

บทที่ 5
ความสัมพันธ์ของโครงข่ายและที่ตั้งตลาดผักและผลไม้
กับการขนส่งผลผลิต

5.1 ขอบเขตการให้บริการของตลาดผักและผลไม้

จากการออกแบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกผักและผลไม้เชิงการค้าใน 4 จังหวัด ผลที่เกี่ยวข้องกับระยะทางการขนส่งผลผลิตจากแปลงเพาะปลูกถึงตลาด พบว่าใน

จังหวัดพัทลุง ระยะทางการขนส่งผลผลิตต่อ 1 ไร่ จากแปลงเพาะปลูกถึงตลาด มีดังนี้คือ

ไม่เกิน 50 กิโลเมตร	ร้อยละ 63
ระยะทาง 51 – 100 กิโลเมตร	ร้อยละ 17.4
ระยะทาง 101 – 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 8.3
ระยะทางมากกว่า 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 10.9

จังหวัดชุมพร ระยะทางการขนส่งผลผลิตต่อ 1 ไร่ จากแปลงเพาะปลูกถึงตลาด มีดังนี้คือ

ไม่เกิน 50 กิโลเมตร	ร้อยละ 77.2
ระยะทาง 51 – 100 กิโลเมตร	ร้อยละ 17.4
ระยะทาง 101 – 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 4.3
ระยะทางมากกว่า 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 1.1

จังหวัดตรัง ระยะทางการขนส่งผลผลิตต่อ 1 ไร่ จากแปลงเพาะปลูกถึงตลาด มีดังนี้คือ

ไม่เกิน 50 กิโลเมตร	ร้อยละ 94.6
ระยะทาง 51 – 100 กิโลเมตร	ร้อยละ 2.2
ระยะทาง 101 – 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 3.3
ระยะทางมากกว่า 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 0

จังหวัดนราธิวาส ระยะทางการขนส่งผลผลิตต่อ 1 ไร่ จากแปลงเพาะปลูกถึงตลาด

มีดังนี้คือ

ไม่เกิน 50 กิโลเมตร	ร้อยละ 54.4
ระยะทาง 51 – 100 กิโลเมตร	ร้อยละ 39.1
ระยะทาง 101 – 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 6.5
ระยะทางมากกว่า 200 กิโลเมตร	ร้อยละ 0

พบว่า การขนส่งผลผลิตไปยังตลาดต่อ 1 เกี่ยวข้องการขนส่งนั้น ส่วนใหญ่ทั้งใน 4 จังหวัด ล้วนแต่อยู่ในระยะทางที่ไม่เกิน 50 กิโลเมตร ดังนั้นจึงกำหนดให้ระยะการขนส่งที่สะดวกที่สุดใน การนำผลผลิตมาจนถึงตลาด อยู่ในระยะไม่เกิน 50 กิโลเมตร (แผนที่ที่ 5.1)

การศึกษาต้องการหาพื้นที่ซึ่งอยู่นอกเขตรัศมีการให้บริการเกี่ยวกับการรับซื้อของตลาด แหล่งต่างๆ ที่สำคัญ จึงกำหนดรัศมี 50 กิโลเมตรจากตัวตลาดแต่ละแห่งเป็นระยะทางที่เกษตรกร ได้รับความสะดวกในการขนส่งผลผลิตด้วยตัวเอง และภายในรัศมี 100 กิโลเมตร เป็นระยะทางที่ ผู้ดำเนินการขนส่งเป็นคนกลางอื่นๆ) โดยเลือกตลาดที่มีความสำคัญด้านค้าส่งมากกว่าการค้าปลีก ได้แก่ ตลาดผลไม้ในอำเภอหลังสวน ตลาดผักและผลไม้ในอำเภอนครศรีธรรมราช ตลาดผักและผลไม้ในอำเภอหาดใหญ่ และตลาดผักและผลไม้ในอำเภอสุโขทัย

จากการแสดงขอบเขตของรัศมีการให้บริการของตลาดค้าส่งที่สำคัญทั้ง 4 แห่ง พบว่ามี พื้นที่บางบริเวณที่อยู่นอกระยะ 100 กิโลเมตร จากตลาด พื้นที่เหล่านี้ได้แก่

พื้นที่บางส่วนของอำเภอท่าแซะ ของอำเภอปะทิว ในจังหวัดชุมพร

พื้นที่ทั้งหมดของอำเภอเกาะสมุย ของอำเภอเกาะพะงัน ของอำเภอพนม และพื้นที่บาง ส่วนของอำเภอดอนสัก ของอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ของอำเภอคีรีรัฐนิคม ของอำเภอบ้านตา ขุน ของอำเภอบ้านนาเดิม ของอำเภอพุนพิน ของอำเภอเคียนซา ของอำเภอพระแสง และของ อำเภอชัยบุรี ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

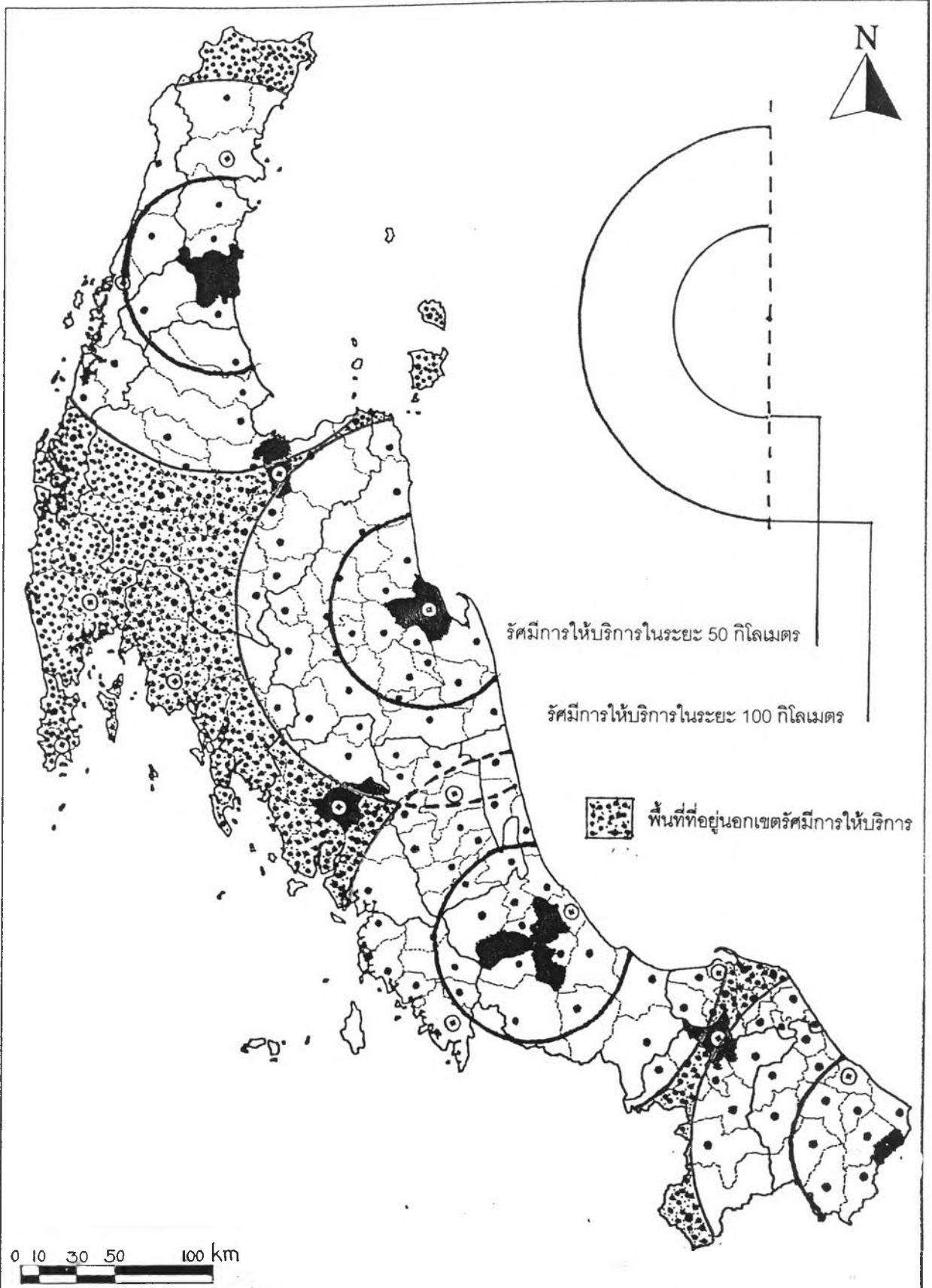
พื้นที่บางส่วนของอำเภอกระบี่ และพื้นที่ทั้งหมดของอำเภออื่นๆ ในจังหวัดพังงา

