลจับได้มีปริมาณไม่ถึงร้อยละ ๑๐ ของสัตว์ทะเลทั้งหมดที่ชาวประมงจับได้แต่ละครั้ง ดังนั้น การจำหน่ายโดยวิธีประมูลจึงกระทำไปพร้อม ๆ กับการประมูลซื้อขายปลาหรือสัตว์ทะเลอื่น ๆ ซึ่งปกติแล้วการประมูลจะกระทำในตอนเช้า ทั้งนี้เพราะชาวประมงนำเรือเข้าเทียบท่าหรือเดินทางถึงท่าเทียบเรือในตอนกลางคืน ในการประมูลกุ้ง จะมีพ่อค้าทั้งในท้องถิ่นหรือตลาดนั้น และท้องถิ่นอื่นหรือตลาดอื่น ๆ เข้าทำการประมูลแข่งขันด้วย พ่อค้าเหล่านี้ได้แก่ พ่อค้าท้องที่ พ่อค้าท้องถิ่น

ตัวแทนหรือนายหน้าและพ่อค้าโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้ง ส่วนชาวประมงแบบยังชีพหรือชาวประมงขนาดเล็กนั้นส่วนใหญ่แล้วจะจำหน่ายกุ้งหรือน้ำกุ้งส่งพ่อค้าคนกลางทันทีที่กลับจากการจับแต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม หน่วยงานนักที่ใช้เป็นธรรมเนียมการค้าปรากฏว่าใช้ชั่งน้ำหนักเป็น "กิโลกรัม" ที่ทุกระดับตลาดเหมือนกันหมด

สำหรับชาวประมงเพาะเลี้ยงกุ้งอาจกล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดจำหน่ายโดยวิธีต่อรองราคาธรรมดาทั่วไป ทั้งนี้ เนื่องจากชาวประมงประเภทนี้จับกุ้งจากฟาร์มเพาะเลี้ยงแต่ละครั้งมีปริมาณน้อย และอีกสาเหตุหนึ่งก็คือ ชาวประมงนี้มีความผูกพันเกี่ยวกับสินเชื่อกับพ่อค้าคนกลาง จึงจำเป็นต้องจำหน่ายกุ้งโดยวิธีดังกล่าว

การปฏิบัติทางการค้ากุ้งสด ในกรณีที่ชาวประมงจำหน่ายโดยวิธี "ประมูล" ชาวประมงจะนำกุ้งขึ้นท่าเรือหรือสะพานปลาให้ตัวแทนหรือนายหน้า หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า แพปลานำกุ้งไปดำเนินการประมูลจำหน่าย ผู้เข้าทำการประมูลแข่งขันได้แก่ พ่อค้าคนกลางทุกประเภทของตลาดทุกระดับ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าพ่อค้าคนกลางประจำในแหล่งหรือท้องถิ่นการประมูลนั้น ๆ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ประมูลซื้อกุ้งได้เสมอ นั่นคือผู้ประมูลซื้อให้ราคาสูงสุดเป็นผู้ประมูลได้ เมื่อพ่อค้าคนกลางซึ่งอาจจะ เป็นพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้าท้องที่หรือพ่อค้าท้องถิ่นแล้วแต่กรณีที่ได้ประมูลได้ก็จะจัดส่งกุ้งไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าในตลาดกรุงเทพฯ ฯ ซึ่งก็ได้แก่ พ่อค้าส่งออกนั่นเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือกุ้งส่วนใหญ่หรือ เกือบทั้งหมดทั้งในตลาดท้องที่และตลาดท้องถิ่นจะถูกส่งไปจำหน่ายตลาดปลายทาง คือตลาดกรุงเทพฯ ฯ หรือพ่อค้าส่งออก สำหรับในกรณีที่ชาวประมงจำหน่ายกุ้งของตนโดยวิธีต่อรองราคาธรรมดาทั่วไปนั้น เมื่อพ่อค้าคนกลางทั้งในตลาดท้องที่และตลาดท้องถิ่นรวบรวมกุ้งได้แล้ว ก็จะจัดส่งไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าในตลาดกรุงเทพฯ ฯ หรือพ่อค้าส่งออกเช่นเดียวกัน อนึ่งการค้าปลีกนั้น โดยทั่วไปพ่อค้าปลีกจะซื้อกุ้งจากพ่อค้าท้องที่ หรือพ่อค้าท้องถิ่น หรือไม่ก็ซื้อจากชาวประมงโดยตรงแล้วจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในตลาดแหล่งนั้นนั่นเอง

๔.๑.๒ ประเภทของตลาดและพ่อค้าคนกลาง ประเภทของตลาดกุ้ง สามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภทหรือ ๓ ระดับ คือ

(๑) ตลาดท้องที่ (Local Grower's Market) ได้แก่ ตลาดซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งผลิตหรือแหล่งจับกุ้งทะเล อันได้แก่ อาณาบริเวณของหมู่บ้านและตำบลต่าง ๆ แถบชาย

ทะเลทั่วไป ชาวประมงจัดจำหน่ายกุ้งให้แก่พ่อค้าคนกลางโดยตรงในแหล่งหรืออาณาบริเวณนั้น ๆ อีกทั้งการบริการด้านการตลาดไม่สมบูรณ์ด้วย

(๒) ตลาดท้องถิ่น (Assembly Wholesale Market) หมายถึงตลาดรวม กุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งจากตลาดท้องถิ่นแล้วจำหน่ายแจกสินค้าไปยังตลาดอื่น ๆ การบริการด้านการตลาดต่าง ๆ สมบูรณ์มากกว่าตลาดท้องถิ่น ตัวอย่าง เช่น อำเภอหรือจังหวัดที่มีอาณาเขตหรือ บริเวณติดกับทะเลนั่นเอง

(๓) ตลาดปลายทาง (Terminal Market) เป็นตลาดจำหน่ายกุ้งและ ผลิตภัณฑ์กุ้งเพื่อการอุปโภคบริโภคโดยตรง ในความหมายอื่น ๆ ก็คือเป็นตลาดที่จำหน่ายกุ้งหรือ ผลิตภัณฑ์กุ้งไปตลาดต่างประเทศหรือต่างจังหวัด หรือจำหน่ายสินค้าให้แก่โรงงานแปรรูป เช่น กรุงเทพฯ ๓ จังหวัด และสงขลา เป็นต้น

สำหรับประเภทของพ่อค้าคนกลางนั้น อาจแบ่งประเภทได้ดังนี้

(๑) พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น กล่าวได้ว่าเป็นพ่อค้าที่รับซื้อกุ้งจากชาว ประมงโดยตรง เป็นผู้ให้ข่าวสารการตลาด และราคาให้แก่ชาวประมง กวกรค้ากุ้งเข้าไปใน ลักษณะซื้อขายด้วยเงินสด พ่อค้าคนกลางในตลาดดังกล่าวนี้ประกอบด้วย พ่อค้าชั่วคราว ทำ การค้ากุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งเป็นครั้งคราว และแล้วแต่โอกาสหรือคิดว่าการค้าจะมีกำไร พ่อค้า ประจำท้องถิ่น ทำการค้ากุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งเป็นประจำตลอดปีในท้องถิ่นนั้น ๆ พ่อค้าตัวแทนหรือ นายหน้า ทำการค้าหรือซื้อขายกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งในลักษณะตัวแทนหรือนายหน้า โดยได้รับค่า นายหน้าเป็นสิ่งตอบแทน พ่อค้าปลีก ทำการค้าหรือจำหน่ายกุ้ง และผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้อุปโภค บริโภคโดยตรง พ่อค้าโรงงาน ทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้ง คือ กุ้งแห้ง และกะปิ โดยมี โรงงานแปรรูปอยู่ในแหล่งผลิตชายทะเลหรือหมู่บ้านชาวประมงทั่วไป ทำการรับซื้อกุ้งจากชาว ประมงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กุ้ง

(๒) พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น เป็นพ่อค้าที่รับซื้อรวบรวมกุ้ง และผลิต ภัณฑ์กุ้งจากพ่อค้าประเภทต่าง ๆ ในตลาดท้องถิ่น มีอิสระในทางการค้า ประกอบธุรกิจเป็นหลัก แหล่งแน่นอน ทุนดำเนินงานมั่นคงและเป็นแหล่งข่าวสาร การตลาดของพ่อค้าในตลาดท้องถิ่นที่ พ่อค้าคนกลางในตลาดดังกล่าวนี้ประกอบด้วย พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า ทำการค้าหรือประกอบ