พื้นที่ในทุกอำเภอของจังหวัดภูเก็ต

พื้นที่บางส่วนของอำเภอเขาพนมและพื้นที่ทั้งหมดในทุกอำเภอยกเว้นอำเภอลำทับ ใน จังหวัดกระบี่

พื้นที่บางส่วนของอำเภอเมืองตรัง ของกิ่งอำเภอหาดสำราญ ของอำเภอย่านตาขาว และ ของอำเภอปะเหลียน รวมถึงพื้นที่ทั้งอำเภอของอำเภอวังวิเศษ ของอำเภอสิเกา ของอำเภอกันตัง ของอำเภอนาโยง ในจังหวัดตรัง

พื้นที่บางส่วนของอำเภอเบตง ของอำเภอเมืองยะลา ของอำเภอยะหา ในจังหวัดยะลา



แนวทางการพัฒนาโครงข่ายและที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ที่สอดคล้องกับพื้นที่ผลิตในภาคใต้ของประเทศไทย

<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ที่ตั้งอำเภอ / - - - - - เส้นแบ่งเขตอำเภอ ⊙ ที่ตั้งจังหวัด / ————— เส้นแบ่งเขตจังหวัด <p>ที่มา: จากการศึกษาและการสำรวจภาคสนาม</p>	<p>แผนที่ 5.1</p> <p>แสดงรัศมีการให้บริการของตลาดผักและผลไม้ระดับภูมิภาค</p>
---	--

พื้นที่บางส่วนของอำเภอมายอ ของอำเภอกะพ้อ ของอำเภอปะนาเระ ของอำเภอยะรัง และพื้นที่ทั้งหมดของอำเภอยะหริ่งในจังหวัดปัตตานี

พื้นที่ในอำเภอเหล่านี้อยู่นอกรัศมีการบริการของตลาดค้าส่งสำคัญ การเดินทางไปยังตลาดดังกล่าวคือ อำเภอหลังสวน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอหาดใหญ่และอำเภอสุไหงโกลنجต้องใช้เวลาเดินทางนาน การขนส่งผลผลิตผักผลไม้ไปยังตลาดเหล่านี้จึงไม่สะดวกเท่าที่ควร

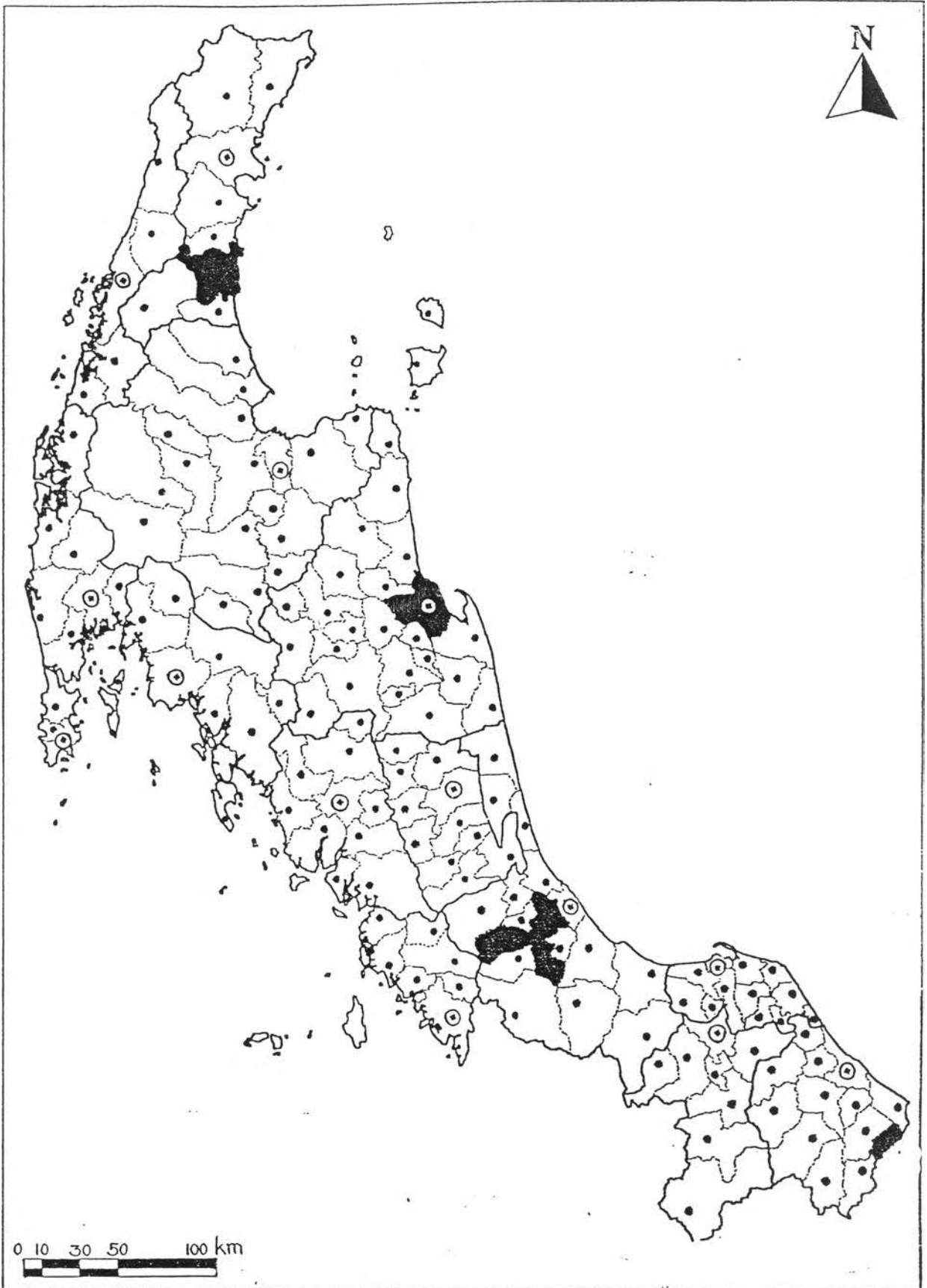
นอกจากนี้ยังมีตลาดผักผลไม้ที่สำคัญอีก 3 แห่ง คือ ตลาดโพธิ์หวายในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ตลาดเมืองใหม่ในอำเภอเมืองยะลา และตลาดท่ากลางในอำเภอเมืองตรัง ตลาดเหล่านี้มีรูปแบบการซื้อขายที่มีทั้งการค้าปลีกและการค้าส่ง การซื้อขายส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายของผู้บริโภคในท้องถิ่นกับผู้ค้ามากกว่าการค้าส่งเพื่อการส่งออกอย่างเช่นตลาดอีก 4 แห่งข้างต้น อย่างไรก็ตามตลาดทั้ง 3 แห่งหลังนี้ ก็ยังมีการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตในลักษณะค้าส่ง โดยผลผลิตที่นำมาจำหน่ายผลิตได้ในท้องถิ่น จากที่ตั้งของตลาดทั้ง 3 แห่งพบว่า อยู่ห่างจากตลาดค้าส่งกลุ่มแรกประมาณ 100 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะที่สูงสุดเขตของรัศมีการให้บริการของตลาดกลุ่มแรก นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สังเกตว่าตลาดผักผลไม้กลุ่มหลังนั้นยังมีรัศมีการให้บริการของแต่ละแห่งที่ช่วยเพิ่มขอบเขตการให้บริการแก่เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลให้กว้างขวางขึ้น นับเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกรได้มีแหล่งรวบรวมและรับซื้อผลผลิตโดยไม่ต้องเดินทางไปยังตลาดค้าส่งในกลุ่มแรก ผู้ค้าในตลาดทั้งสามแห่งนี้จะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรแล้วส่งไปยังตลาดค้าส่งที่มีขนาดใหญ่กว่าอีกครั้งหนึ่ง และผลผลิตบางส่วนก็จะถึงมือผู้บริโภคในท้องถิ่นได้รวดเร็วอีกด้วยซึ่งเป็นช่องทางการกระจายผลผลิตอีกทางหนึ่ง