ธุรกิจซื้อขายกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งเป็นลักษณะตัวแทนหรือหน้าของพ่อค้าในตลาดปลายทาง พ่อค้าโรงงาน ปกติหมายถึงโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้งคือ กุ้งแห้ง และกะปิ ประกอบการค้ามีอิทธิพลมากสำหรับชาวประมงแบบยังชีพหรือชาวประมงขนาดเล็ก พ่อค้าปลีก ได้แก่พ่อค้าซึ่งจำหน่ายกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

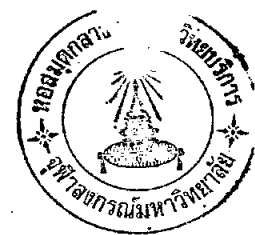
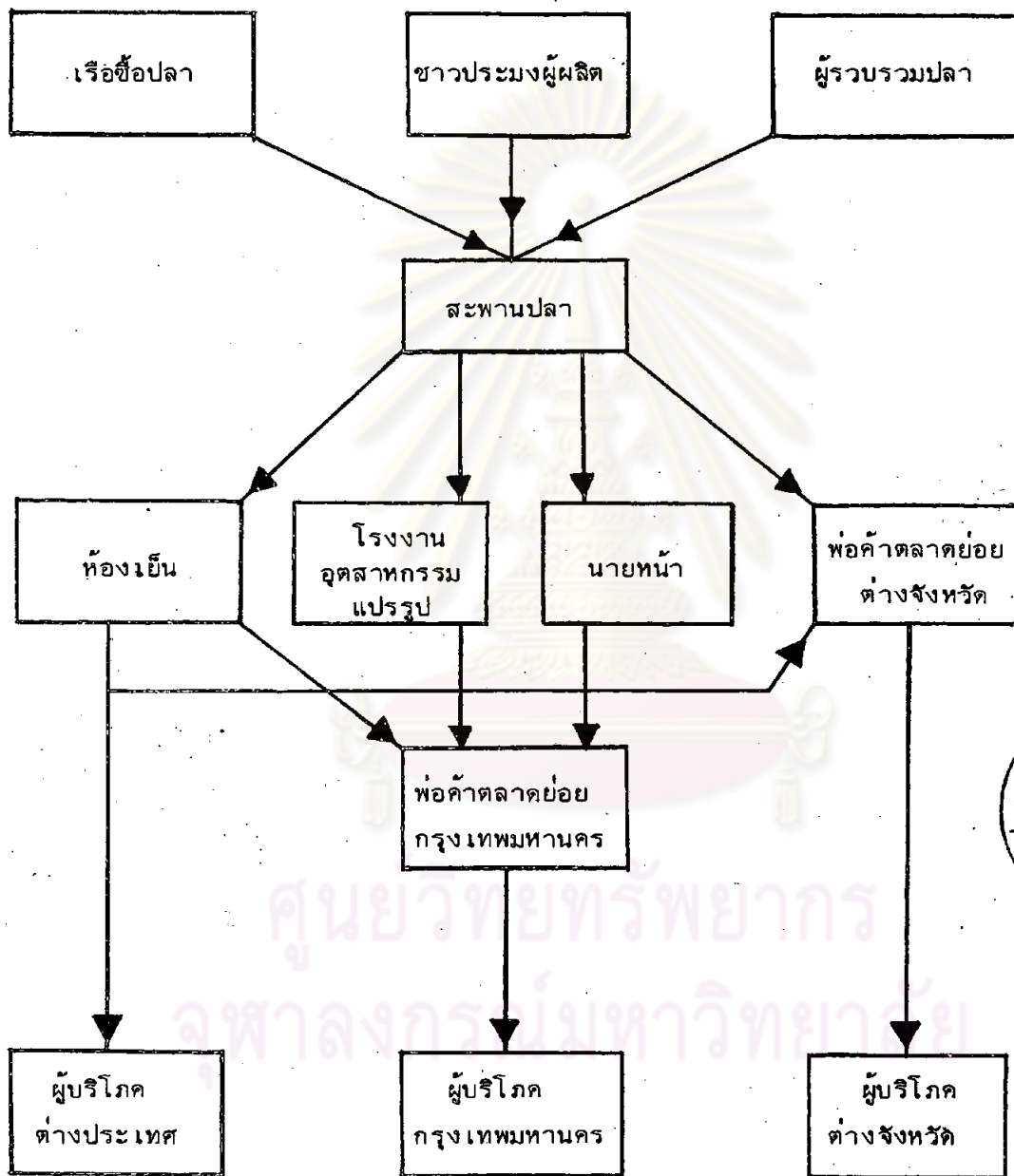
(๓) พ่อค้าคนกลางในตลาดปลายทาง ตลาดค้ากุ้งประเภทนี้โดยทั่วไปประกอบด้วย พ่อค้าขายส่ง ซึ่งเป็นผู้รวบรวมกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งจากพ่อค้าคนกลางและโรงงานแปรรูปทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่นแล้วจัดจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายปลีก และพ่อค้าส่งออก พ่อค้าส่งออก เป็นผู้ซื้อและรวบรวมกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งแล้วจำหน่ายตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม พ่อค้าส่งออกดังกล่าวนี้ยังหมายถึงโรงงานบรรจุหีบห่อ จัดชั้นคุณภาพ ฯลฯ ทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้เนื่องจากพ่อค้าส่งออกเป็น เจ้าของโรงงานดังกล่าวนี้ พ่อค้าขายปลีก ได้แก่พ่อค้าผู้ซื้อกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งจากพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีกดังกล่าวนี้ ยังทำการซื้อกุ้งและผลิตภัณฑ์กุ้งจากโรงงานแปรรูปและชาวประมงด้วย และจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

๔.๒ วิธีการจำหน่าย

วิธีการจำหน่ายกุ้งสดหมายถึง กิจกรรมหรือขบวนการต่าง ๆ ของตลาดที่เกิดขึ้น นับตั้งแต่กุ้งถูกจำหน่ายจ่ายแจกจากผู้ผลิต หรือชาวประมง จนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย คือ กุ้งสดจะหลุดจากมือชาวประมงหรือผู้ผลิต และผ่านพ่อค้าท้องถิ่น ตัวแทนหน้า โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป หรือห้องเย็น แล้วจึงไปยังผู้บริโภคในประเทศ และต่างประเทศตามแผนภูมิที่ ๒

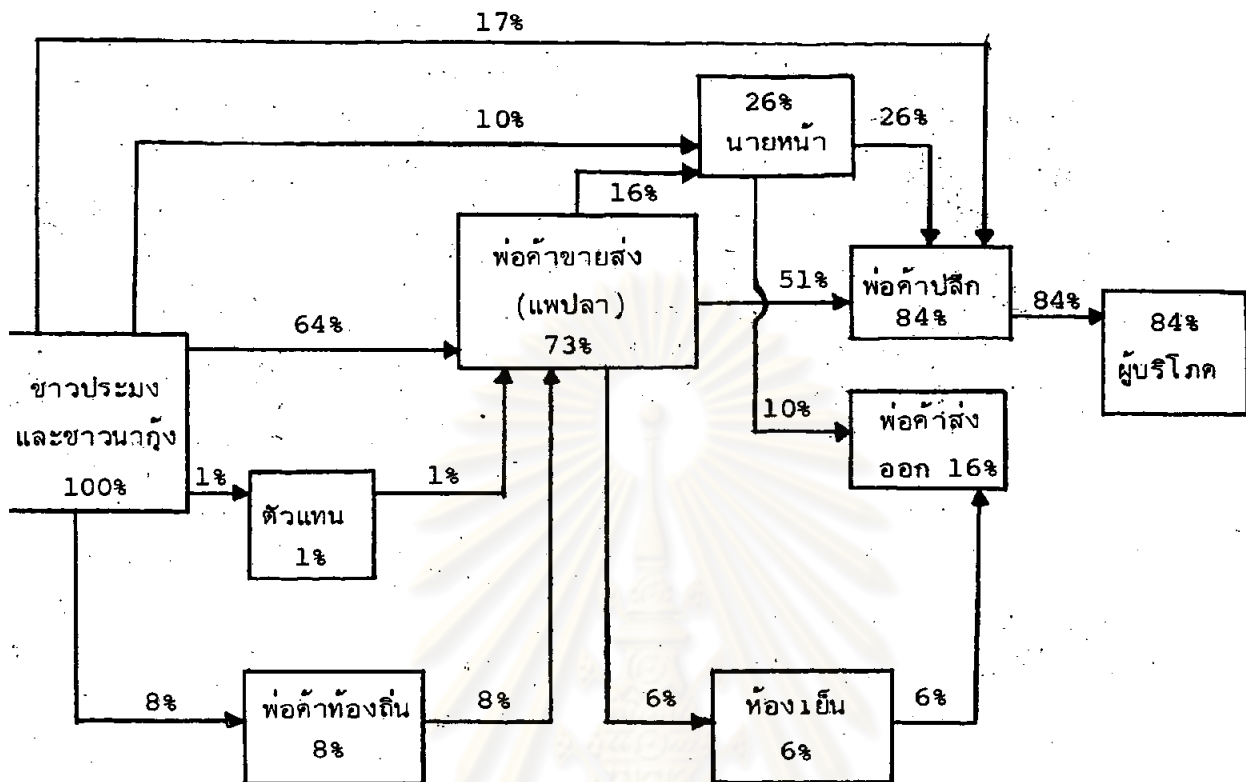
พ่อค้าขายส่งในเมือง หรือแพปลาเป็นผู้มีบทบาทที่สำคัญในวิธีการตลาดของกุ้ง กล่าวคือ เป็นผู้รวบรวมกุ้งจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากชาวประมงผู้จับกุ้ง และผู้เลี้ยงกุ้ง รวมทั้งรับซื้อจากคนกลางประเภทหน้า ซึ่งซื้อกุ้งจากชาวประมงผู้จับ หรือผู้เลี้ยงอีกทีหนึ่งด้วย นอกจากนี้พ่อค้าส่งประเภทนี้ยังเป็นผู้มีบทบาทในการค้ากุ้งต่อตลาดปลายทางอย่างมากอีกด้วย จากรายงานวิจัยการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทยเพื่อสนับสนุนการส่งออก ปีการผลิต ๒๕๑๖/๑๗ และ ๒๕๑๗/๑๘ ของภาควิชา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะ เศรษฐศาสตร์และบริหาร-

แผนภูมิที่ ๒. วิธีการจำหน่ายของกรุงเทพฯ



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 อุตสาหกรรมประมงมหาวิทยา

แผนภูมิที่ ๓. วิธีการจำหน่ายของกุ้งทะเลในปีกการผลิต ๒๕๑๖/๑๗ และ ๒๕๑๗/๑๘



ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่าปริมาณกุ้งที่ผ่านพ่อค้าขายส่ง มีถึง ๗๓% ซึ่งจำนวนนี้เป็นกุ้งที่ถูกรวบรวมมาจากการรับซื้อโดยตรงจากชาวประมงผู้เลี้ยงและชาวประมงผู้จับกุ้ง ๖๔% มาจากตัวแทน ๑% ที่เหลือ ๒% มาจากพ่อค้าท้องถิ่นในการส่งกุ้งเข้าสู่ตลาดปลายทาง พ่อค้าขายส่งได้ส่งกุ้งตรงไปยังพ่อค้าขายปลีก กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด สูงที่สุดคือ ๕๑% และส่งผ่านไปยังนายหน้า ๑๖% ซึ่งจะส่งไปยังพ่อค้าปลีกอีกทีหนึ่ง ส่วนที่เหลือ ๖% พ่อค้าขายส่งจะส่งไปยังห้องเย็น ซึ่งจะส่งต่อไปยังพ่อค้าส่งออกในตลาดปลายทาง ตามแผนภูมิที่ ๓

จากแผนภูมิที่ ๓ จะเห็นว่าพ่อค้าขายปลีก จะมีบทบาทสำคัญเช่นเดียวกับพ่อค้าขายส่งคือ มีปริมาณกุ้งอยู่ถึง ๘๔% ซึ่งเป็นปริมาณกุ้งจากผู้ผลิต ๑๗% นายหน้า ๒๖% และจากพ่อค้าส่ง ๕๑% เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องการความสดมาก ฉะนั้นถ้าผู้ผลิตสามารถติดต่อกับพ่อค้าปลีกได้โดยตรง กุ้งจะถูกส่งตรงไปยังตลาดปลายทางทันที เพราะความสดเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการตั้งราคาแต่ละระดับของตลาด ในตลาดปลายทางนี้ กุ้งจะถูกใช้บริโภคภายในประเทศ ๘๔% และอีก ๑๖% เพื่อการส่งออก

๔.๓ ลักษณะของการกำหนดราคา

๔.๓.๑ การเคลื่อนไหวของราคาทุ้ง

การเคลื่อนไหวของราคากุ้งทะเลแต่ละชนิดและแต่ละขนาดมักจะมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ถ้ากุ้งชนิดใดราคาสูง ราคาอีกชนิดหนึ่งจะสูงตาม ในทางตรงข้าม หากกุ้งชนิดใดราคาต่ำลง อีกชนิดหนึ่งก็จะลดตามไปด้วย

๑) การเคลื่อนไหวของราคาซื้อ และราคาขายทุ้งตามฤดูกาลในตลาดขายส่ง

โดยทั่วไปการเคลื่อนไหวของราคาซื้อและราคาขายจะเปลี่ยนไปในทางเดียวกัน ถ้าราคาซื้อสูง ราคาขายก็ต้องสูง หากราคาซื้อต่ำ ราคาขายจะลดลง กล่าวคือ ความเคลื่อนไหวของราคา (ทั้งซื้อและขาย) ตามฤดูกาลแบ่งออกได้เป็น ๒ ระยะ ระยะแรก ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมิถุนายน ในช่วงนี้ราคาจะค่อย ๆ สูงขึ้นทีละน้อย ๆ จนถึงมิถุนายน หลังจากนั้นจะเริ่มลดลง ในระยะที่สอง ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม ราคาจะลดลงตามลำดับ เดือนกรกฎาคม ราคาจะต่ำกว่ามิถุนายนเล็กน้อยจนถึงสิงหาคม ช่วงลดลงของราคาจะมากขึ้น หลังจากเดือนกันยายนแล้ว ราคาจะลดลงอย่างสม่ำเสมอแล้วไปเริ่มต้นสูงอีกครั้งหนึ่งในเดือนมกราคม สาเหตุที่ราคาทุ้งระยะแรกสูงกว่า อาจเป็นเพราะ เป็นระยะที่ตรงกับเทศกาลต่าง ๆ อาทิเช่น วันขึ้นปีใหม่ ตรุษจีน ซึ่งความต้องการมีมากประการหนึ่ง และระยะดังกล่าวเป็นฤดูร้อน การทำนาทุ้งได้ผลน้อยอีกประการหนึ่ง

มีข้อสังเกตว่าในเดือนมิถุนายนราคาทุ้งจะสูงที่สุด หรือสูงกว่าค่าปกติ (ค่าเฉลี่ยทั้งปี) ๖.๖๒% และเดือนพฤศจิกายน มีค่าต่ำสุดหรือต่ำกว่าค่าปกติ ๖.๔๑% หมายความว่าทุ้งในท้องตลาดมีมากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน มีน้อยที่สุดในเดือนมิถุนายนหรืออาจกล่าวได้ว่าในฤดูร้อนปริมาณทุ้งมีน้อย ราคาแพง ในฤดูฝนย่างเข้าฤดูหนาวทุ้งมีมาก ราคาต่ำ (ตารางที่ ๔ และ ๑๐)

จากตารางที่ ๔ และ ๑๐ แสดงให้เห็นว่า ราคากุ้งทุกชนิดโดยเฉลี่ยซื้อ ก.ก. ละ ๑๔.๓๓ บาท ราคาขาย ก.ก. ละ ๒๑.๔๔ บาท ฉะนั้น ราคาแตกต่างกันหรือส่วนเหลือมีการตลาดมีค่าเท่ากับ ๒.๖๕ บาทต่อ ก.ก. คิดเป็น ๑๓.๗๑% ของราคาซื้อ

ตารางที่ ๔- ราคารับซื้อกุ้งชนิดต่าง ๆ ของพ่อค้าส่งใน พ.ศ. ๒๕๑๗

หน่วย : บาท/ก.ก.