5.2 ระดับของตลาดผักและผลไม้

ระดับของตลาดผักและผลไม้ซึ่งพิจารณาเน้นหนักที่ตลาดค้าส่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับแม้ว่าบางครั้งอาจจะแบ่งได้ไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากตลาดที่มีระดับสูงก็จะทำหน้าที่ให้บริการเสมือนตลาดในระดับที่ต่ำกว่าอีกด้วย

5.2.1 ตลาดระดับภูมิภาค

ตลาดในระดับภูมิภาคจะมีลักษณะการซื้อขายที่เน้นการค้าส่งเป็นสำคัญ ตลาดระดับนี้เป็นตัวกลางเชื่อมโยงตลาดในระดับท้องถิ่นที่ต่ำกว่ากับตลาดปลายทางซึ่งอยู่เหนือขึ้นไป มากกว่าจะให้บริการซื้อขายสินค้าแก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นโดยตรง



แนวทางการพัฒนาโครงข่ายและที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ที่สอดคล้องกับพื้นที่ผลิตในภาคใต้ของประเทศไทย

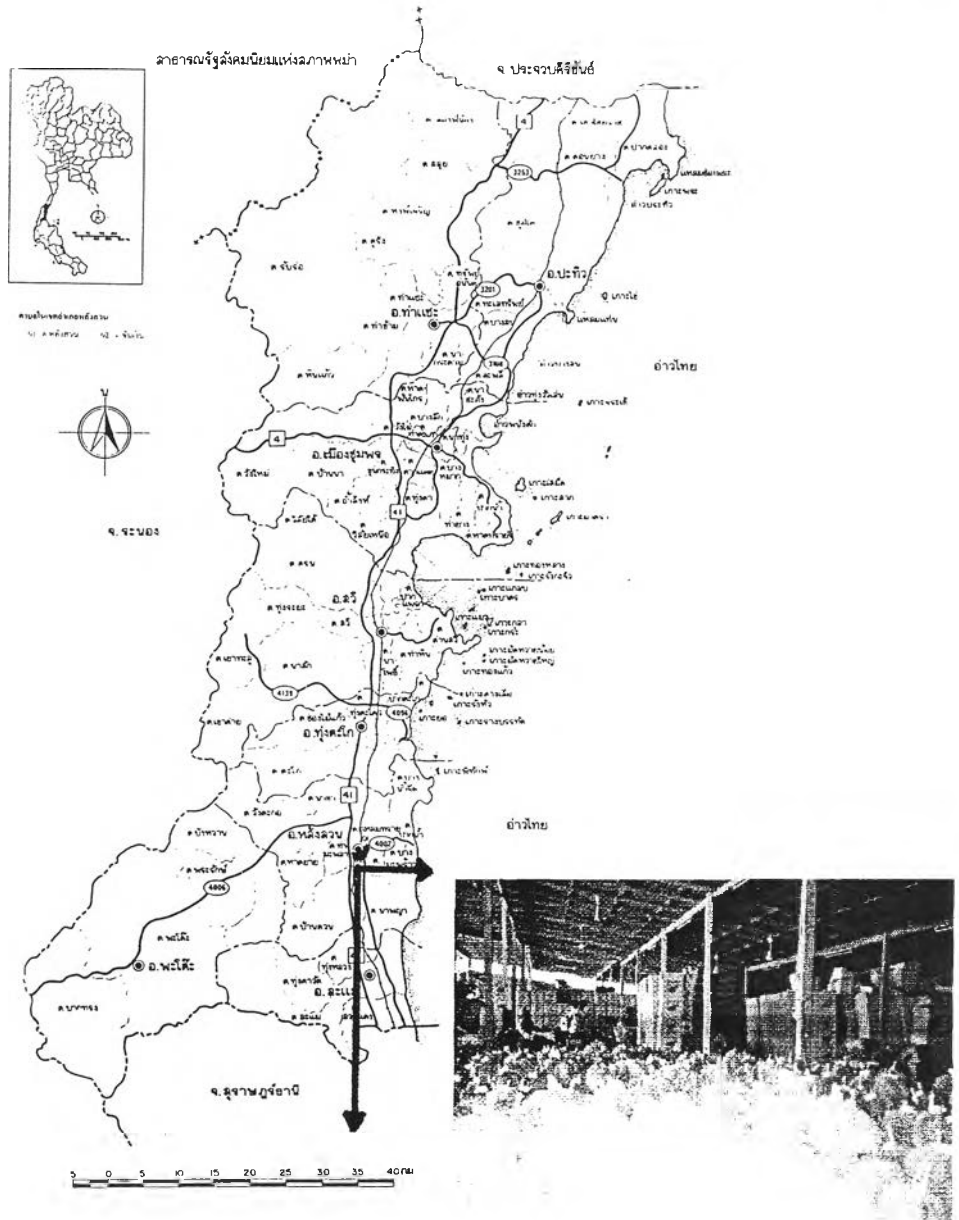
สัญลักษณ์

- ที่ตั้งอำเภอ - - - - - เส้นแบ่งเขตอำเภอ
- ⊙ ที่ตั้งจังหวัด ———— เส้นแบ่งเขตจังหวัด