ชนิดกุ้ง	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
แช่ขาย	38.92	39.56	40.38	42.63	42.22	40.19	39.12	38.78	38.56	37.69	36.71	36.64	39.28
ขาว	13.88	14.38	16.50	16.50	15.90	15.90	15.90	16.10	16.10	11.80	11.80	11.80	14.71
กุลาดำ	34.12	27.50	30.83	29.88	32.90	32.90	28.17	28.75	28.75	28.75	28.75	28.75	30.00
กุลาลาย	40.23	45.38	43.06	44.06	51.19	52.07	52.07	43.00	43.00	45.12	42.00	42.00	45.27
โอดัก	17.79	16.55	17.04	17.33	17.33	18.00	16.35	15.46	15.07	14.25	13.83	14.25	16.10
ตะกาด	6.25	6.75	6.75	6.75	6.75	6.75	6.75	6.25	6.25	6.25	6.25	6.25	6.50
ทราย	3.64	3.27	3.27	3.20	3.16	3.30	3.33	3.33	3.16	3.16	3.16	3.30	3.27
อื่น ๆ	13.17	12.89	12.89	12.19	12.19	12.31	13.33	13.33	12.31	12.40	12.79	12.77	12.71
เฉลี่ย ๑/	19.43	19.21	19.65	19.69	20.60	20.61	20.17	19.17	18.78	18.42	18.09	18.13	19.33
Seasonal Index	100.52	99.38	101.66	101.86	106.57	106.62	104.35	99.17	97.16	95.29	93.59	93.79	100.00

หมายเหตุ : ๑/ คำนวณจากราคากุ้งทุกชนิด

: รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทย เพื่อสนับสนุนการส่งออก
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ ๑๐. ราคาขายส่งของกุ้งชนิดต่าง ๆ ของพ่อค้าส่งใน พ.ศ. ๒๕๑๗

หน่วย : บาท/ก.ก.

ชนิดกุ้ง	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
แช่บ๊วย	43.39	43.70	44.22	46.77	46.27	44.00	42.83	43.21	43.21	42.54	41.75	41.75	43.64
ขาว	16.50	16.50	18.60	18.60	18.00	18.00	18.00	18.60	19.00	14.60	14.60	14.20	17.10
กุลาคำ	39.13	31.00	34.00	33.00	36.50	36.50	33.00	34.00	34.00	34.00	34.00	34.00	34.43
กุลาลาย	42.93	48.68	45.78	46.94	55.64	56.92	56.92	46.58	46.58	46.58	48.50	43.50	49.21
โอดัก	18.25	18.45	19.14	19.45	19.45	20.20	18.33	18.25	17.77	17.42	16.89	17.42	18.42
ตะกาด	7.56	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25	7.56	7.56	7.56	7.56	7.56	7.91
ทราย	5.00	4.70	4.70	4.74	4.74	4.74	4.74	4.74	4.74	4.74	4.74	4.74	4.76
อื่น ๆ	15.23	15.34	15.34	14.59	14.53	14.68	15.74	15.74	14.76	14.80	15.16	15.07	15.08
เฉลี่ย ๑/	21.85	21.73	22.07	22.15	23.21	23.27	22.93	22.02	21.71	21.18	20.85	20.86	21.98
Seasonal Index	99.41	98.86	100.41	100.77	105.60	105.87	104.32	100.18	98.77	96.36	94.86	94.87	100.00

หมายเหตุ : ๑/ คำนวณจากราคากุ้งทุกชนิด

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทย เพื่อสนับสนุนการส่งออก
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ ๑๑. พิสัย (Ranges) ของราคาซื้อและราคาขายของผู้ขายปลีก

หน่วย : บาท/ก.ก.

ชนิดกุ้ง	Maximum buying Price			Minimum buying Price			Range	Selling Price		
	Uptide	Lowtide	Average	Uptide	Lowtide	Average		Highest	Lowest	Range
แช่บ๊วย	45.00	45.67	45.34	33.67	33.67	33.67	11.67	47.80	(30.13)	17.67
ขาว	14.20	16.57	15.39	11.80	10.83	11.32	4.07	18.95	14.80	4.15
กุลาคำ	21.00	30.00	25.50	19.50	28.50	24.00	1.50	29.25	(19.50)	9.75
กุลาลาย	45.00	45.00	45.00	40.00	40.00	40.00	5.00	(42.50)	(38.50)	4.00
โอดัก	15.05	15.80	15.43	13.33	14.21	13.77	1.66	17.60	14.22	3.38
ทราย	6.69	6.20	6.80	6.28	6.30	6.29	0.51	10.00	7.61	2.39
อื่น ๆ	19.11	21.56	20.34	16.39	17.75	17.07	3.27	25.15	19.35	5.80
เฉลี่ย			24.83			20.88	3.95	27.32	(20.61)	6.71

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงราคาเฉลี่ยของกุ้งซึ่งราคาขายต่ำกว่าราคาซื้อ

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทย เพื่อสนับสนุนการส่งออก

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

๒) การเคลื่อนไหวของราคาทุ้งที่ตลาดขายปลีก

จากที่กล่าวมาข้างต้น การเคลื่อนไหวของราคาทุ้งในตลาดขายส่งมีลักษณะเป็นฤดูกาล ซึ่งในที่สุดจะกระทบถึงราคาทุ้งที่ตลาดขายปลีกด้วย ทั้งนี้เพราะการโยกย้ายทุ้งจากตลาดขายส่งมายังตลาดขายปลีกไม่ต้องเสียเวลานัก ทุ้งที่ซื้อขายกันก็มาจากตลาดขายส่งในวันนั้น ฉะนั้น การเคลื่อนไหวของราคาตามฤดูกาลที่ตลาดขายปลีกต้องมีลักษณะคล้ายกับที่ตลาดขายส่งด้วย

การเปลี่ยนแปลงของราคารับซื้อและราคาจำหน่ายทุ้งของพ่อค้าขายปลีก ปรากฏว่า ช่วงของการเปลี่ยนแปลงของราคารับซื้อมีน้อยกว่าราคาจำหน่าย อาทิเช่น การรับซื้อความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและต่ำสุดของทุ้งแขบ้วยเท่ากับ ๑๑.๖๗ บาท การจำหน่ายราคาจะต่างกันถึง ๑๗.๖๗ บาท หรือทุ้งทราย ราคาสูงสุดและต่ำสุดต่างกัน ๐.๕๑ บาท ราคาขายต่างกัน ๒.๓๔ บาท (ตารางที่ ๑๑) จากความแตกต่างของราคาสูงสุดและต่ำสุดในการรับซื้อและการจำหน่ายนี้เอง อาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ช่วงการเปลี่ยนแปลงของราคาทุ้งที่ตลาดขายส่งน้อยกว่าที่ตลาดขายปลีกหรือตลาดผู้บริโภค

ทุ้งที่พ่อค้าขายปลีกจำหน่ายมีหลายชนิด อาทิเช่น ทุ้งแขบ้วย ทุ้งกุลาลาย ทุ้งกุลาดำ ไอตัก และอื่น ๆ ซึ่งความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและต่ำสุดนั้น ปรากฏว่ายิ่งทุ้งมีราคาแพงหรือเป็นทุ้งชนิดดี ความแตกต่างหรือช่วงการเปลี่ยนแปลงของราคายิ่งมีมาก เช่น ทุ้งกุลาดำ ราคาสูงและต่ำสุดต่างกัน ก.ก. ละ ๕.๗๕ บาท ทุ้งขาวราคาสูงสุดและต่ำสุดต่างกัน ก.ก. ละ ๔.๑๕ บาท เป็นต้น

๓) เปรียบเทียบช่วงการเปลี่ยนแปลงและความถี่การเปลี่ยนแปลงของราคาทุ้งที่ตลาดขายปลีก และตลาดขายส่ง

เนื่องจากพ่อค้าขายปลีกรับซื้อทุ้ง ๗๓% มาจากตลาดขายส่ง ดังนั้นราคารับซื้อของพ่อค้าขายปลีกก็คือ ราคาที่ตลาดขายส่งด้วย ดังตารางที่ ๑๑ ความแตกต่างระหว่างราคาซื้อสูงสุดและต่ำสุด (เฉลี่ยของทุ้งทุกชนิด) มีค่าเท่ากับ ๓.๔๕ บาทต่อ ก.ก. แต่ความแตกต่างของราคาขายสูงสุดและต่ำสุดมีค่ามากถึง ๖.๗๑ บาทต่อ ก.ก. ผลอันนี้จึงชี้ให้เห็นว่า ช่วงการเปลี่ยนแปลงของราคาทุ้งที่ตลาดขายปลีกมีมากกว่าที่ตลาดขายส่ง