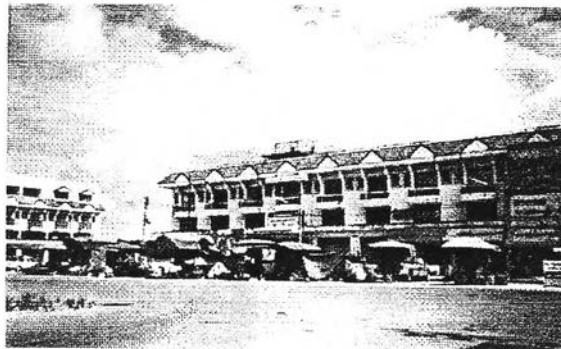
ที่มา : จากการศึกษาและการสำรวจภาคสนาม

แผนที่ 5.2

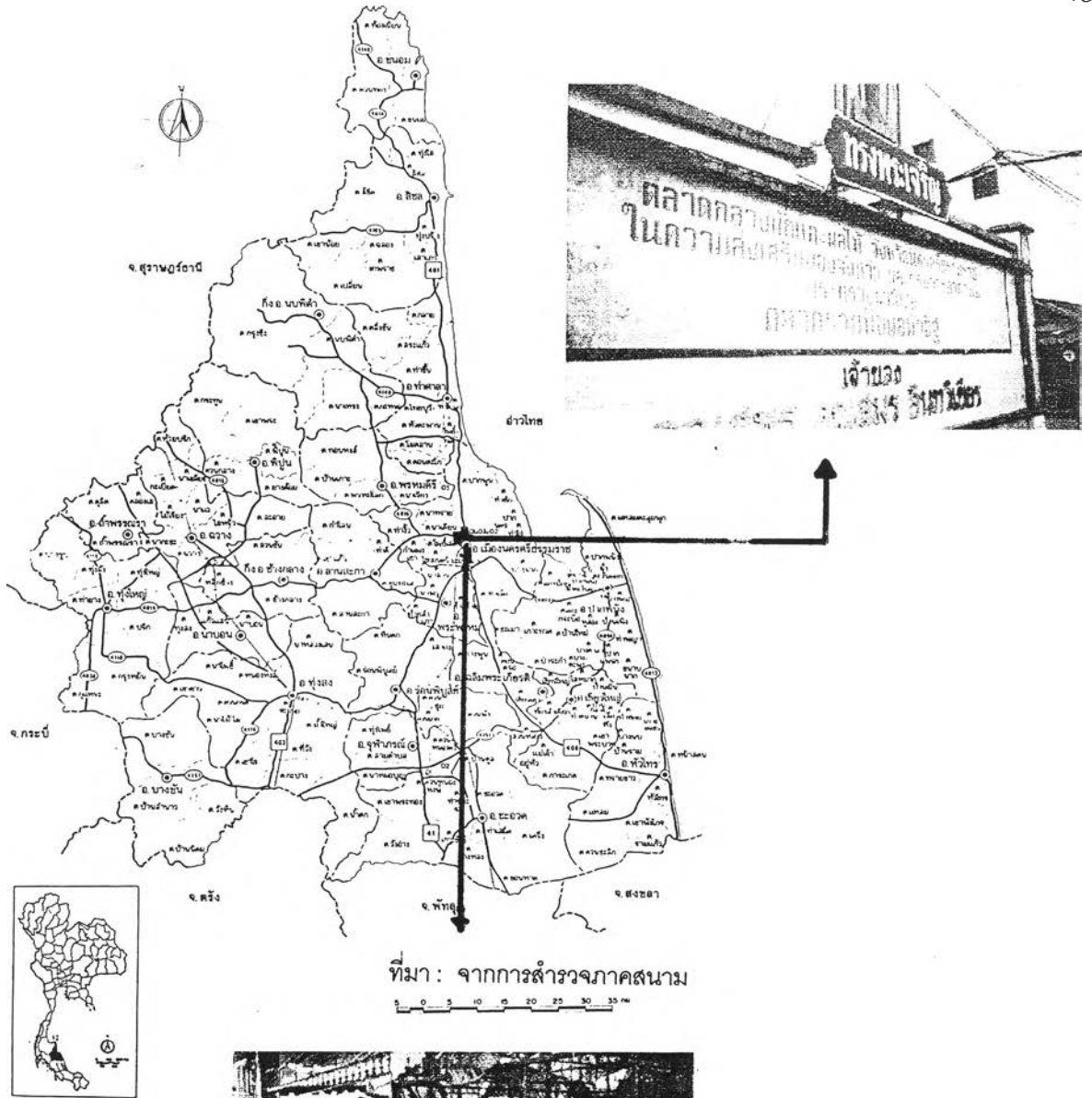
แสดงการกระจายของตลาด
ผักและผลไม้ระดับภูมิภาค



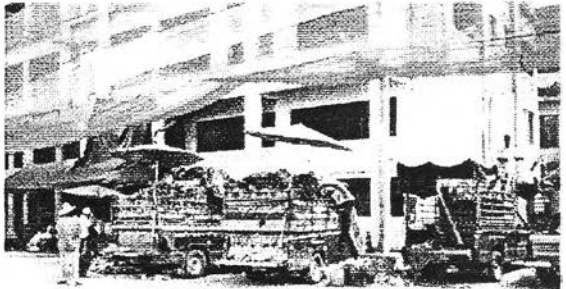
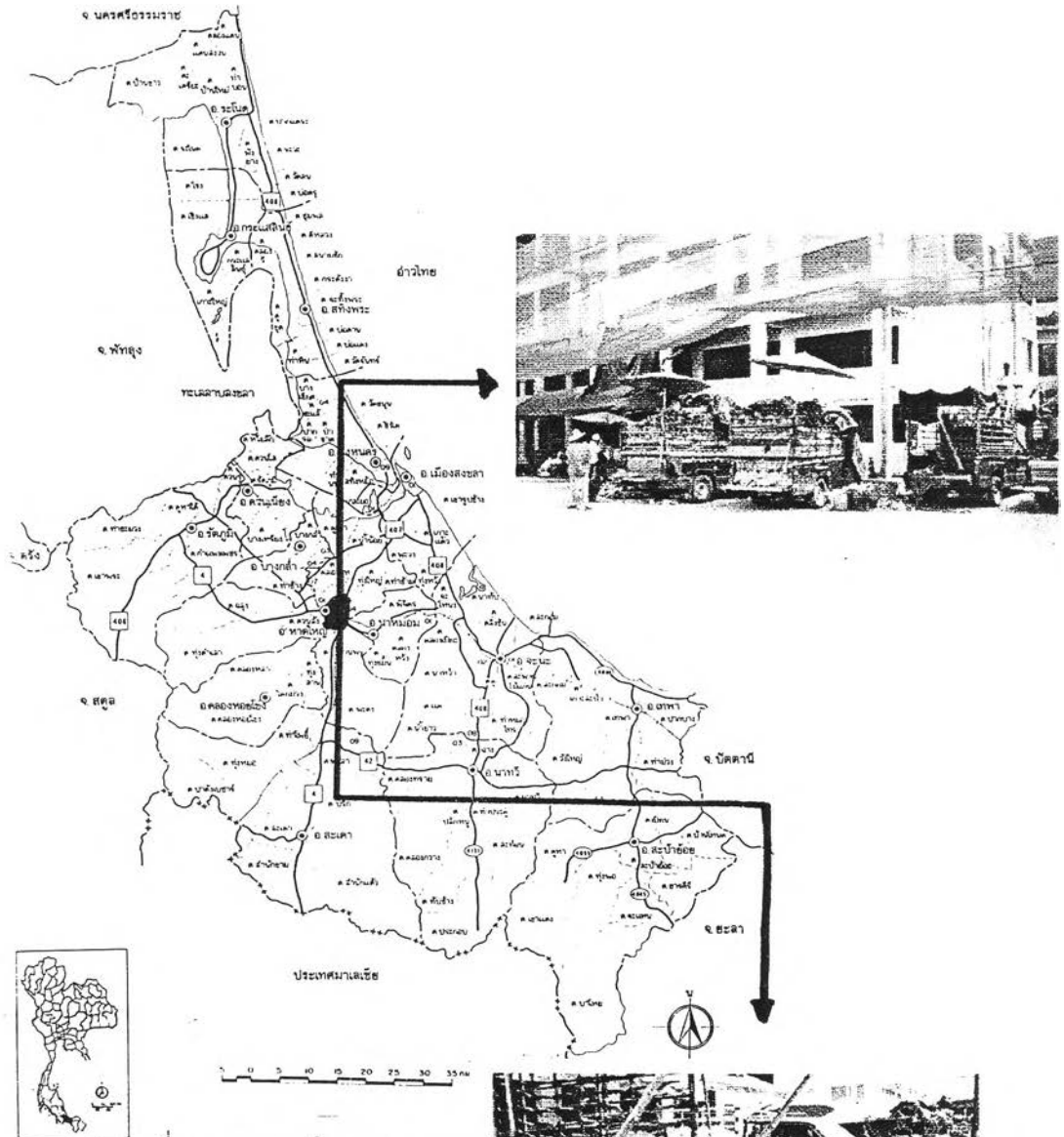
ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม



แผนที่ 5.3 แสดงที่ตั้งตลาดผลไม้ในอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร

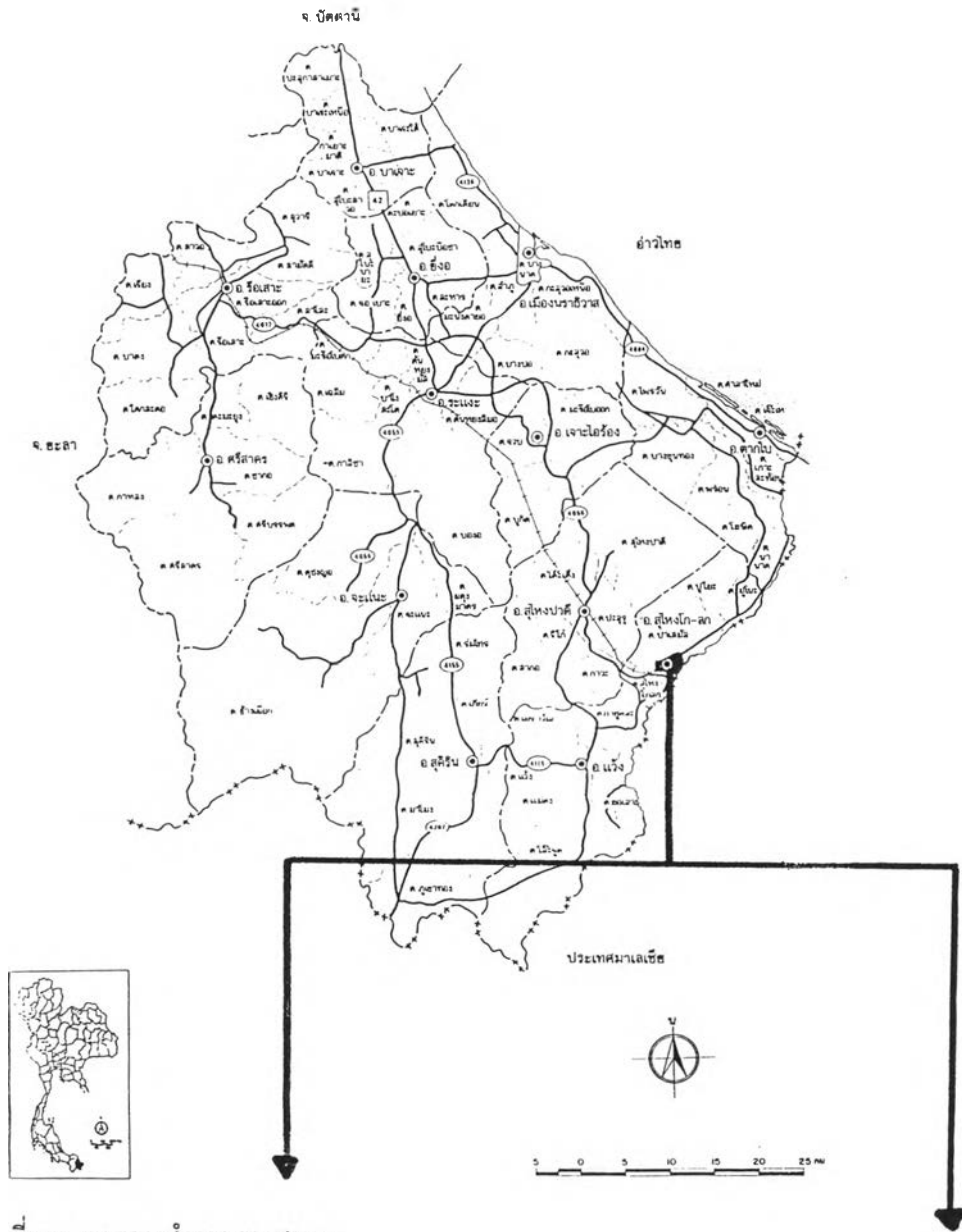


แผนที่ 5.4 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

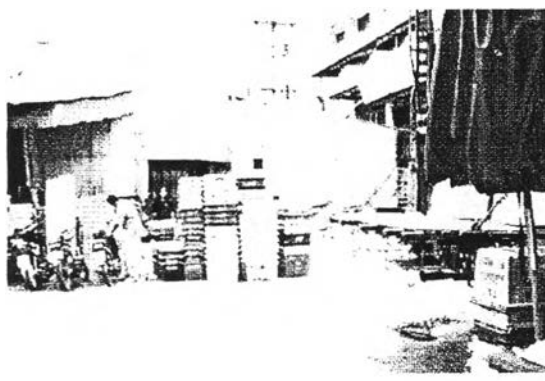


ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

แผนที่ 5.5 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม



แผนที่ 5.6 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอสหัสโฮงไกลก จังหวัดนครพนม

5.2.2 ตลาดระดับท้องถิ่น

ตลาดระดับท้องถิ่นจะทำหน้าที่ใน 2 ส่วนหลัก คือ เป็นแหล่งที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในท้องถิ่นเพื่อส่งให้ยังตลาดภูมิภาค นอกจากนี้แล้วยังเป็นแหล่งแจกจ่ายสินค้าให้ผู้บริโภคในท้องถิ่นโดยตรง จึงให้ความสำคัญกับการค้าปลีกมากกว่าตลาดระดับภูมิภาค