นอกจากช่วงการเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดทั้งสองต่างกันแล้ว ความถี่ของการเปลี่ยนแปลงราคาก็ต่างกันด้วย จากการสำรวจความถี่ของการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดขายส่ง ปรากฏว่าพ่อค้า ๒๔.๒๗% ตอบว่า ราคาเปลี่ยนแปลงทุกวัน พ่อค้า ๒๔.๒๗% ตอบว่าราคาเปลี่ยนแปลงสัปดาห์ละครั้ง และที่ตอบว่าราคาเปลี่ยนแปลงไม่ค่อยแน่นอนนั้นมีอยู่ ๒๔.๓๕% (ตารางที่ ๑๒)^๒

แต่ความถี่การเปลี่ยนแปลงที่ตลาดขายปลีกอาจเปลี่ยนแปลงทุกวัน หรือเปลี่ยนแปลงเป็นชั่วโมงก็มี กล่าวคือในตอนแรกที่ตลาดเปิดค้า (อาจเป็นเวลาเช้า เย็น หรือตลอดวัน) กุ้งที่พ่อค้ารับมาจำหน่ายมีขนาดใหญ่คุณภาพดี (สด) ฉะนั้นพ่อค้าจึงขายได้ราคาสูง หลังจากตลาดเปิดไปสักครู่หนึ่ง อาจเป็นตอนสาย ๆ (สำหรับตลาดที่เปิดตอนเช้า) หรือเย็น ๆ (ตลาดที่เปิดเวลาเย็น) ความสดของกุ้งย่อมลดลง ขนาดของกุ้งก็ถูกเลือกแล้วเหลือแต่ตัวเล็ก พ่อค้าจึงจำเป็นต้องลดราคาลงบ้าง เพื่อว่าจะจำหน่ายให้หมดได้ มิเช่นนั้นกุ้งจะเน่าเสียง่าย ถึงแม้จะเก็บไว้จำหน่ายในวันต่อไปโดยแช่น้ำแข็งก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มและเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาอีกด้วย บางครั้งราคาขายต่ำกว่าราคาซื้อก็มี กุ้งแชบ๊วยซื้อ กก. ละ ๓๓.๖๗ บาท ขาย ๓๐.๑๓ บาท กุ้งกุลาดำซื้อ กก. ละ ๒๔.๖๐ บาท แต่ขาย ๑๔.๕๐ บาท เป็นต้น ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า ความถี่ของการเปลี่ยนแปลงราคากุ้งที่ตลาดขายปลีกมีมากกว่าตลาดขายส่ง

ในตารางที่ ๑๑ แสดงให้เห็นว่า โดยเฉลี่ยราคาซื้อสูงสุด กก. ละ ๒๔.๘๓ บาท ราคาขาย กก. ละ ๒๗.๓๒ บาท ซึ่งเหลือเป็นส่วนเหลือมการตลาด กก. ละ ๒.๔๙ บาท หรือ ๑๐.๐๓% ของราคาซื้อ และราคาซื้อต่ำสุด กก. ละ ๒๐.๘๘ บาท ขาย ๒๐.๖๑ บาท ฉะนั้นจะขาดทุน ๐.๒๗ บาท ต่อ กก.

๔.๓.๒ การค้นพบราคาและการกำหนดราคา

(๑) การค้นพบราคากุ้งที่ตลาดขายส่ง

^๒สุภาณี อรรถจินดา สมพร อิศวิลานนท์ และอภิสิทธิ์ อิศรียานุกูล, การศึกษาสภาพะการผลิดและการตลาดกุ้งทะเลไทยเพื่อสนับสนุนการส่งออก ปีการผลิต ๒๕๑๖/๑๗ และ ๒๕๑๗/๑๘ (รายงานวิจัยฉบับที่ ๑๔) ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๑๘. หน้า ๕๖.

ตารางที่ ๑๒. ความถี่ของการเปลี่ยนแปลงราคากุ้งในตลาดค้าส่ง

จำนวนครั้งของการเปลี่ยนแปลง	ร้อยละของผู้ขายส่ง
ทุกวัน	29.27
สัปดาห์ละครั้ง	29.27
ทุก ๑๕ วัน	2.44
เดือนละครั้ง	14.63
ไม่มีเวลาแน่นอน	24.39
รวม	100.00

ตารางที่ ๑๓. แหล่งข้อมูลของราคากุ้งที่พ่อค้าส่งได้รับ

แหล่งข้อมูล	ร้อยละของผู้ขายส่ง
ผู้ซื้อ	33.77
ผู้ขาย	6.49
พ่อค้าในระดับเดียวกัน	18.18
พ่อค้าในระดับสูงกว่า	27.27
จากหนังสือพิมพ์	3.90
วิทยุ	6.49
๑/ อื่น ๆ	3.90
รวม	100.00

หมายเหตุ : ๑/ จากเอเยนต์, ลูกค้าต่างประเทศ, ประสบการณ์

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทย เพื่อสนับสนุนการส่งออก

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ เกษตร คณะ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

เป็นที่ทราบกันว่าในระยะเวลาสั้น การเสนอขายสินค้าเกษตรมักไม่มีความยืดหยุ่น เมื่อเส้นการเสนอซื้อพบกับเส้นการเสนอขายที่จุดใด ราคาที่ก็เกิดขึ้นที่จุดนั้น นั่นก็คือผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายกำหนดปริมาณความต้องการสินค้า ส่วนเรื่องการกำหนดราคากลับได้ว่า ผู้บริโภคไม่มีอำนาจอะไรเลย ทั้งนี้เพราะในระยะเวลาสั้นข่าวสารเกี่ยวกับการเสนอขาย ผู้บริโภคต้องพึ่งพ่อค้าขายปลีกเป็นฝ่ายเสนอให้ กึ่งก็เป็นสินค้าเกษตรอย่างหนึ่ง ฉะนั้นพ่อค้าขายปลีกในตลาดสดจะเป็นผู้กำหนดราคาขึ้น

ในตลาดขายส่ง, จะเห็นว่าข้อมูลของราคาถูกต้องแน่นอนและเพียงพอ จากรายงานการสำรวจปรากฏว่า พ่อค้าขายส่งได้ข่าวสารของราคาจากหลายแหล่งด้วยกัน อาทิเช่น ได้จากผู้ซื้อ ๓๓.๓๓% ผู้ขาย ๖.๔๔% พ่อค้าระดับเดียวกัน ๑๘.๑๘% พ่อค้าระดับสูงกว่า ๒๗.๒๗% และจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ นายหน้า เป็นต้น (ตารางที่ ๑๓)^๗ ขณะเดียวกันพ่อค้าขายส่งมีความสามารถในการตัดสินใจและประสบการณ์มาก สามารถคาดคะเนการเสนอซื้อและการเสนอขาย ในท้องตลาดได้ดีกว่า ในที่สุดจึงทำการค้นพบราคาในตลาดแหล่งผลิตและตลาดขายปลีกได้ เหตุนี้ราคาจึงต้องเปลี่ยนแปลงที่ตลาดขายส่งก่อน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าในระยะเวลาสั้น การกำหนดราคาของพ่อค้าขายปลีกจะต้องมาจากแนวทางการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งด้วย

การที่พ่อค้าในตลาดขายส่งมีข่าวสารการตลาดที่รวดเร็ว และมีประสบการณ์มากนี้เอง ราคายาขส่งที่ถูกกำหนดขึ้นมา เมื่อบวกกับต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายปลีกแล้วมักจะเป็นราคาที่ผู้บริโภคมองรับว่าเหมาะสม ณ ระดับที่ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองราคาได้น้อย ถึงแม้ว่าในทางทฤษฎีกล่าวว่า ราคาย่อมถูกกำหนดที่ตลาดขายปลีก แต่ในทางปฏิบัติโดยทั่วไป ราคายาขปลีกกลับด้วยต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายปลีกมักมีค่าใกล้เคียงกับราคายาขส่ง ซึ่งแสดงว่าพ่อค้าขายส่งมีความสามารถในการเสนอราคามาก อาทิเช่น ราคาซื้อขายกึ่งแคบวัยของพ่อค้าขายส่งต่างกัน ก.ก. ละ ๔.๓๖ บาท ที่ระดับขายปลีกต่างกัน ๐.๔๔ บาท (ตารางที่ ๑๔) ตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นการให้เห็นว่าพ่อค้าขายส่งมีความสามารถในการต่อรองราคาและค้นพบราคาได้ดี

^๗ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๗.