5.3 โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินการของตลาดแต่ละแห่ง

5.3.1 ตลาดในระดับภูมิภาค

5.3.1.1 ตลาดในอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร

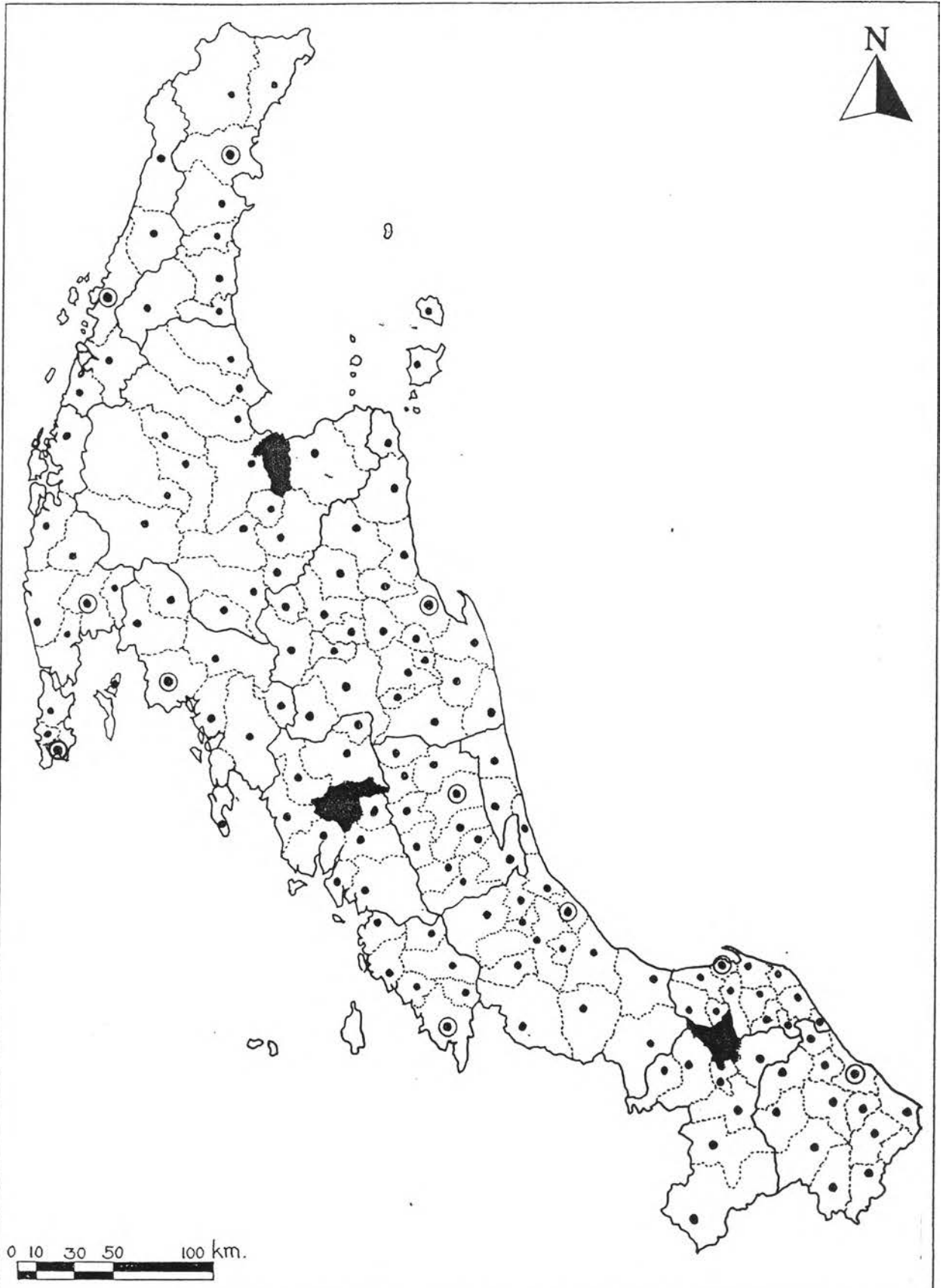
จังหวัดชุมพรเป็นแหล่งผลิตผักและผลไม้ที่หนาแน่นของภาคใต้ โดยเฉพาะผลไม้ความได้เปรียบเกี่ยวกับการจัดหาปริมาณผลผลิตเพื่อออกสู่ท้องตลาดของจังหวัดมีสูงมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีกว่าพื้นที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่แหล่งผลิตในการที่จะได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับแหล่งตลาดจุดรับซื้อผลผลิตหรือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด เช่น โรงคัดแยกขนาดผลผลิต ห้องเย็น โรงบรรจุหีบห่อผลผลิตในกรณีผลผลิตที่ส่งออก นอกจากนี้ชุมพร ยังเป็นจังหวัดอยู่ตอนเหนือสุดของภาคใต้ซึ่งเป็นเหมือนประตูที่เชื่อมกับภูมิภาคอื่นๆ ระยะทางการเดินทางมารับซื้อผลผลิตของพ่อค้าจากต่างภูมิภาคจึงได้รับความสะดวกรวดเร็ว โอกาสและความพร้อมในการที่จะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศมีมาก แต่ยังคงขาดความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการส่งออกอยู่มาก เช่น โรงคัดขนาดและบรรจุหีบห่อ ห้องเย็นเก็บผลไม้

5.3.1.2 ตลาดในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชนับเป็นแหล่งผลิตพืชผักและผลไม้ที่สำคัญอีกแห่งของภาค จึงมีความได้เปรียบในเรื่องมีปริมาณผลผลิตมากพอที่จะส่งจำหน่ายยังพื้นที่อื่นๆ ได้ นอกจากนี้จากทำเลที่ตั้งของจังหวัดซึ่งอยู่ทางตอนบนของภาคซึ่งเชื่อมต่อกับจังหวัดทางตอนล่างและจังหวัดทางฝั่งตะวันตกที่มีความดีเยี่ยมกว่าในเรื่องปริมาณผลผลิต ทำให้อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชเป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลผลิตที่มีความสำคัญในการกระจายผลผลิตที่ผลิตได้ในจังหวัด และผลผลิตที่รวมจากผู้ค้าต่างภูมิภาคไปยังพื้นที่จังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาค และผลผลิตบางส่วนยังส่งออกไปต่างประเทศใกล้เคียงอีกด้วย ดังนั้นการพัฒนาตลาดในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชจึงควรเน้นหนักที่ระบบสาธารณูปโภคเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้การกระจายผลผลิต เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา บริการขนส่ง เป็นต้น

5.3.1.3 ตลาดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อำเภอหาดใหญ่ มีความได้เปรียบเรื่องโครงข่ายการคมนาคม และบริการการขนส่ง เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญหลักของภาค ประกอบกับทำเลที่ตั้งที่ติดกับพรมแดนประเทศเพื่อนบ้านซึ่งใช้เวลาเดินทางไม่ไกล ทำให้มีบทบาทในการเป็นแหล่งรวบรวมและกระจาย



แนวทางการพัฒนาโครงข่ายและที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ที่สอดคล้องกับพื้นที่ผลิตในภาคใต้ของประเทศไทย