โดยเฉพาะกุ้งที่มีราคาแพง พ่อค้าขายส่งซื้อจากแหล่งผลิตด้วยราคาต่ำ และขายในราคาสูง ส่วนเหลือมการตลาดมีมาก พ่อค้าขายปลีกซื้อจากตลาดขายส่งในราคาสูงและขายในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาซื้อ ส่วนเหลือมมีน้อย

เมื่อพ่อค้าขายปลีกยอมรับราคาซื้อที่พ่อค้าขายส่งกำหนดมาแล้ว ก็จะใช้วิธีการตั้งราคาแบบบวกต้นทุน (cost-plus-pricing) หลังจากบวกเปอร์เซ็นต์ของกำไรที่พึงได้รับแล้ว ผลที่ได้จะเป็นราคาขายปลีก แต่เนื่องจากว่าเทคนิคในการค้าของพ่อค้าขายปลีกแต่ละคนต่างกัน ฉะนั้นราคาขายปลีกที่แท้จริงกับราคาขายปลีกที่ควรจะเป็นตามวิธีดังกล่าวนี้จึงคลาดเคลื่อนอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การชั่งน้ำหนัก การจัดชั้นกุ้ง ความสดของกุ้ง และการแปรรูป กล่าวคือ พ่อค้าขายปลีกซื้อกุ้งจากพ่อค้าในตลาดขายส่ง การชั่งน้ำหนักเป็น ก.ก. หรือซื้อมาเป็นเซ่ง แต่เวลาขายมักขายทีละน้อย ผู้บริโภคหรือแม่บ้านซื้อครั้งละ ๒-๓ บาทบ้าง ๕ บาทบ้าง หรือซื้อซิดสองซิดบ้าง ลักษณะเช่นนี้ย่อมทำให้ชั่งผิดพลาดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาที่ตลาดหนาแน่น ผู้บริโภคไม่จ่ายตลาดมาก การชั่งจึงทำไปแบบขอไปที แต่การค้ำนั้นพ่อค้าต้องเข้าข้างตัวเองเสมอ ดังนั้นผู้บริโภคย่อมเป็นฝ่ายเสียเปรียบ ส่วนในเรื่องจัดชั้นและมาตรฐาน บางครั้งพ่อค้าขายปลีกจะนำกุ้งมาจัดขนาดเสียใหม่ เพื่อหวังว่าจะขายได้ราคาสูง หรือบางครั้งอาจนำกุ้งที่มีเปลือกมาแกะ เป็นเนื้อกุ้งขาย (กรณีที่กุ้งไม่สวยหิวขาด) เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้ทำให้ราคาซื้อและราคาขายต่างกันเสมอ ๆ แม้ว่าการซื้อขายแต่ละครั้งราคาจะต่างกันเพียงเล็กน้อยก็ตาม แต่เมื่อสะสมหลาย ๆ ครั้งก็กลายเป็นกำไรที่เพิ่มได้มากที่สุดทีเดียว ฉะนั้นจึงเป็นที่แน่นอนว่าการค้นพบราคา (price discovery) จะเกิดขึ้นที่ตลาดขายส่ง การกำหนดราคา (price determination) ต้องเกิดขึ้นที่ตลาดขายปลีก

(๒) การกำหนดราคาในตลาดขายปลีก

กล่าวโดยทั่วไป การดำเนินธุรกิจของพ่อค้าขายปลีกในตลาดสดก็เหมือนกันกับพ่อค้าในวงการธุรกิจอื่น ๆ คือต้องมีการแข่งขันกันในด้านคุณภาพ ราคา และนโยบายในการซื้อขาย เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อที่จะพยายามทำให้ธุรกิจของตนมีความสามารถ (potential) ในตลาดมากที่สุด หรือทำอย่างไรจึงขายสินค้าได้หมดในระยะเวลาสั้น ๆ และในที่สุดต้องได้กำไรสูงสุดด้วย การดำเนินธุรกิจการค้ากุ้งของพ่อค้าขายปลีกในตลาดสดตามที่กล่าวมาแล้วตอนต้นว่า

ตารางที่ ๑๔. ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin) ในตลาดขายส่งและตลาดขายปลีกในปี ๒๕๑๗

หน่วย : บาท/ก.ก.

ผลิตภัณฑ์	ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin)	
	ตลาดขายส่ง ๑/	ตลาดขายปลีก ๒/
แช่บัว	4.36	- 0.54
ขาว	2.39	3.52
กุลาดำ	4.43	- 0.37
กุลาลาย	3.94	- 2.00
โอสถ	2.32	1.31
ทราย	1.49	2.26

หมายเหตุ : ๑/ คำนวณจากราคารับซื้อและขายในตลาดขายส่ง
๒/ คำนวณจากราคารับซื้อและขายในตลาดขายปลีก

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดทุ้งทะเลไทยเพื่อสนับสนุน
การส่งออก
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นธุรกิจขนาดเล็ก เฉลี่ยวันหนึ่งได้ ๓๒.๕๓ ก.ก. เท่านั้น^๔ ขนาดธุรกิจของพ่อค้าแต่ละรายก็แตกต่างกันไม่มาก กุ้งที่จำหน่ายแก่ลูกค้าแต่ละรายมีจำนวนน้อย และวิธีการตลาดกุ้งของพ่อค้าขายปลีกยังมีลักษณะเหมือนกัน ฉะนั้นจะเห็นว่าพ่อค้าแต่ละรายมีกิจกรรมการตลาดคล้ายคลึงกัน

การค้าปลีกของพ่อค้ากุ้ง เกี่ยวกับการแข่งขันในด้านราคานั้น มักไม่มีความสำคัญมากนัก เพราะพ่อค้าขายปลีกแต่ละรายจำเป็นต้องหามาฝากำไรหรือรายได้ที่แน่นอนมาเลี้ยงชีพในครอบครัว โดยทั่วไปการตั้งราคามีลักษณะคล้ายกัน คือใช้ต้นทุนซื้อบวกเปอร์เซ็นต์ของกำไรที่ควรจะได้ (Markup) ดังนั้นถ้าเป็นตลาดระดับเดียวกันและเปิดดำเนินการค้าในระยะเวลาเดียว ราคาที่ตั้งขึ้นจะไม่ต่างกัน หากเวลาเปิดทำการค้าต่างกันและตลาดอยู่คนละท้องถิ่น คุณภาพของกุ้งอาจต่างกัน รายได้ของผู้บริโภคอาจต่างกัน ซึ่งลักษณะนี้ราคาที่ตั้งขึ้นมาอาจต่างกันได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ถ้าพ่อค้าอยู่ในตลาดต่างกันแล้ว การใช้วิธีบวกเปอร์เซ็นต์ของกำไรเข้ากับต้นทุนซื้อนี้ย่อมต่างกันและ เนื่องจากระยะเวลาเปิดค้าของตลาดต่างกันและลักษณะการดำเนินงานของพ่อค้าไม่เหมือนกันก็ย่อมก่อให้เกิดการลดส่วนของกำไร (Mark-down) ต่างกันด้วย

เนื่องจากวิธีกำหนดราคากุ้งของพ่อค้าขายปลีกส่วนใหญ่ใช้แบบตั้งราคาบวกกับต้นทุน ดังนั้น ราคาขายก็ต้องขึ้นอยู่กับต้นทุนซื้อกุ้งเป็นสำคัญ หรือขึ้นกับราคาขายส่งนั่นเอง นอกจากนี้ราคาขายปลีกที่เกิดขึ้นยังขึ้นกับอำนาจในการต่อรองราคา (Bargaining power) ระหว่างพ่อค้าขดปลีกและผู้บริโภค กล่าวคือการค้ากุ้งในตลาดขายปลีกแบ่งเป็นแบบแข่งขันอิสระ (free competitive market) ซึ่งลักษณะของตลาดชนิดนี้ไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ แต่ว่าตลาดจะสามารถกำหนดขอบเขตของราคา ภายในขอบเขตอันนี้ราคาจะถูกกำหนด ณ จุดใด ต้องขึ้นกับความสามารถของคู่ตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ฝ่ายใดมีอำนาจและสามารถต่อรองราคาได้ดีกว่าก็จะกำหนดราคาอยู่ ณ จุดที่ตนเป็นฝ่ายได้เปรียบ

โดยปกติพ่อค้ามักเป็นฝ่ายที่มีความสามารถในกาจต่อรองราคาได้ดีกว่า กล่าวคือ พ่อค้าขายปลีกจะตั้งราคาไว้ให้สูงกว่าที่เป็นจริงก่อนเสมอ ส่วนเกินที่ตั้งไว้นี้จะเป็นขอบเขตให้ผู้บริ-

^๔ เรื่องเดียวกัน หน้า ๕๔.