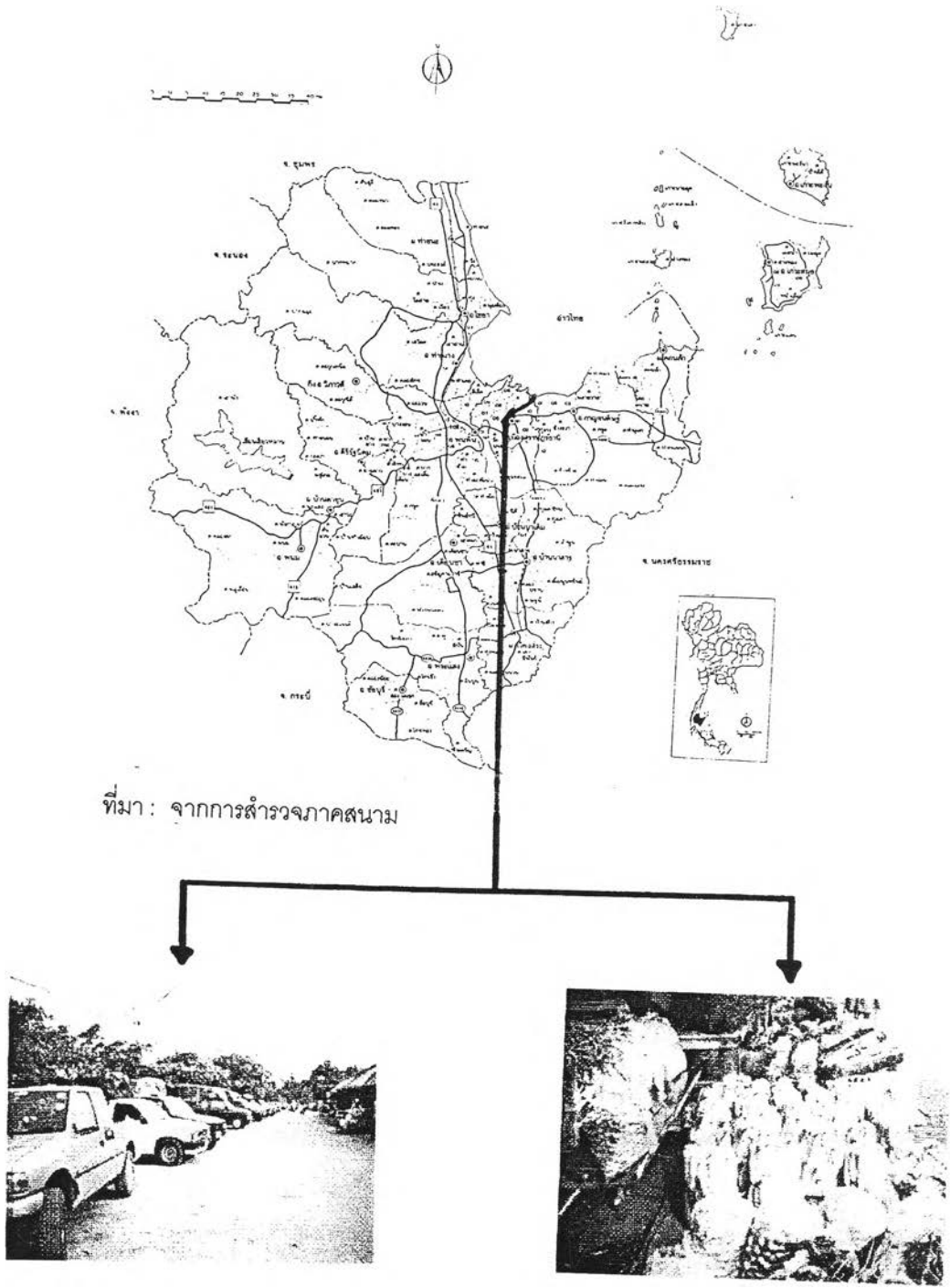
สัญลักษณ์

- ที่ตั้งอำเภอ - - - - - เส้นแบ่งเขตอำเภอ
- ⊙ ที่ตั้งจังหวัด ———— เส้นแบ่งเขตจังหวัด

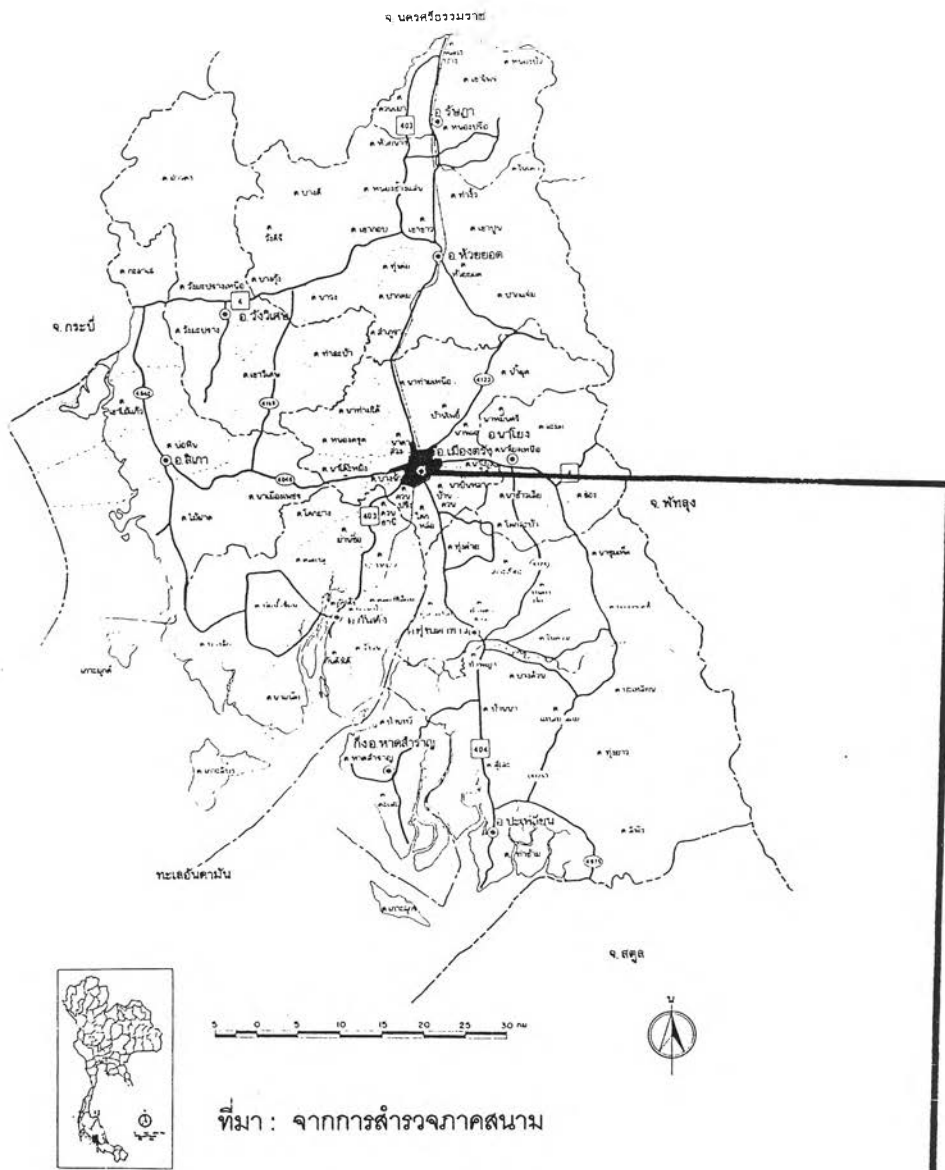
ที่มา: จากการศึกษาและการสำรวจภาคสนาม

แผนที่ 5.7

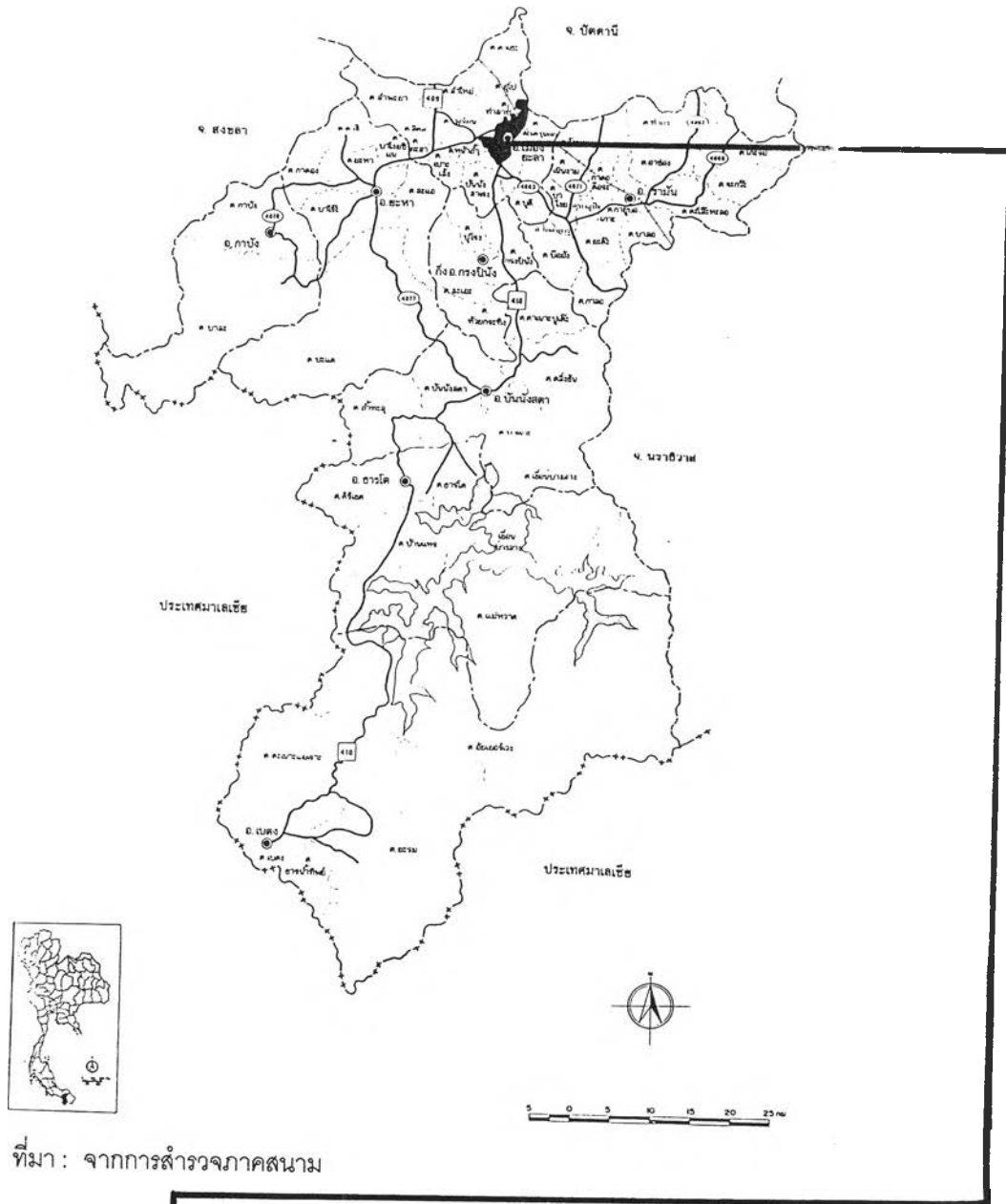
แสดงการกระจายของตลาด
ผักและผลไม้ระดับท้องถิ่น



แผนที่ 5.8 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี



แผนที่ 5.9 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง



ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม



แผนที่ 5.10 แสดงที่ตั้งตลาดผักและผลไม้ในอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

ผลผลิตขนาดใหญ่เพื่อการบริโภคในภูมิภาคและเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตามจากขนาดประชากรจำนวนมากของเมืองเอง หาดใหญ่จึงมีศักยภาพในการเป็นแหล่งตลาดบริโภคขนาดใหญ่อีกเช่นกัน การพัฒนาเพื่อสนับสนุนบทบาทของหาดใหญ่จึงมีสองประเด็นคือ การพัฒนาระบบการส่งออกสินค้าผักผลไม้ ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็ว และมาตรการในการแก้ไขการกีดกันทางการค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน

5.3.1.4 ตลาดในอำเภอสุโขทัย จังหวัดนครราชสีมา

ตลาดแห่งนี้มีโอกาสคล้ายคลึงกับตลาดในอำเภอหาดใหญ่ คือ มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลผลิตที่เน้นเพื่อการส่งออก การพัฒนาเกี่ยวกับการตลาดและการส่งออกก็ควรคล้ายคลึงกับกรณีของอำเภอหาดใหญ่ อย่างไรก็ตามอำเภอสุโขทัยนั้นอยู่ทางตอนใต้สุดของประเทศทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางหรือขนส่งสินค้า ดังนั้น การปรับปรุงเส้นทางและระบบการคมนาคมจะช่วยให้การขนส่งให้ประหยัดเวลาขึ้นได้

5.3.2 ตลาดในระดับท้องถิ่น

5.3.2.1 ตลาดในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทบาทในการเป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลผลิตให้กับจังหวัดต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียง ควรได้รับการพัฒนาด้านการคมนาคมในส่วนที่ประสบปัญหาให้ดีขึ้น อุปสรรคที่สำคัญคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ การคมนาคมในพื้นที่ห่างไกลจะไม่สามารถความสะดวกพอ

5.3.2.2 ตลาดในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

อำเภอเมืองตรังมีบทบาททางการตลาดคล้ายคลึงกับสุราษฎร์ธานี แต่เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เล็กกว่าสุราษฎร์ธานี การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกในแหล่งตลาด การดูแลรักษาความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยจึงมีความสำคัญเนื่องจากตลาดอยู่ในเขตเทศบาล หากไม่ได้รับการดูแลอย่างดีอาจทำให้เกิดปัญหาเรื่องความสะอาดและความแออัดได้

5.3.2.3 ตลาดในอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

อำเภอเมืองยะลาก็เช่นเดียวกับอีกสองอำเภอข้างต้นที่มีบทบาททางการตลาดในระดับท้องถิ่น ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสะอาดและความไม่เป็นระเบียบในตัวตลาดเนื่องจากผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าออกโรงเรียนที่ทางเทศบาลจัดไว้ให้

สรุปโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินการของตลาดแต่ละแห่งคล้ายคลึงกันสำหรับตลาดที่อยู่ในระดับเดียวกัน อย่างไรก็ตามเห็นได้ว่า ตลาดในระดับภูมิภาคโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินการจะเกี่ยวข้องกับการตลาดและโครงข่ายมากกว่าตลาดในระดับท้องถิ่น ซึ่งระดับหลังนั้นโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินการส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งตลาดเองมากกว่า