โภคต่อรองราคากัน: หรือบางครั้งพ่อค้าเห็นว่าผู้บริโภครายใดมีฐานะดี ก็ตั้งราคาโดยรวมกำไรที่มากกว่าปกติไว้ โดยพ่อค่านั้นจะอ้างกับผู้บริโภคว่าถุงของเขาดีคุณภาพดีกว่า แต่ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคนิยมไปจ่ายตลาดซื้อถุงแต่ละครั้งมีปริมาณไม่มาก การต่อรองราคาจึงเป็นฝ่ายเสียเปรียบเสมอ ฉะนั้น ผู้บริโภคจึงเป็นฝ่ายยอมรับราคา (Price taker) ส่วนพ่อค้าขายปลีกแม้มีจำนวนพ่อค้าในตลาดมากจริง แต่ก็ไม่มีการแข่งขันกันมาก ในทางปฏิบัติจึงมักเป็นฝ่ายได้เปรียบในการต่อรองราคา หรือเรียกว่า ผู้กำหนดราคา (Price maker)

ผลจากการสำรวจปรากฏว่า พ่อค้าขายปลีกในตลาดสดตั้งราคาซื้อถุงตามที่พ่อค้าในตลาดขายส่งหรือชาวประมงตั้งมาให้ ๕๕.๕๕% รับซื้อตามราคาของผู้ขายตั้งมาแล้ว ค่อยต่อรองราคากันมี ๘.๓๓% พิจารณาจากราคาซื้อทั่วไปในท้องตลาด ๑๖.๖๗% ดูราคาในตลาดขายปลีก ๘.๓๓% นอกจากนี้ยังพิจารณาจากปริมาณถุง ขนาดและความสดของถุง เป็นต้น (ตารางที่ ๑๕)^๕

ส่วนปัจจัยที่นำมาพิจารณาคำหนดราคานี้ โดยพิจารณาจากราคารับซื้อบวกกำไรที่ควรจะได้ (ประมาณ ก.ก. ละ ๒-๓ บาท) มี ๓๕.๓๕% ดูปริมาณถุงในตลาดมี ๑๘.๑๘% ดูราคาขายของพ่อค้ารายอื่น ๆ (หรือถามราคาในท้องตลาด) ๑๕.๑๕% นอกจากนี้ยังพิจารณาจากความสด ชนิดและขนาดของถุงด้วย (ตารางที่ ๑๖)

นอกจากอาศัยปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาแล้ว แต่เวลาจำหน่ายจริงให้แก่พ่อค้าแต่ละประเภทยังมีส่วนที่ต่างกัน คือพ่อค้าขายปลีก ๔๒.๕๒% ตอบว่าขายให้พ่อค้าแต่ละประเภทได้ราคาต่างกัน อีก ๕๗.๕๕% ตอบว่าขายให้พ่อค้ารายไหนก็ตาม จะได้รับราคาเหมือนกันหมด

การจำหน่ายถุงให้แก่พ่อค้าประเภทต่าง ๆ ปรากฏว่า ขายให้ผู้บริโภคได้ราคาสูงสุดมี ๗๗.๗๗% และขายให้พ่อค้าไม่ประจำได้ราคาสูงสุดเช่นกัน มี ๒๒.๒๒% ส่วนลูกค้าที่ขายได้ราคาต่ำสุดนั้นได้แก่ ผู้บริโภครายใหญ่มี ๔๑.๖๗% พ่อค้าประจำ ๑๖.๖๖% และแม่ค้าอีก ๔๑.๖๗%

^๕ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๖๐.

ตารางที่ ๑๕. ปัจจัยในการตั้งราคารับซื้อกุ้งของพ่อค้าปลีก

ปัจจัยในการตั้งราคา	ร้อยละของพ่อค้าปลีก
รับซื้อในราคาซึ่งตั้งโดยพ่อค้าหรือชาวประมง	55.55
ผู้ขายตั้งราคาและต่อรองราคากันภายหลัง	8.33
รับซื้อในราคาตลาด	16.67
พิจารณาจากราคาขายปลีก	8.33
คุณภาพของกุ้ง	5.56
ขนาดของกุ้ง	2.78
ความสดของกุ้ง	2.78
รวม	100.00

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทยเพื่อสนับสนุนการส่งออก
 ภาควิชา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๑๖. ปัจจัยในการตั้งราคาขายกุ้งของพ่อค้าปลีก

ปัจจัยในการตั้งราคาขาย	ร้อยละของพ่อค้าปลีก
ราคารับซื้อบวกกำไรที่ต้องการ	39.39
พิจารณาราคาของพ่อค้ารายอื่น ๆ	18.18
คุณภาพของกุ้ง	18.18
ชนิดและขนาดของกุ้ง	15.15
ความสดของกุ้ง	9.10
รวม	100.00

ที่มา : รายงานการศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกุ้งทะเลไทย เพื่อสนับสนุน
การส่งออก
ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ เกษตร คณะ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๔.๓.๓ ราคาภายในประเทศ ราคาทุ้งสดที่มีการประมูลซื้อขายกันที่สะพานปลากรุงเทพ ฯ อาจถือได้ว่าเป็นราคากลางของทุ้งที่ผลิตในประเทศไทย องค์การสะพานปลาเป็นผู้ประกาศเผยแพร่ให้ชาวประมง และผู้ค้าทุ้งทั่วไปได้ทราบความเคลื่อนไหวของราคาทุ้งทะเล สัตว์น้ำอื่น ๆ ทุกวัน โดยจัดพิมพ์ข่าวตลาดสัตว์น้ำ ทั้งข่าวตลาดสัตว์น้ำที่สะพานปลากรุงเทพ ฯ สะพานปลาสมุทรสาคร และทำเทียบเรือประมงภูมิภาค นอกจากนี้ยังประกาศทางวิทยุกระจายเสียงทางสถานีวิทยุประมงวันละ ๖ ครั้ง และทางสถานีวิทยุการเกษตรวันละ ๒ ครั้ง

ราคาทุ้งจะสูงต่ำเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับขนาดของทุ้ง สภาพความสดของทุ้งและความอึดตัวของตลาดเป็นสำคัญ ตามสถิติการประมงขององค์การสะพานปลา ปรากฏว่า ราคาทุ้งทะเลสดที่ประมูลจำหน่าย ณ สะพานปลากรุงเทพ ฯ ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๓-๒๕๑๘ การเคลื่อนไหวดังนี้

ตารางที่ ๑๗. ราคาทุ้งทะเลสดที่ประมูลจำหน่าย ณ สะพานปลากรุงเทพ ฯ

หน่วย : บาท/ก.ก.

พ.ศ.	ทุ้งใหญ่			ทุ้งกลาง			ทุ้งเล็ก		
	สูง	ต่ำ	ฐานนิยม	สูง	ต่ำ	ฐานนิยม	สูง	ต่ำ	ฐานนิยม
2513	15.00	42.00	35.00	15.00	32.00	24.00	6.00	16.00	12.00
2514	15.00	72.00	43.50	14.00	38.00	26.00	6.00	16.00	12.00
2515	17.00	68.00	45.00	16.00	42.00	22.00	5.00	18.00	12.00
2516	16.00	73.00	55.00	12.50	50.00	34.00	5.00	30.00	19.00
2517	23.00	72.00	50.00	13.00	50.00	33.00	6.00	30.00	18.00
2518	21.00	125.00	68.00	12.00	90.00	38.00	7.00	52.22	23.00

ที่มา : แผนกสถิติ กองสะพานปลากรุงเทพ ฯ องค์การสะพานปลา

ราคาต่ำหรือสูง หมายถึง ราคาต่ำสุดหรือสูงสุดในช่วงเวลาหนึ่ง ส่วนฐานนิยม หมายถึงราคาที่ซื้อขายกัน เป็นส่วนมากที่สุดในระยะนั้น

สำหรับการเคลื่อนไหวของราคาทุ้งทะเลสดในตลาดกรุงเทพ ฯ ของแต่ละเดือนระหว่าง พ.ศ. ๒๕๐๗ ถึง พ.ศ. ๒๕๑๖ ได้แสดงไว้ในตารางที่ ๑๘ และ ๑๙

ตารางที่ ๑๘. แสดงราคาเฉลี่ยทุ้งทะเลขนาดใหญ่รายเดือนในตลาดกรุงเทพ ฯ

(พ.ศ. ๒๕๐๗ - ๒๕๑๖)

หน่วย : บาท/ก.ก.

เดือน	2507	2508	2509	2510	2511	2512	2513	2514	2515	2516
มกราคม	19.50	18.50	21.33	23.00	28.60	29.00	24.00	42.00	63.33	40.80
กุมภาพันธ์	20.50	18.75	21.38	23.12	27.00	24.50	30.62	41.50	63.33	60.50
มีนาคม	20.50	19.00	21.50	23.00	28.25	30.00	31.25	42.60	63.00	68.50
เมษายน	21.00	19.00	22.25	23.50	28.50	29.12	32.75	43.25	60.00	69.75
พฤษภาคม	21.25	20.00	22.88	25.20	28.50	30.62	31.50	45.25	58.00	67.60
มิถุนายน	20.83	21.00	23.00	25.25	17.25	25.37	30.12	41.80	58.00	69.33
กรกฎาคม	20.75	21.00	22.50	27.00	21.00	30.20	37.00	47.50	55.00	58.75
สิงหาคม	21.33	20.88	23.00	27.20	24.38	31.37	38.00	46.75	51.40	55.00
กันยายน	22.40	20.50	23.00	26.00	25.50	32.81	39.00	51.00	51.00	61.00
ตุลาคม	20.93	20.25	23.00	28.00	27.70	29.80	40.50	64.25	50.00	63.20
พฤศจิกายน	20.37	20.88	23.00	26.60	26.62	31.16	40.00	64.75	45.00	57.75
ธันวาคม	20.30	21.00	23.00	27.25	24.85	30.25	39.66	61.40	37.00	59.75
เฉลี่ย	20.80	20.06	22.51	25.43	25.74	29.45	34.53	49.33	54.57	60.99

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ ๑๔. แสดงราคาเฉลี่ยกุ้งทะเลขนาดเล็กรายเดือนในตลาดกรุงเทพฯ ฯ

(๒๕๐๗ - ๒๕๑๖)

หน่วย : บาท/ก.ก.

เดือน	2507	2508	2509	2510	2511	2512	2513	2514	2515	2516
มกราคม	9.00	9.50	11.31	12.00	10.75	11.75	11.00	12.00	11.67	9.00
กุมภาพันธ์	10.50	9.50	11.25	12.00	10.00	11.65	11.75	11.50	11.67	10.50
มีนาคม	11.00	9.50	11.25	10.80	10.00	11.75	11.00	12.00	12.20	8.50
เมษายน	10.00	10.00	11.50	10.50	10.00	12.00	11.75	11.00	11.75	21.00
พฤษภาคม	10.00	10.00	12.00	11.80	10.30	12.00	12.00	12.00	11.20	19.25
มิถุนายน	8.08	9.50	12.00	11.50	12.00	12.75	11.75	11.40	12.75	16.67
กรกฎาคม	8.62	9.50	11.00	11.40	10.50	11.20	11.80	11.75	11.25	17.50
สิงหาคม	10.66	9.75	12.00	11.60	11.50	12.00	11.25	11.75	10.80	12.00
กันยายน	9.10	11.75	12.00	10.75	11.65	11.50	11.50	11.60	10.00	12.50
ตุลาคม	8.75	11.75	12.55	10.00	12.00	11.80	12.00	12.00	10.00	22.00
พฤศจิกายน	10.50	11.00	12.80	11.00	12.00	11.33	12.00	12.50	9.60	20.50
ธันวาคม	9.50	12.00	12.00	12.00	11.25	10.50	12.00	11.60	8.25	23.00
เฉลี่ย	9.60	10.31	12.73	11.28	11.01	11.59	11.67	11.75	10.85	17.20

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ราคาเฉลี่ยรายปี ที่กองเศรษฐกิจการเกษตรรวบรวมไว้ ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๐๗ ถึง ๒๕๑๖ ปรากฏดังนี้

ตารางที่ ๒๐. ราคาเฉลี่ยกึ่งทะเลในตลาดกรุงเทพ ฯ ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๐๗ ถึง ๒๕๑๖

หน่วย : บาท/ก.ก.

พ.ศ. ขนาด	2507	2508	2509	2510	2511	2512	2513	2514	2515	2516
กึ่งใหญ่	20.80	20.06	22.51	25.43	25.74	29.45	34.53	49.33	54.57	60.99
กึ่งเล็ก	9.60	10.31	12.73	11.28	11.01	11.59	11.67	11.75	10.85	17.20

จากตารางเปรียบเทียบราคา กึ่ง ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๐๗-๒๕๑๖ จะเห็นได้ว่า กึ่งขนาดใหญ่มีแนวโน้มสูงขึ้นใน พ.ศ. ๒๕๑๖ เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. ๒๕๐๗ ถึง ๑๙๓% กึ่งขนาดใหญ่นี้เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากกว่า กึ่งขนาดเล็ก ผู้ประกอบการค้า กึ่ง แข่งขันกันซื้อ จึงทำให้ราคาสูงมากขึ้น ส่วน กึ่งขนาดเล็กซึ่งใช้ในการบริโภคในประเทศเป็นส่วนใหญ่ นั้น ราคาโน้มสูงขึ้นไม่มาก เพิ่มขึ้นเพียง ๗๔% เท่านั้น

๔.๔ การบริโภคกึ่งทะเลภายในประเทศ

กึ่งทะเลที่จับได้ส่วนใหญ่ใช้บริโภคในประเทศ ในระยะ ๘ ปีที่ผ่านมา การบริโภคได้เพิ่มขึ้นจาก ๘๓% ของผลผลิตทั้งหมดใน พ.ศ. ๒๕๑๐ เป็น ๘๗% ใน พ.ศ. ๒๕๑๗ และในขณะที่เดียวกันแนวโน้มการส่งออกได้ลดลง ดังตารางที่ ๒๑

ตารางที่ ๒๑. ปริมาณการผลิตกุ้งทะเล ปริมาณการส่งออกและปริมาณการใช้บริโภค
ในประเทศ ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๐ - ๒๕๑๗

หน่วย : ตัน

พ.ศ.	การผลิต	การส่งออก		ใช้บริโภคในประเทศ	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
2510	49,137	8,829	17	40,308	83
2511	59,755	7,290	13	52,465	87
2512	58,313	8,133	14	50,180	86
2513	63,652	6,421	11	57,231	89
2514	67,614	5,593	8	62,021	92
2515	66,887	6,725	10	60,162	90
2516	77,525	14,875	19	62,650	81
2517	80,093	10,251	13	69,840	87

ที่มา : กรมประมง

กระทรวง เกษตรและสหกรณ์

สำหรับการใช้ประโยชน์ของกุ้งทะเลจากสถิติการประมงของประเทศไทย พบว่า พ.ศ. ๒๕๑๗ ขี้อขายในลักษณะกุ้งสด ๖๕.๘% กุ้งแช่เย็น ๓.๘% กุ้งแห้ง ๒๔.๓% ส่วนที่เหลืออีก ๐.๖% ใช้ทำเค็ม นึ่งหรือย่าง และทำกะปิ รายละเอียดจำนวนการใช้ประโยชน์ของกุ้งทะเลที่จับได้ แสดงไว้ในตารางที่ ๒๒

ตารางที่ ๒๒. ปริมาณกัญชาระยะที่จับได้และการใช้ประโยชน์ในระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๐ - ๒๕๑๗

หน่วย : ตัน

พ.ศ.	ขายสดหรือบริโภค	แช่เย็น	ทำเค็ม	นึ่งหรือย่าง	ทำกะปิ	ทำกึ่งแห้ง	อื่น ๆ	รวมทั้งสิ้น
2510	34,563	1,376	484	8	259	12,447	-	49,137
2511	34,292	3,911	361	15	1,183	19,993	-	59,755
2512	37,782	4,102	342	9	966	15,130	-	58,313
2513	39,253	5,342	355	14	124	18,560	22	63,652
2514	30,891	18,449	294	30	147	17,802	1	67,614
2515	40,855	5,511	947	34	163	19,373	4	66,887
2516	43,592	13,130	489	25	956	17,670	1,663	77,525
2517	52,734	3,087	278	14	165	23,815	-	80,093

ที่มา : สถิติการประมงของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๑๐ - ๒๕๑๗

ศูนย์ประมง ทั่วประเทศและสหกรณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย