

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องตลาดกลางสินค้าเกษตรนี้ สิ่งที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกันเป็นอย่างมากก็คือ เรื่องที่ตั้งและเรื่องของการเกษตร อาจจะอธิบายให้มีความเจาะจง คือหมายถึงพื้นที่ที่เป็นตัวตลาดและสินค้าเกษตรที่จะเข้าสู่ตลาด ก่อให้เกิดกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนขึ้นในตลาด ในการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการของตลาดกลางผักและผลไม้ของจังหวัดนครปฐมครั้งนี้ได้มีการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องของมาเป็นแนวทางและรูปแบบในการศึกษา

แนวคิดที่ได้นำมาเป็นแนวทางการศึกษาประยุกต์มาจากแนวความคิดของนักคิด 2 คนด้วยกันคือ ฟอน เซอเนน และคริสตลเลอร์ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งทางการเกษตร

แนวคิดนี้ ฟอน เซอเนน ได้อธิบายไว้ โดยเขาขีดเอาเรื่องค่าขนส่งเป็นหลัก โดยเขาได้สมมุติว่ามีเมืองใหญ่เมืองหนึ่ง ตั้งอยู่กลางพื้นที่ราบที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดินที่เท่าเทียมกันที่ราบนี้ถูกล้อมรอบไปด้วยป่าไม้และถูกตัดขาดกับโลกภายนอก ดังนั้นเมืองนี้เมืองเดียวเท่านั้นที่เป็นแหล่งอุปสงค์ของสินค้าเกษตรส่วนเกินที่มาจากเขตชนบทโดยรอบ ขณะเดียวกันเมืองนี้ก็แหล่งอุปทานของสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องการในเขตชนบทโดยรอบด้วย ชาวนาหรือเกษตรกรจากทุกหนทุกแห่งในบริเวณรอบเมืองจะนำผลผลิตส่วนเกินไปขายยังตัวเมืองที่เป็นตลาดศูนย์กลางของเมืองเพียงแห่งเดียวหรือจัดว่าเป็นตลาดแบบผูกขาดด้วยพาหนะรถบรรทุกสินค้าที่ใช้ม้าลาก เป็นวิธีการขนส่งเพียงวิธีการเดียวที่ใช้กันอยู่ โดยเกษตรกรจะเป็นผู้ที่รับภาระค่าขนส่งดังกล่าวในอัตราที่เป็นสัดส่วนกับระยะทาง

เมื่อพิจารณาตามข้อเท็จจริงแล้ว มิใช่เป็นการง่ายที่จะทำให้เห็นหลักเกณฑ์ในการกำหนดโซนการเกษตรอย่างชัดเจน แต่นักภูมิศาสตร์การเกษตรทั้งหลายก็ได้พยายามสรุปหลักเกณฑ์ตามแนววิเคราะห์ของ ฟอน เซอเนน เกี่ยวกับกำหนดขอบเขตของโซนดังนี้

1. สินค้าเกษตรหรือพืชผลเกษตรที่มีการเน่าเสียได้สูงมากและขณะเดียวกันก็เป็นที่ต้องการของตลาดและมีคุณค่าสูง เช่น นมและผักสดจะต้องผลิตใกล้ตลาดเพื่อลดอัตราการเสี่ยงการสูญเสีย

เสียราคาจากการเนาเสียดังกล่าว

2. ผลผลิตที่มีราคาต่อหน่วยน้ำหนักต่ำ เช่น ไม้หรือฟางจำเป็นต้องผลิตใกล้ตลาดเช่นกัน เพราะราคาค่าขนส่งต่อหน่วยจะเท่ากับราคาที่ได้รับจากตลาดทันที ถ้าแม้มีการขนส่งเพียงในระยะใกล้มากก็ตาม ยิ่งกว่านั้น ผลผลิตเหล่านี้ยังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมากด้วย

3. สินค้าเกษตรบางประเภทที่เนาเสียง่าย อาจผ่านกระบวนการแปรรูปให้เสียได้น้อยลงและขณะเดียวกันก็ทำให้มูลค่าเพิ่มต่อหน่วยน้ำหนักจะผลิตได้ในระยะทางที่ห่างจากตลาด เช่นนมที่บริโภคสดต้องผลิตใกล้ตลาด แต่ทั้งเนยแข็งและเนยเหลวที่แปรรูปมาแล้วจะผลิตได้ในระยะทางที่ห่างออกไปเพราะ เสียได้น้อยลงและราคาก็เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับผลผลิตที่มีราคาต่ำสามารถแปรรูปให้มีราคาสูงขึ้นหรือเปลี่ยนเป็นผลิตผลราคาแพงได้เช่น พืชประเภทเมล็ดที่สามารถแปรรูปเป็นแอลกอฮอล์ได้

การวิเคราะห์และสรุปกฎเกณฑ์ของ ฟอน เธอเนน เกี่ยวกับการเกษตรดังกล่าวก็เพื่อจะหากำไรสูงสุดที่ชาวนาหรือเกษตรกรจะได้รับจากการใช้ที่ดินแปลงหนึ่ง ๆ โดยการเลือกหรือกำหนดทั้งประเภทของพืชและสัตว์ ทำเลที่ตั้งโดยคำนวณจากระยะทางห่างจากตลาด ตลอดจนเสนอแนะความเป็นไปได้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรเพื่อลดความเสี่ยงและการแข่งขันในตลาด รวมทั้งการเพิ่มผลกำไรจนถึงสูงสุด

อย่างไรก็ดี ฟอน เธอเนน ได้มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงเทคนิคและรูปจำลองของการเกษตรของเขาให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้นเพราะสมัยที่เสนอกฎเกณฑ์แรก

2.2 ทฤษฎีแหล่งกลาง

ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory) เป็นของวอลเตอร์คริสตัลเลอร์ (Walter Christaller) นักภูมิศาสตร์ชาวเยอรมันที่เขียนไว้ในหนังสือที่มีชื่อเสียงของเขา คือ "Central Placs in Southern Germany" ที่พิมพ์เผยแพร่ในปี ค.ศ. 1933 แต่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในบรรดานักภูมิศาสตร์หลังจาก ค.ศ. 1950 แล้วในขณะที่แนวคิดทฤษฎีของ ฟอน เธอเนน เกี่ยวข้องกับการกระจายใช้ที่ดินรอบตลาดกลางของบริเวณทางการเกษตรที่มีลักษณะเหมือนกัน และพยายามจะอธิบายแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวด้วยผลตอบแทนที่มีต่อปัจจัยการผลิตที่นั่น

แนวคิดทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ จะเกี่ยวข้องกับรูปแบบการกระจาย (Distributional Pattern) ขนาดของตลาดและศูนย์กลางการบริการของบริเวณหนึ่ง ๆ มากกว่า อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ตีรูปจำลองของทั้งสองคนจะขึ้นอยู่กับหลักการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันมากหรือกล่าวได้อีกอย่าง คือสำหรับ ฟอน เรอเนน จะกำหนดเมืองศูนย์กลางโดดเดี่ยวในบริเวณที่ราบลักษณะเดียวกัน และขยายขอบเขตการใช้ที่ดินในรูปวงแหวนออกไปรอบเมืองศูนย์กลางแห่งนี้ โดยพิจารณาจากตัวแปรเกี่ยวกับการผลิตและค่าขนส่งและราคาตลาด แต่คริสตัลเลอร์ จะวิเคราะห์ในทางกลับกัน คือจะกำหนดหรือคุณลักษณะที่ราบแบบเดียวกัน การใช้ที่ดินและค่าขนส่ง ส่วนรูปแบบทำเลที่ตั้งของการตั้งถิ่นฐาน เป็นตัวแปรที่ใช้พิจารณา ทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ นี้ นับเป็นความสำเร็จในการปรับปรุงวิธีการทั้งด้านอุปนิสัยหรือวิธีการให้เหตุผลจากการสังเกตอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่เรื่องทั่วไปและในทางตรงข้าม คือ นิรนัยหรือกระบวนการให้เหตุผลจากเรื่องทั่วไปสู่เรื่องเฉพาะให้ได้มาตรฐานในทางภูมิศาสตร์ (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527)

ลักษณะของทฤษฎีแหล่งกลางที่ออกแบบ เพื่อใช้อธิบายการกระจายของพื้นที่ของการตั้งถิ่นฐานแบบบริเวณรอบนอก และวิธีการที่พื้นที่เหล่านี้ได้รับการพัฒนาตามที่คริสตัลเลอร์ ได้ร่างหลักการเสริม ฟอน เรอเนน ดังกล่าวแล้ว พอสรุปได้ดังนี้

1. มีที่ราบที่มีลักษณะเดียวกัน โดยไม่มีขอบเขตซึ่งติดต่อกันถึงกันได้สะดวก
2. มีวิธีการขนส่งวิธีเดียวที่ใช้ได้ตลอดที่ราบ และค่าขนส่งในทุกส่วนจะเป็นสัดส่วนกับระยะทาง
3. มีความหนาแน่นของประชากรเท่ากันในทุกส่วนของที่ราบ ผู้บริโภคทุกคนมีอำนาจในการซื้อเท่ากันและต้องการสินค้าและบริการในระดับเดียวกัน
4. มีบริการของ "แหล่งกลาง" แห่งหนึ่งแห่งใดสำหรับทุกส่วนของที่ราบที่ประกอบด้วยตลาด ศูนย์กลางบริการและการปกครองและไม่มีพื้นที่ใดที่ปล่อยทิ้งไว้โดยไม่ได้รับบริการ
5. ผู้บริโภคไปใช้บริการเฉพาะที่แหล่งกลางที่ใกล้ที่สุด ที่สามารถสนองความต้องการทั้งสินค้าและบริการได้โดยเฉพาะ ในเมื่อแหล่งกลางในระดับศักยภาพต่ำกว่า คือ เล็กกว่าให้บริการที่ต้องการได้น้อยชนิดกว่าจึงอาจเกิดความจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องเดินทางไกลขึ้น เพื่อซื้อสินค้าหรือรับบริการที่ต้องการโดยเฉพาะจากแหล่งกลางที่มีระดับศักยภาพสูงกว่า คือ ขนาดใหญ่กว่าที่มีสินค้าและบริการมากชนิดกว่า

6. ผู้ให้บริการ หรือพ่อค้าผู้จำหน่ายสินค้า และบริการต่าง ๆ พยายามหาทำเลที่ตั้ง ในจุดที่มีการเข้ามาถึงได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ผลกำไรมากที่สุด แต่จะไม่มีผู้ให้บริการหรือพ่อค้าคนใด ค้ากำไรเกินควร (Excess Profit) ที่ตลาดแหล่งกลางแห่งใดก็ตาม

ทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ ได้ให้ภาพบทบาทของเมืองอย่างชัดเจนในฐานะเป็นศูนย์กลาง ให้บริการกับบริเวณเมืองและเขตอิทธิพลของเมือง ซึ่งจัดรวมเป็นภูมิภาคเดียวกันในลักษณะมหภาค คริสตัลเลอร์ ได้คิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจของเมืองในด้านการค้าและบริการมาใช้อย่างจำแนก และขนาดของเมือง ระยะห่างระหว่างเมืองและบทบาทหน้าที่ของเมือง เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างเมือง เพราะต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าและความคิดเมืองเกิดขึ้นด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ คือ อำนวยความสะดวกในเรื่องการค้าและบริการ ซึ่งในลักษณะที่เสริมทฤษฎีของ ฟอน เรอเนน ที่กล่าวถึงการใช้ที่ดินรอบเมืองในการเกษตร

อย่างไรก็ตามได้มีข้อโต้เถียงในทางทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ ก็คือ ผู้บริโภคจะไม่ เดินทางไปซื้อสินค้าหรือแสวงหาบริการไกลเกินความจำเป็น กรณีที่อำนาจการซื้อของเขาลดลง เพราะค่าขนส่ง ระยะทางไกลที่สุดที่ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้านั้นหรือเรียกได้ว่า ภายในพิสัย ของสินค้า ในท้องถิ่นเดียวกัน ผู้สนองบริการหรือพ่อค้าที่ขายสินค้าหรือให้บริการใดก็ตามจำเป็น ที่จะต้องให้บริการแก่ผู้อุปถัมภ์หรือผู้รับบริการในจำนวนที่แน่นอนและโดยทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ ประชากรมีความหนาแน่นเท่ากันทุกส่วนของบริเวณที่ราบโดย ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเป็นตัว เลขที่คงที่ จึงสามารถกำหนดขนาดพื้นที่ของตลาดที่แน่นอนหรือระดับทรงตัวของสินค้าประเภทนั้น ๆ ได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ประกอบการที่สนองความต้องการด้านสินค้าประเภทเดียวกันและต้อง พยายามให้มีลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การที่ผู้ประกอบการแยกตัวออก ไปเกินจากจุดที่ควรจะเป็น เพื่อให้ห่างจากคู่แข่งคนหนึ่งจะทำให้เขาไปใกล้คู่แข่งคนอื่น ๆ มากขึ้น การกระจายการบริการสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะของผู้ประกอบการ มีลักษณะ เป็นเหมือนรูปโครงข่ายสามเหลี่ยม ในทางปฏิบัติ พิสัยและระดับทรงตัวที่เด่นชัดของสินค้าและ บริการแต่ละประเภทมีแนวโน้มที่จะรวมกันได้หลายกลุ่มอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่สนอง ความต้องการด้านสินค้าและบริการด้วยพิสัยและระดับทรงตัวที่จำกัด ควรจะรวมกลุ่มกันสร้างแหล่ง กลางระดับต่ำขึ้นหรือเขตตลาดที่แคบเพราะผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อต่ำ ทั้งนี้เพื่อเป็นที่จำหน่ายเฉพาะ สินค้าหรือที่ให้บริการที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน นั่นก็คือ สินค้าทั่วไปที่หาซื้อกันอยู่ประจำหรือบ่อย ๆ

และบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐาน เช่นโรงเรียนที่ให้การศึกษาภาคบังคับ ร้านขายของชำและอู่ซ่อมรถ เป็นต้น และในทำนองเดียวกัน ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการด้วยพิธีและระดับทรงตัวที่กว้างกว่า ควรรวมกลุ่มกันสร้างแหล่งกลางระดับสูงตามถนนสายสำคัญในตัวเมืองหรือ ในเมืองขนาดใหญ่เพื่อจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการเฉพาะหรือพิเศษ มีประชากรมาใช้บริการที่น้อยกว่าและจำนวนน้อยกว่าเพราะไม่ใช่ของจำเป็นที่ต้องหาซื้อบ่อย ๆ และราคาแพงกว่าสินค้าธรรมดา อาทิ สถาบันการศึกษาทางเทคนิคชั้นสูงหรือมหาวิทยาลัย ร้านแฟชั่นขนาดใหญ่โรงละคร เป็นต้น ผู้บริโภคแต่ละคนจึงมีการเดินทางไปซื้อหรือใช้บริการในแหล่งกลางต่าง ๆ ที่ใกล้ที่สุดที่มีสินค้าหรือบริการที่ตนประสงค์ ด้วยเหตุผลนี้ บริเวณตลาดใหญ่หรือแหล่งกลางระดับสูงจึงมีการขายตัวร่วมกับทุกกลุ่มของบริเวณตลาดของแหล่งกลางระดับต่ำ ระดับของแหล่งกลางทั้งหลายตามลำดับความสำคัญเหล่านั้น จะพัฒนาไปพร้อม ๆ กันด้วย ซึ่ง คริสตัลเลอร์ ได้แสดงหรืออธิบายให้เห็นวิธีการพัฒนาของบริเวณตลาดเหล่านี้ด้วยรูปหกเหลี่ยม(Hexagons) หรือสมมุติให้เขตตลาดเป็นรูปหกเหลี่ยมเพื่อเป็นเขตตลาดที่สมบูรณ์แบบโดยดัดแปลงมาจากวงกลมที่รัศมีเท่ากับพิธีของสินค้าและบริการซึ่งต้องลากเส้นวงกลมให้ซ้อนหรือตัดกันเพื่อให้เกิดช่องว่างระหว่างวงกลมหรือเกิดพื้นที่ว่างบางส่วนขึ้นนั่นเอง ถ้าเพียงให้วงกลมต่าง ๆ สัมผัสกันเท่านั้นซึ่งหมายถึงความเสียเปรียบของลูกค้าหรือประชากรบริเวณนั้นที่อยู่นอกรัศมีของพิธีสินค้าหรือ เขตตลาดของแหล่งกลางใด ๆ ก็ตาม ฉะนั้น ประชากรหรือลูกค้าที่อยู่ในแนวเส้นตรงใหม่ของรูปหกเหลี่ยมนี้ คือ ผู้ที่อยู่ตรงแนวกึ่งกลางที่มีระยะทางระหว่างแหล่งกลางสองแห่งเท่ากันจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ตลาดแหล่งกลางทั้งสองแห่งได้เท่า ๆ กัน

แผนภูมิทฤษฎีแหล่งกลางรูปหกเหลี่ยม ของคริสตัลเลอร์แสดงให้เห็นถึงบทบาทของเมืองในฐานะเป็นศูนย์กลางบริการให้กับบริเวณรอบนอกที่เป็นเขตอิทธิพลของเมืองนั้น ๆ ตามลำดับคักย์ การตั้งถิ่นฐานที่หวังจะให้พัฒนาขึ้นในบริเวณเช่นนี้ แต่ละแห่งควรจะมีขนาดเท่าเทียมกันในเรื่องของลักษณะภูมิประเทศทรัพยากร ประชากรและอำนาจในการซื้อตลอดจนการคมนาคมเข้าออกบริเวณนี้ได้ง่ายและสะดวกทุกทิศทางเท่ากัน

2.3 สรุปแนวความคิดจากทฤษฎีของ ฟอน เรอเนนและคริสตัลเลอร์ ที่เกี่ยวข้องกับ ตลาดกลางสินค้าเกษตร

ทฤษฎีทั้ง 2 ทฤษฎีข้างต้นนั้น เมื่อพิจารณาว่ามีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธกันอย่างไรกับ เรื่องตลาดกลางสินค้าเกษตร พบว่า ลักษณะการดำเนินการด้านตลาดกลางสินค้านั้นพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญกล่าวคือ หากเป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรภายในท้องถิ่นก็มักจะตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็น ศูนย์กลางของท้องถิ่นนั้น โดยผลิผลกาเกษตรส่วนใหญ่จะผลิตในพื้นที่รอบ ๆ และไม่ห่างจาก ตลาดกลางมากนัก เพราะการขนส่งสินค้าจะคำนึงถึงระยะทางที่เหมาะสม ไม่ไกลมาก เช่นเดียวกับ การขนส่งสินค้าจากตลาดกลางไปสู่ผู้บริโภคนั้นก็คำนึงถึงในเรื่องนี้ เช่นเดียวกันเพราะสินค้าเกษตรเป็น สินค้าที่เสียหายง่าย

ตลาดกลางในระดับอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกันย่อมคำนึงถึงความเป็นศูนย์กลางของพื้นที่และ ระยะทางเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามอาจสรุปแนวคิดข้างต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่อง ตลาดกลางสินค้าเกษตร ให้เป็นข้อ ได้ดังนี้

1. สภาพที่ตั้งของตลาดกลางสินค้าเกษตรโดยทั่วควรเป็นที่ราบมีความสะดวกในการเข้าถึง เพราะจะเป็นการง่ายต่อการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด
2. ตลาดกลางสินค้าเกษตรควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของเมือง จังหวัด ภาคหรือ ประเทศ
3. ตามทฤษฎีของคริสตัลเลอร์วิธีการนำสินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดต้องมีวิธีการเดียวแต่ในเรื่องการดำเนินการของตลาดกลางสินค้าเกษตรในปัจจุบัน การขนส่งเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะทำให้ การดำเนินการของตลาดกลางเป็นไปได้ด้วยดีดังนั้นจึงควรจะมีการขนส่งหลาย ๆ วิธีการที่จะนำ สินค้าเข้าสู่ตลาด
4. การกำหนดลำดับคักข์ของตลาดแหล่งกลางตามทฤษฎีของ คริสตัลเลอร์ นั้นมีแนวคิด เหมือนการกำหนดขนาดของตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรขนาดใหญ่จะสามารถ ให้บริการกับประชาชนได้มากกว่าและในรัศมีของระยะทางที่มากกว่าตลาดกลางที่มีขนาดเล็ก
5. พ่อค้าที่จะนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดกลางนั้นจะเลือกเข้ามาค้าขายในตลาดกลางที่ สะดวกในการนำสินค้าเข้าออกและมีปริมาณลูกค้ามากพอ เพื่อจะได้ผลกำไรมากที่สุด

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดการเกษตรและการตลาด

ตลาดการเกษตร ซึ่งหมายรวมถึงการจำแนกแจกจ่ายผลผลิตทางการเกษตรด้วยนั้น (agricultural markets and marketing) นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีปัญหา มากมายซับซ้อนมาตลอด ช่วงที่เกษตรกรไม่ได้ผลิตเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนของตนเพียงอย่าง เดียว แต่มีความมุ่งหวังเพื่อตอบสนองในเชิงธุรกิจการค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้ผลผลิตหรือสินค้า ทางการเกษตรของตนไปถึงมือผู้บริโภค จึงเกิดมีกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นจะต้องทำในอันที่จะ เคลื่อนย้ายสินค้า และบริการต่าง ๆ จากมือผู้ผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย (ทองโรจน์ อ่อนจันทร์ อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์ ,2535) ได้ชี้ให้เห็นว่า สินค้าจากมือเกษตรกรผู้ผลิต จะถึงมือของผู้บริโภคนั้น มีกิจกรรมทางธุรกิจมากมายซึ่งจำเป็นจะต้องทำ ดังตัวอย่างสินค้าข้าว ที่กิจกรรมการตลาดเริ่มต้นจากการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชาวนาโดยพ่อค้า ซึ่งอาจเป็นพ่อค้าท้องถิ่น ซื้อข้าวชาวนามารวบรวมไว้ก่อนแล้วขนส่งไปเก็บไว้ในยุ้งฉางของตน ขึ้นต่อไปอาจขายให้โรงสี ข้าวก็จะถูกสีหรือแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารจากนั้นจะทำการจัดชั้นคุณภาพข้าวหรือคัดเกรด แล้ว พ่อค้าโรงสีอาจขายส่งให้แก่พ่อค้าขายปลีกที่จะขายปลีกแก่ผู้บริโภคซึ่งนำข้าวสารนั้นไปบริโภค ซึ่งเป็นอันหมดกิจกรรมการตลาด Smith(อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์,2538) ได้พูดถึงความ เชื่อมโยงระหว่างชาวนาหรือเกษตรกรกับผู้บริโภคในอดีตก่อน 50 ปี ถึง 100 ปีว่า เป็นเรื่อง ที่ก่อให้เกิดความกดดันที่หลากหลายอันเป็นมูลฐานของการปรับโครงสร้างการเกษตรใหม่ ทั้งนี้ เพราะการที่เกษตรกรถูกคุกคามให้อยู่ในภาวะหรือมีบทบาทที่จำยอมไม่สามารถจะต่อสู้ดิ้นรนได้มาก ขึ้นเรื่อย ๆ ในระบบของการผลิตอาหารนั้น การเข้าแทรกแซงช่วยเหลือโดยรัฐบาลจึงเป็นสิ่ง จำเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าว รัฐบาลจึงเป็นตัวที่ช่วยปรับโครงสร้างระบบตลาดทางการ เกษตรใหม่ต่อไปอย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างและการจัดกลุ่มใหม่ในการขายปลีก การแปรรูปและอุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์การเกษตรจะมีผลต่อชาวนาหรือเกษตรกรโดยตรง สำหรับ นักภูมิศาสตร์การเกษตรด้วยแล้ว ลักษณะและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะปรากฏหรือ พบในประเด็นวิจัยสำคัญของเขาส่วนใหญ่ Smith (1986, 1974) (อ้างถึงใน วันเพ็ญ สุรฤกษ์) ยังได้พูดถึงความเชื่อมโยงระหว่าง เกษตรกรและตลาดผลผลิตของพวกเขาว่าจะ เป็น ตัวกำหนดรูปร่างองค์การทางเศรษฐกิจของภูมิภาคชนบท เพราะความเชื่อมโยงเหล่านี้ไม่เพียงแต่

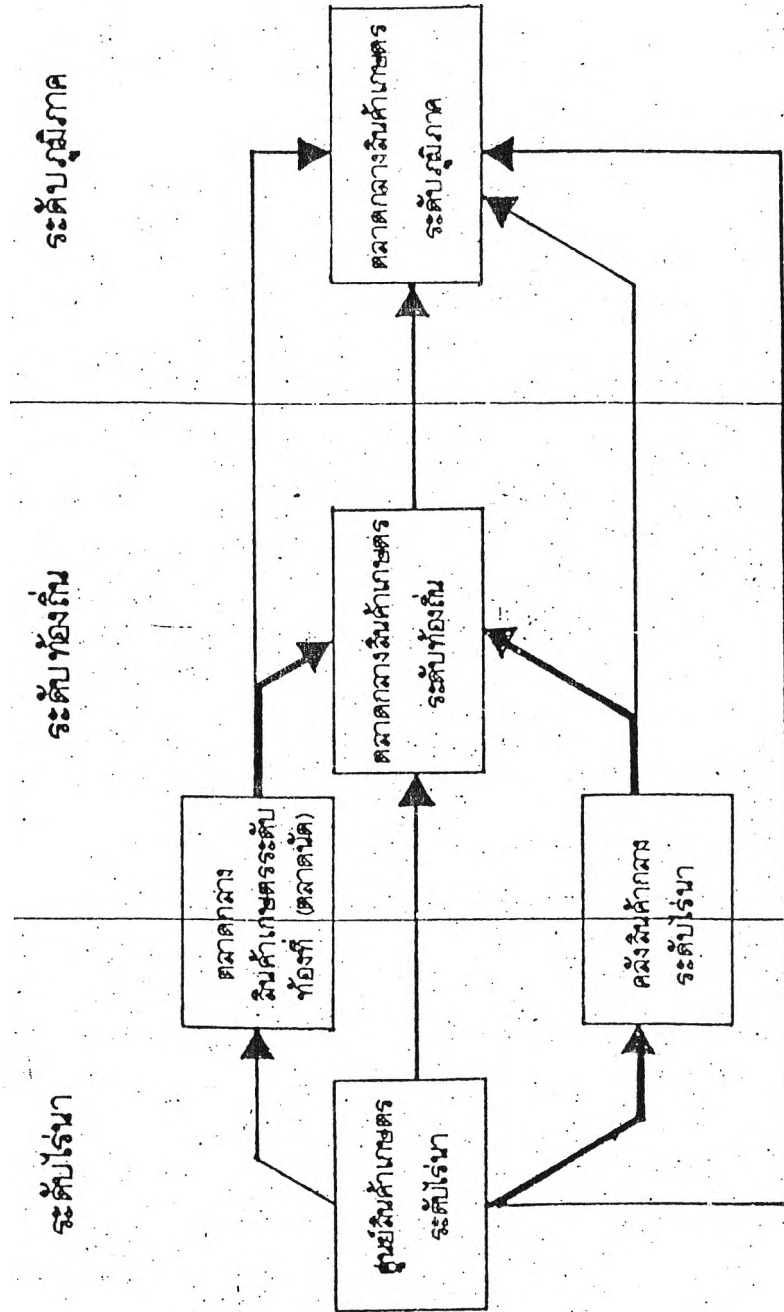
จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ยังคงมีผลต่อโครงสร้างและขนาดของการดำเนินกิจการฟาร์มรวมทั้งอัตราและทิศทางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นอกจากนี้เขายังได้อ้างถึง Skinner (1967) ที่ให้ความเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสามารถเปลี่ยนพื้นฐานองค์การของสังคมหรือชุมชนเกษตรกรรมได้และอ้างถึง Brown (1984) ที่พูดถึงผลที่ตามมาว่าความสำคัญของการตลาดทางการเกษตรได้ก้าวออกไปนอกเหนือจากการเป็นเพียงการจัดหา-การกระจาย-การบำรุงรักษาระบบการขนส่ง แต่ยังเป็นผลกระทบต่อมา หรือสาเหตุมูลฐานของข้อขัดแย้งทางการเมือง ความยุติธรรมทางสังคมและอำนาจทางเศรษฐกิจ Smith (1986) จึงได้ตรวจสอบถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงของตลาดทางการเกษตรและสำรวจบทบาทสองลักษณะของตลาดในฐานะ เป็นวิถีทาง ต่อ การขนส่ง-กระบวนการ-การเก็บรักษา-และการคัดคุณภาพผลิตผล และเป็นระบบข่าวสารข้อมูลหรือระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงผลผลิตกับผู้บริโภคในเรื่องของสถานที่-เวลา-และรูปแบบ บทบาทเหล่านี้จะทำให้ระบบตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงต่อชุมชนเกษตรและการเปลี่ยนแปลงนี้จะแพร่กระจายไปเกือบทุกส่วนด้วยความจำเป็นของความเป็นเมือง นักภูมิศาสตร์การเกษตรจะมีส่วนเพียงเล็กน้อยต่อเรื่องต่าง ๆ ในตลาดปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาที่การเกษตรต้องเผชิญในโลกอุตสาหกรรม แต่ความพยายามต่าง ๆ ที่จะประยุกต์ทฤษฎีทางด้านพื้นที่ที่มีอยู่เกี่ยวกับตลาดมาใช้นั้น นับว่า ยังมีการวิเคราะห์ที่ไม่สมบูรณ์ คือ การวิเคราะห์ในเรื่อง (1) ความซับซ้อนของอุปสงค์และ (2) ลักษณะของนโยบายการเกษตรแห่งชาติ ฉะนั้น การกำจัดหรือปลดปล่อยข้อบกพร่องเหล่านี้ นักภูมิศาสตร์หรือนักภูมิศาสตร์การเกษตรสามารถมีส่วนช่วยสำคัญ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนนโยบายและการพัฒนาชนบท

ดังที่กล่าวแล้วว่า การตลาดจะไม่เกิดในระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพที่บริสุทธิ์แต่เกษตรกรจะให้ความสำคัญอันดับแรกต่อการผลิตพืชผลที่ตลาดต้องการอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะความต้องการของประชากรในท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดรูปแบบของตลาดที่ง่ายที่สุด ที่ซึ่งผู้ผลิตและผู้ซื้อมาติดต่อกันซื้อขายกันโดยตรง อย่างไรก็ตามเราได้ทั่วไปในท้องถิ่นชนบทเกษตรของไทยอย่างไรก็ดี เมื่อมองถึงโครงสร้างของตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดผลิตผลเกษตรว่า มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้น สำหรับประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้พิจารณาตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะการค้าทั่วไปกับระดับตลาดและประเภทพ่อค้าเป็นสำคัญ ลักษณะการค้าโดยทั่วไปแล้วจะมุ่งพิจารณาแหล่งหรือจุดซื้อขายที่มีทำเลที่แน่นอนและไม่แน่นอน หรือผันแปรไปตามความสะดวก โอกาสและความ

ต้องการสินค้าในระดับตลาดต่าง ๆ ตั้งแต่ตลาดของแหล่งผลิตโดยตรง อาทิ ที่แปลงนาหรือตลาดของหมู่บ้าน ตลาดระดับตำบล - อำเภอ - และจังหวัด นอกจากนี้ ก็มุ่งวิเคราะห์สถานการณ์ภาพความสัมพันธ์ของพ่อค้าผู้ซื้อผลผลิตกับเกษตรกรผู้ขายผลผลิตในประเด็นหลังนี้มักจะพบว่า เกษตรกรผู้ขายผลผลิตมักจะอยู่ในฐานะ เป็นฝ่ายเสียเปรียบ โดยจะถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางซึ่งปกติแล้วจะเป็นผู้ตั้งราคาหรือกำหนดราคาซื้อขายอยู่เสมอ ๆ นั่นก็คือเกษตรกรที่มีที่ถือครองขนาดเล็กหรือเกษตรกรรายย่อยที่ยังขาดการรวมพลังเพื่อการต่อรองจะเป็นฝ่ายที่ต้องเผชิญหรือเสี่ยงต่อการขาดทุนหรือการได้ผลกำไรไม่คุ้มค่านอกเสียจากว่า ทั้งสองฝ่ายจะมีความรู้จักมักคุ้นและเป็นเจ้าประจำด้านการค้ากันมาเป็นเวลานาน จึงจะมีผลต่อการลดอัตราเสี่ยงของเกษตรกรผู้ผลิตเพื่อขายได้บ้าง ส่วนเรื่องของระดับตลาดและประเภทของพ่อค้านั้น จะทำให้เห็นโครงสร้างของตลาดแบบง่าย ๆ จนถึงแบบที่ซับซ้อนมากกว่า คือ ตั้งแต่ตลาดท้องถิ่นในแหล่งผลิต ตลาดท้องถิ่นในระดับอำเภอและจังหวัด และตลาดปลายทาง(terminal market) ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตลาดส่งออกด้วย ความแตกต่างของโครงสร้างของตลาดต่างระดับจะชัดเจนเพราะตลาดท้องถิ่นจัดเป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตขั้นต้นเป็นตลาดขนาดเล็กการแข่งขันกันมีน้อย ในขณะที่ตลาดท้องถิ่นเป็นตลาดรวมระดับอำเภอและจังหวัดที่มีขนาดใหญ่มีปริมาณการซื้อขายรวมทั้งสิ้นอำนวยความสะดวกด้านการตลาดก็ค่อนข้างสมบูรณ์ นับเป็นแหล่งกระจายข่าวสาร การค้าสำคัญสำหรับเกษตรกร เป็นตลาดที่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาผลผลิตการเกษตร ฉะนั้น การแข่งขันกันทางการค้าจึงมีไม่มากนัก เดียวกับตลาดท้องถิ่น สำหรับประเภทของพ่อค้าหรือพ่อค้าคนกลางของตลาดทั้งสองระดับไม่แตกต่างกันนัก คือ มีทั้งพ่อค้าประจำ พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่ พ่อค้าโรงงาน พ่อค้าปลีกและรัฐวิสาหกิจและสถาบันเกษตรกร สำหรับตลาดปลายทางจะมีลักษณะเด่นชัดในแง่ที่เป็นแหล่งรวมผลผลิตเกษตรจากทั่วทุกภาคหรือทั่วประเทศ เป็นตลาดใหญ่ที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกด้านการตลาดครบและมีอิทธิพลในการกำหนดราคาผลผลิตเกษตรภายในประเทศ เป็นแหล่งให้ข่าวสารการค้าที่สำคัญลักษณะที่ต่างจากสองตลาดแรกก็คือ การเป็นตลาดที่มีการแข่งขันมากและมีโครงสร้างซับซ้อน รวมทั้งเป็นตลาดส่งออกดังกล่าวแล้ว ตลอดจนได้ช่วยแจกจ่ายผลผลิตไปยังตลาดที่ขาดแคลนทั่วประเทศและประเภทพ่อค้าคนกลางที่ไม่เหมือนและแตกต่างไปจากตลาดท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น คือ จะไม่มีพ่อค้าประจำ แต่จะมีเพิ่มเติมประเภทพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าโรงงานแปรรูป พ่อค้าส่งออก องค์กรสะพานปลาและองค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร

กรณีพ่อค้าคนกลางนับว่า มีบทบาทในตลาดสินค้าเกษตรทั่วโลกก็ว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศโลกที่สามที่เศรษฐกิจและรายได้ของคนส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งการเกษตรอยู่ เช่น ประเทศไทย สมภพ นานะรังสรรค์ (พ.ศ. 2528) ได้พูดถึงตัวแปรสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพทางการตลาดในช่วงต่อระหว่างพ่อค้าปลายทางกับพ่อค้าท้องถิ่นก็คือการมี "หยง" มาช่วยเชื่อมโยงพ่อค้าทั้งสองตลาดที่อาจมีอุปสรรคด้านทำเลหรือแหล่งที่ตั้งให้บรรจบพบกันได้ เพราะธุรกิจหลักของหยงก็คือ การเป็น "นายหน้า" ขายผลผลิตการเกษตรต่าง ๆ แทนพ่อค้าท้องถิ่นโดยได้รับค่านายหน้า (commission) ตอบแทน (ประมาณร้อยละ 0.5-1.0 ของมูลค่าการซื้อขายผลผลิตหรือสินค้าเกษตรแต่ละครั้ง) หยงจะช่วยเสาะแสวงหาข่าวสารการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเคลื่อนไหวของราคาที่ได้จากหลายกระแส อาทิ การสอบถามจากผู้ส่งออก ผู้ค้าส่งภายในประเทศ โรงงานแปรรูปต่างๆ ฯลฯ เพื่อส่งให้พ่อค้าท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ที่เป็นลูกค้าของตนได้ใช้เป็น "เครื่องมือ" ประกอบการตัดสินใจว่าจะปล่อยหรือเก็บสินค้าของตนช่วงไหนจึงจะได้กำไรสูงสุด คือ ช่วยในการเก็งตลาดได้แม่นยำขึ้น และหยงยังให้บริการเป็นตัวแทนขายสินค้าให้พ่อค้าท้องถิ่นตั้งแต่ขนส่งไปให้ผู้ซื้อที่ตลาดปลายทาง ช่วยต่อรองรักษาผลประโยชน์ในด้านซึ่ง ดวง วัตและมาตรฐานของผลผลิตให้ลูกค้าของตนรวมถึงการเป็น "แคชเชียร์" เก็บเงินจากผู้ซื้อให้ด้วย ฉะนั้น ความซื่อสัตย์จึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งของหยง แต่เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง พ่อค้าท้องถิ่นส่วนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่ห่างไกลจากตลาดปลายทางจะติดต่อกับหยงแบบเจ้าประจำประมาณ 2-3 ราย เพื่อช่วยตรวจเช็คซึ่งกันและกันรวมทั้งการได้ข่าวสารการตลาดที่ถูกต้องกับความเป็นจริงยิ่งขึ้น แต่ถ้าจะให้ดีที่สุดหรือข่าวสารแม่นยำจริง ๆ พ่อค้าท้องถิ่นจะต้องตรวจสอบข่าวสารการตลาดจากหลายกระแสด้วยตัวเอง

พ่อค้าคนกลางอีกประเภทหนึ่งที่น่าจะได้พูดถึงในที่นี้ คือ สถาบันเกษตรกรที่รู้จักกันในนาม "สหกรณ์การเกษตร" (agricultural cooperatives) Symons (1978) (อ้างถึงในวันเพ็ญ สุรฤกษ์, 2538) ได้พูดถึงการรวมกลุ่มของชาวนาหรือเกษตรกรในหลายประเทศว่าเป็นความจำเป็นที่จะต้องรวมกันในรูปแบบของสหกรณ์เพื่อเป็นศูนย์รวบรวมและจำหน่ายผลผลิตที่เป็นพืชเศรษฐกิจหรือพืชเงินสด และผลิตผลจากปศุสัตว์ ลักษณะเช่นนี้ ทำให้กล่าวได้ว่า การมีสหกรณ์ผู้ผลิตย่อมต้องมีผลกระทบต่อพ่อค้าส่วนบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะพ่อค้าเจ้าประจำที่มีสัมพันธ์ภาพอันดีงามกับเกษตรกรหลายราย แต่ลักษณะเช่นนี้จะคงอยู่ได้ตราบเท่าที่พ่อค้าเหล่านี้จะรักษามาตรฐานการค้าที่ดีเช่นนี้ไว้ได้ สำหรับข้อเสียหรือข้อบกพร่องของงานสหกรณ์การเกษตรที่มี



แสดงวิวัฒนาการของตลาดกลางสินค้าเกษตร.

อำนาจด้านการตลาดจำกัดมาก เป็นลักษณะการรวมตัวกันของผู้ผลิตอย่างหลวม ๆ และก็ไม่สามารถจะครอบคลุมเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันไว้ได้ทั้งหมด ยิ่งกว่านั้น สหกรณ์ก็ไม่มีอำนาจที่จะควบคุมผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก หรือแม้แต่สมาชิกของตนเองที่ชอบทำลายระเบียบกฎเกณฑ์ซื้อขายผลิตผลตามอำเภอใจและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเห็นได้ราคาดีหรือราคาผลผลิตนั้น ๆ กำลังขึ้นสูงก็จะรีบขายผลผลิตออกจนหมดในทันที ในบางพื้นที่ของโลก โดยเฉพาะในเขตโลกเสรี ยุโรปเหนือและยุโรปตะวันตกที่งานสหกรณ์การเกษตรได้ผลประสบความสำเร็จ เพราะได้ช่วยเพิ่มพลังอำนาจในระบบตลาดให้เกษตรกรสมาชิกได้มากขึ้น เพราะสมาชิกต่างเคารพกฎเกณฑ์และยอมอยู่ในเงื่อนไขเดียวกัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตร

2.5.1 ความหมายของตลาดกลางสินค้าเกษตร

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

2.5.2 ลักษณะของตลาดกลางสินค้าเกษตร

อาจแยกอธิบายเป็นข้อ ๆ ดังนี้

- อาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้โดยอาจเกิดขึ้นจากการโทรศัพท์ติดต่อซื้อขายซึ่งกันและกันได้โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานที่แน่นอน
- อาจเป็นตลาดที่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน (Formal) หรือไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอนก็ได้ ตลาดที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน เช่น กำหนดไว้ว่า ผู้ที่ทำการซื้อขายกันจะต้องเป็นสมาชิกของตลาดนั้น ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน คือมีการซื้อขายกันโดยไม่มีระเบียบอะไร ใครจะมาซื้อหรือขายก็ได้ (อนวัช, 2534)

2.5.3 รูปแบบของตลาดกลางสินค้าเกษตร

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบของตลาดกลางสินค้าเกษตรว่า ตลาดกลางอาจมีหลายรูปแบบตั้งแต่รูปแบบง่าย ๆ ที่มีเพียงสถานที่ให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายแก่ผู้ซื้อโดยตรงขึ้นไปถึงตลาดกลางที่มีการประมูลและการซื้อขายล่วงหน้า ตลาดกลางแบ่งออกได้ดังนี้

- ตลาดกลางระดับไร่นา เป็นตลาดระดับล่างที่สุดและที่อยู่ใกล้ตัวเกษตรกรมากที่สุดซึ่งเกษตรกรจะเป็นผู้นำสินค้าเกษตรมาจำหน่ายด้วยตนเอง ตลาดกลางระดับไร่นาเป็นศูนย์สินค้าเกษตรที่เป็นสถานที่อำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อโดยไม่ต้องผ่านคนกลางหลายขั้นตอน การจัดตั้งตลาดกลางระดับไร่นาควรจะมีหลายแห่งที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตสินค้าเกษตร
- ตลาดกลางระดับท้องถิ่นเป็นตลาดกลางระดับสูงต่อจากระดับไร่นาซึ่งผู้ขายจะเป็นเกษตรกรและผู้รวบรวมสินค้าจากแหล่งผลิตซึ่งตลาดกลางระดับนี้อาจจะมีคลังสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกทางการตลาด มีผู้ซื้อเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นหรือระดับสูงกว่าเข้ามาประมูลซื้อ
- ตลาดกลางระดับภูมิภาค เป็นตลาดระดับใหญ่ของภาคซึ่งเป็นตลาดที่เชื่อมโยงกับตลาดกลางระดับประเทศและจะมีผู้เกี่ยวข้องกับการตลาดหลายฝ่ายมาร่วมให้บริการที่ตลาดนี้ซึ่ง ได้แก่ กลุ่มขายพืชผลของเกษตรกร พ่อค้าขายส่ง โรงงานแปรรูป พ่อค้าคนกลาง (หยง) ไปจนถึงผู้ส่งออก ตลาดกลางระดับภูมิภาคนี้ได้หลายรูปแบบ เช่น ตลาดข้าวโพดที่อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ตลาดกลางข้าวเปลือกที่อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์
- ตลาดกลางระดับประเทศเป็นตลาดกลางปลายทางที่รวบรวมผลผลิตจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายในกรุงเทพฯ จังหวัดอื่น ๆ และส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ หากวิเคราะห์ให้ดีแล้วก็จะเห็นได้ว่าตลาดกลางในระดับภูมิภาคนั้นก็ก็มีลักษณะที่เป็นตลาดกลางระดับประเทศได้เช่นเดียวกัน เพราะมีการทำหน้าที่ทางการตลาดแบบเดียวกับตลาดกลางระดับประเทศ ตลาดกลางระดับประเทศที่อยู่ไกลจากกรุงเทพฯ เป็นตลาดกลางที่มีรูปแบบไม่แน่ชัด ตัวอย่างของตลาดกลางค้าขายพืชไร่ที่ถาวรนนทรวาด ไมตรีจิต เป็นตลาดกลางของพ่อค้าส่งและนายหน้าซึ่งเป็นตลาดที่ไม่มีรูปร่างแน่นอน มีลักษณะเป็นศูนย์รวมการค้าขายข้าวสาร ข้าวโพด ถั่วต่างๆ และ

กาแพ เป็นต้น มีวิธีการค้าขายอย่างมีประสิทธิภาพและมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของราคาในตลาดแห่งนี้ จะมีความสัมพันธ์กับราคาของตลาดต่างประเทศและราคาของตลาดโลก ผู้ดำเนินธุรกิจจะสืบราคา จากพ่อค้าส่งออกและพ่อค้ารายใหญ่และส่งข้อมูลราคาไปยังพ่อค้าท้องถิ่นอื่น ๆ และทำหน้าที่เป็น คนกลางหรือที่เรียกว่า "หยง" ให้แก่พ่อค้าเหล่านั้นโดยหยงจะได้ค่านายหน้าตอบแทน หยง ให้ บริการในการจัดนำรถบรรทุกสินค้าไปยังโกดังของผู้ส่งออกดำเนินการซึ่ง ตวง และอาจให้สินเชื่อ แก่พ่อค้าที่ต้องการด้วย การติดต่อกระทำอย่างรวดเร็วโดยอาศัยโทรศัพท์ที่จำนวนหยงในตลาดกลาง แห่งนี้มีจำนวนมาก ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาวะการแข่งขันของระบบการตลาดด้วย

สำหรับตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับไร่นาและภูมิภาค สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

ก. ตลาดกลางแบบไม่มีระบบ

- ตลาดกลางแบบดั้งเดิม เป็นตลาดกลางที่ต่างคนต่างขาย ในสถานที่ ค้าขายของตนเอง แต่จะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน การค้าเป็นไปโดยเสรีไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับ การซื้อขายมักเป็นระบบต่อรองราคากันตัวต่อตัวโดยผู้ค้าอาจมีปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ตลาดเป็นของตนเอง เช่น คลังสินค้า เครื่องชั่งตวง รถบรรทุก ตลาดที่มีลักษณะดังกล่าวเช่น ตลาดกลางข้าวโพด ข้าวฟ่าง บริเวณอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยาหรือตลาดกลางสับปะรดที่ ตลาดกลาง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

- ตลาดกลางแบบใหม่ เป็นตลาดกลางที่มีรูปแบบที่พัฒนาขึ้น กล่าวคือ ตลาดกลางที่มีผู้จัดตั้งขึ้นนั้นจะมีสถานที่รวมให้ผู้ซื้อผู้ขายมาติดต่อกันได้ การค้ามีลักษณะของ การประมูลหรือการต่อรองราคา แต่ตลาดกลางมิได้มีกฎระเบียบมากมายนักและไม่มีการหมายบังคับ ตลาดกลางลักษณะดังกล่าว ได้แก่ ตลาดกลางข้าวเปลือกที่จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดนัดโคกระบือ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

ข. ตลาดกลางที่มีระบบ เป็นตลาดที่มีสถานที่ซื้อขายอันเป็นแหล่งรวมให้ผู้ซื้อ และขายมาพบปะกัน ผู้ซื้อขายต้องเป็นสมาชิกของตลาด มีระบบการควบคุมตลาดหรือโครงสร้าง การบริหารที่แน่ชัดการซื้อขายในตลาดอาจทำได้โดยตรงหรือผ่านนายหน้า การดำเนินการซื้อขาย เป็นไปโดยเปิดเผยโดยวิธีการประมูลหรือต่อรองราคา เป็นตลาดที่มีกฎหมายรองรับและดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบ การตกลงซื้อขายกันอาจมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมี บริการต่าง ๆ จากตลาดกลาง เช่น คลังสินค้า ข้าวสาร การคิดแยกชั้นคุณภาพสินค้าและการ

ขนส่ง เป็นต้น จากลักษณะของตลาดกลางที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันยังไม่ปรากฏ
มีตลาดกลางที่มีระบบทั้งในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค

นอกจากการแบ่งประเภทตลาดกลางตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นกรมการค้าภายใน
(2538) ยังได้จัดแบ่งประเภทของตลาดกลางเอาไว้อีก 4 ประเภทเป็นตลาดกลางในความส่งเสริม
เสริมของกรมการค้าภายใน ได้แก่

- ตลาดกลางข้าวและพืชไร่
- ตลาดกลางผักและผลไม้
- ตลาดกลางปศุสัตว์
- ตลาดกลางสัตว์น้ำ

2.5.4 หลักเกณฑ์ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

- จะต้องลดส่วนเหลือของการตลาดลง จะต้องลดค่าใช้จ่ายในการ
ซื้อขายสินค้าเกษตรและจะต้องลดภาระของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
- จะต้องให้ผลทางเศรษฐกิจโดยรวม คือ จะต้องให้ผลตอบแทน
ทางสังคม (Social Benefit) ได้ แทนที่จะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการในรูปผลตอบแทนทาง
ธุรกิจ (Financial Benefit) เท่านั้น ไม่เช่นนั้นแล้ว การลดส่วนเหลือของการตลาดในเรื่อง
สินค้าเกษตรนั้นจะเป็นภาระของผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจอื่นหรือไม่ก็เป็นภาระกับประชาชน
เอง โดยผ่านทางรัฐบาลในรูปแบบให้ เงินอุดหนุนแก่ตลาดกลางด้านการใช้ เงินภาษีอากร
- หากมีผลประโยชน์ใดเกิดขึ้นจะต้องตกอยู่กับผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสุดใน
ระบบการตลาดในประเทศไทยนั้น ในเรื่องเกี่ยวกับสินค้าเกษตรผู้ที่เป็นคนรับความเสี่ยง (Risk
Taker) ก็คือ เกษตรกรที่ต้องเสี่ยงต่อปัญหาดินฟ้าอากาศ
- ควรจะเกิดเมื่อมีผู้ต้องการและควรเกิดขึ้นในลักษณะจากเบื้องล่าง
(Bottom up) ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะรัฐบาลผู้มีอำนาจอยากให้เกิดขึ้นซึ่งเป็นการใช้นโยบายจากบน
สู่ล่าง (Top Down)
- จะต้องทำให้ผู้ซื้อขายสามารถเข้ามาในตลาดโดยเสรีไม่ทางตรงก็
ทางอ้อม

- ข้อมูลการตลาดจะต้องเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปในหมู่ผู้ซื้อขาย
- จำนวนผู้ซื้อขายจะต้องมีจำนวนมากพอที่จะทำให้การตกลงร่วมกันให้การซื้อขายเป็นไปได้
- สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาด ต้องมีปริมาณมากพอที่จะทำให้มีกิจกรรมซื้อขายพอเพียงที่จะทำให้ตลาดดำเนินไปได้ในเชิงธุรกิจ
- สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาด ต้องเป็นสินค้าที่มาตรฐานที่แน่นอนและมีการจัดแบ่งชั้นคุณภาพ
- จะทำให้ค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง เช่น สามารถบริการขนส่งสินค้าทำให้ค่าใช้จ่ายลดลงโดยอาจเกิดจากตลาดได้จัดตั้งในทำเลที่เหมาะสม (อนวัช, 2534)

2.5.5 หน้าที่ทางการตลาดและปัจจัยที่สนับสนุนตลาดกลางสินค้าเกษตร

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ตลาดกลางที่สมบูรณ์แบบควรจะมีหน้าที่ทางการตลาดและปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ดังนี้

- มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก เหมาะสมกับชนิดของสินค้าและระดับของตลาด
- มีระบบการซื้อขายที่เป็นมาตรฐาน โดยสนับสนุนให้มีวิธีการประมูลซื้อขายตามตัวอย่างสินค้าหรืออาจจะซื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้าก็ได้ ดังนั้นสิ่งที่จะช่วยให้ระบบการซื้อขายแบบนี้มีประสิทธิภาพได้จำเป็นต้องมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานสินค้า การจัดชั้นคุณภาพและการชั่ง ตวง วัด
- มีระบบข้อมูล ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพที่สามารถจะบริการด้านข่าวสารทางการตลาดและการผลิต ให้เป็นที่รับทราบแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดได้อย่างรวดเร็วซึ่งสามารถจะช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายนำข้อมูลเหล่านี้มาช่วยในการตัดสินใจในการค้าขายได้อย่างเหมาะสม
- จัดให้มีสินเชื่อสนับสนุนการซื้อขายในตลาดกลาง โดยจัดทำให้เป็นระบบที่รัดกุมและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานของตลาดกลาง ตลอดจนระบบบัญชีที่ให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้ตลาดกลาง

- บริการด้านคลังสินค้า ทั้งไซโล โกดัง ยุ้งฉาง เพื่อรับฝากสินค้า หรือบริการรับจำหน่ายสินค้าเกษตร เมื่อผู้ขายต้องการใช้เงินก่อนขายสินค้าได้ ซึ่งบริการนี้จะช่วยให้ผู้ขายสามารถขายสินค้าได้ราคาดีขึ้นโดยไม่ต้องรีบขายสินค้าในขณะที่ราคาสินค้าต่ำและคลังสินค้าควรมีคุณภาพในการเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นานโดยไม่เสื่อมคุณภาพ

- ตลาดกลางควรจะมีจัดการให้มีการบริหารงานและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยกำหนดกฎและระเบียบที่จะรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้ใช้บริการในตลาดกลาง

- สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่อาจจะต้องมีก็คือ บริการการบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การแปรรูป การสื่อสาร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในหลักการทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นหลักการที่ได้พิจารณาแล้วว่าถ้าตลาดกลางจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ควรจะมีหน้าที่และการบริการดังกล่าว แต่สิ่งที่ควรพิจารณาอย่างยิ่งก็คือ การจัดตลาดกลางเป็นเพียงทางเลือกทางหนึ่งของผู้ที่อยู่ในระบบ การตลาดสินค้าเกษตรเท่านั้น ถ้าเมื่อใดตลาดกลางได้พิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอื้ออำนวยความสะดวกการตลาดได้ดีกว่าวิธีการค้าขายแบบอื่น ๆ ก็จะมีผู้มาใช้ประโยชน์จากตลาดกลางมากขึ้น

2.5.6 วิธีการตกลงซื้อขายในตลาดกลางสินค้าเกษตร

การตกลงซื้อขาย ณ ตลาดกลางระดับต่าง ๆ จะใช้วิธีการประมูลเป็นหลักแก่สินค้าที่นำชื้อขายนั้นจะกระทำได้ 3 วิธี คือ

- การชื้อขายโดยการเห็นสินค้าทั้งหมด
- การชื้อขายด้วยตัวอย่างสินค้า
- การชื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าที่จะมีการชื้อขายเพราะการชื้อขายบางอย่างที่ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ผู้ชื้อจะมีความประสงค์ที่จะเห็นของทั้งหมดก่อนการตัดสินใจชื้อจากนั้นแล้วยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของการตลาดกลางด้วย พอสรุปได้ดังนี้

- ก. ตลาดกลางระบบท้องถิ่น การชื้อขายกระทำได้ 2 วิธี คือ
- เห็นสินค้าทั้งหมด
 - นำตัวอย่างมาขาย

ข. ตลาดกลางระดับภูมิภาค เนื่องจากตลาดกลางมีระดับใหญ่และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสมบูรณ์ การซื้อขายจึงทำได้ทุกรูปแบบ

ค. ตลาดระดับประเทศ ตลาดระดับนี้จะกระทำโดย

- ตัวอย่างสินค้า
- ไข่ไก่ประทวนสินค้า

ทั้งนี้เป็นเพราะตลาดกลางระดับประเทศมีจุดประสงค์เพื่อการซื้อขายล่วงหน้า (Futures Trading) ดังนั้น จึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเอื้ออำนวยให้มีการขนส่งสินค้าทั้งหมดมาซื้อที่ตลาดแห่งนี้

2.5.7 การไหลเวียนของสินค้า

สินค้าจากเกษตรกรจะถูกนำมาขายที่ศูนย์กลางสินค้าระดับไร่นาเป็นแห่งแรก สินค้าจากศูนย์ระดับไร่นาทั้งหมดก็จะส่งไปขายตลาดกลางระดับท้องถิ่น ผู้ซื้อซึ่งเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นจะขายสินค้าต่อไปยังตลาดกลางระดับภูมิภาค จากตลาดกลางระดับภูมิภาคสินค้าจะถูกส่งไปยังตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับประเทศต่อไป

2.5.8 ระบบการตลาดโดยสมบูรณ์ของตลาดกลางสินค้าเกษตร

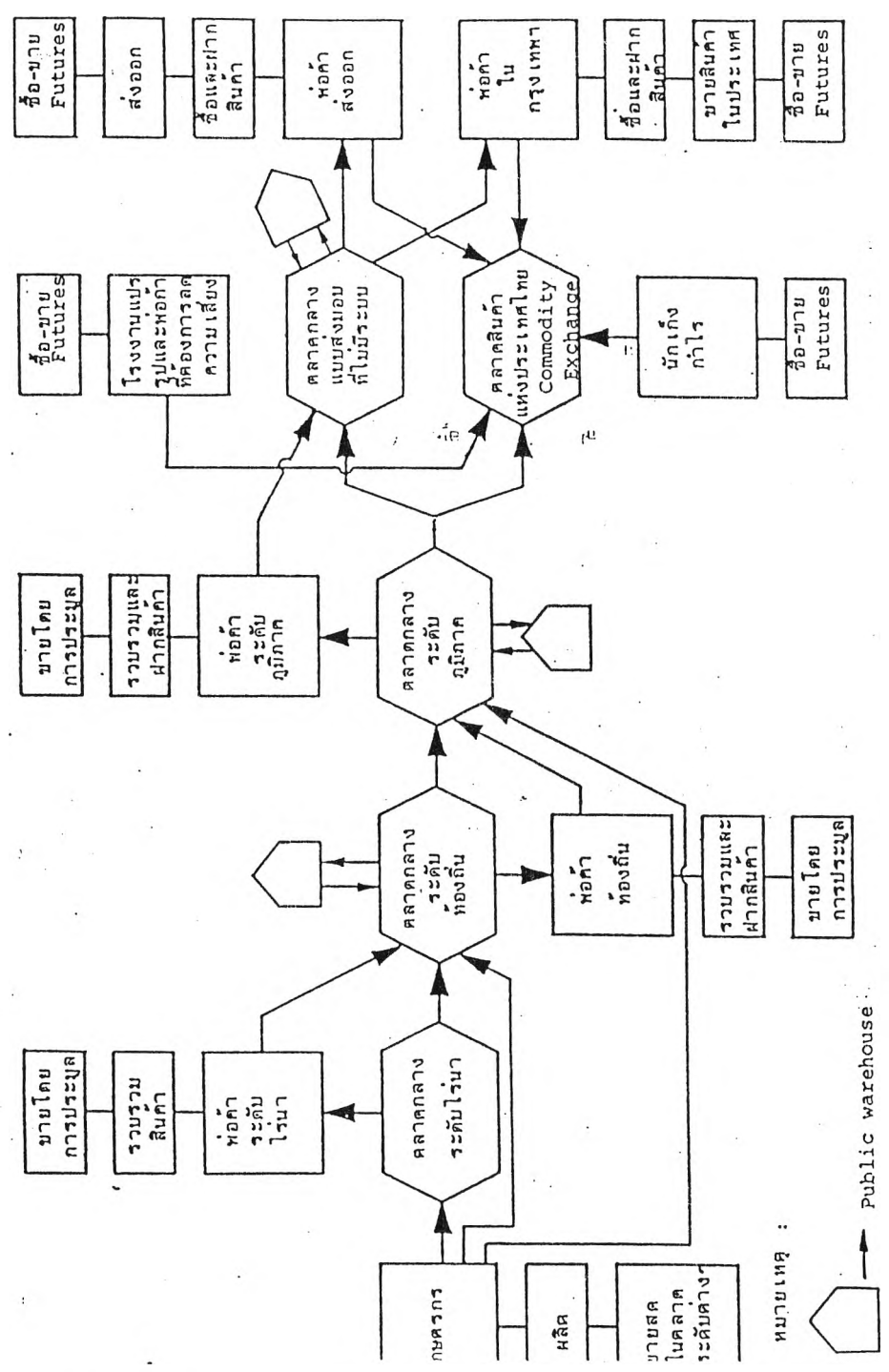
ระบบการตลาดจะเริ่มต้นจากผู้ผลิต คือเกษตรกร และไปสิ้นสุดที่การบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศซึ่งจะมีลักษณะดังนี้

1. เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิต จะมีทางเลือกของการจำหน่ายสินค้าได้

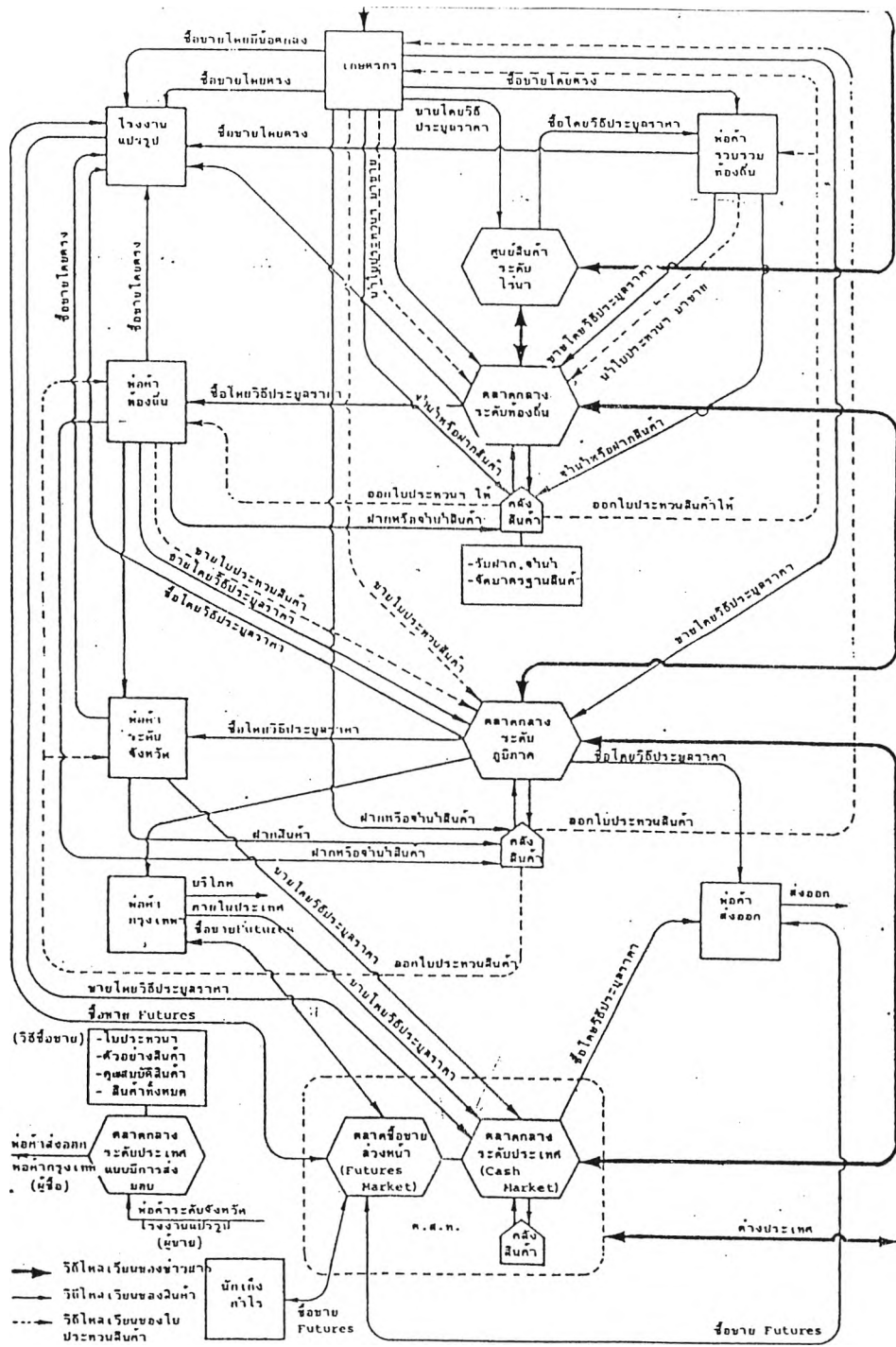
3 ทาง คือ

- ก. ขายให้แก่พ่อค้ารวบรวมรายย่อยที่มาซื้อถึงหน้าฟาร์ม
- ข. ขายให้แก่โรงงานแปรรูปในลักษณะตลาดข้อตกลง
- ค. ขายผ่านตลาดกลางสินค้าเกษตร

ในเรื่องระบบการตลาด จะกล่าวตั้งแต่การซื้อขายที่ผ่านตลาดกลางเท่านั้นซึ่งเป็นทางเลือก ก.



แสดงการไหลเวียนและวิธีการตลาดของสินค้าเกษตร



แสดงลักษณะโครงสร้างตลาดโดยสมบูรณ์.

แนวทางการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร
ประเภทผักและผลไม้ของจังหวัดนครปฐม
ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปที่
3

2. ศูนย์สินค้าระดับไร่นา เกษตรกรจะนำผลผลิตมาขายที่ศูนย์สินค้าระดับไร่นาโดยมีพ่อค้ารวบรวมรายย่อยเป็นผู้ซื้อ วิธีการซื้อขายจะเป็นแบบประมูลราคา

3. ตลาดกลางระดับท้องถิ่น ผู้ขายประกอบด้วยพ่อค้ารวบรวมรายย่อยและเกษตรกรที่มีฐานะดี ผู้ซื้อได้แก่ พ่อค้าระดับท้องถิ่นหรืออาจจะเป็นโรงงานแปรรูปก็ได้การซื้อขายเป็นแบบวิธีประมูลโดยการเห็นสินค้า เมื่อตกลงซื้อขายแล้ว ผู้ซื้ออาจนำสินค้าไปไว้ที่คลังสินค้าของตนเพื่อจัดมาตรฐานสินค้าหรือนำไปฝากไว้ที่คลังสินค้าสาธารณะในท้องถิ่นและจ้างให้คลังสินค้าจัดมาตรฐานสินค้าให้ด้วยเพื่อจะได้นำไปประมูลขายในตลาดระดับสูงต่อไป ขณะเดียวกัน ถ้าพ่อค้าหรือเกษตรกรต้องการแยกสินค้ามาจำหน่ายที่คลังสินค้าก็สามารถทำได้ โดยต้องให้คลังสินค้าจัดมาตรฐานเสียก่อน และในกรณีที่ผู้ฝากไม่ยอมจำหน่ายที่คลังสินค้าก็อาจนำไปประหวนสินค้าไปจำหน่ายกับธนาคารพาณิชย์ก็ได้ สินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าจะรอเวลามอบสินค้าและจำหน่ายในระยะต่อไป ผู้ซื้อจากตลาดระดับนี้ซึ่งเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นจะนำสินค้าไปขายในตลาดกลางระดับภูมิภาค

4. ตลาดกลางระดับภูมิภาคเป็นตลาดที่มีรูปแบบแน่ชัด ผู้ขายสินค้าจะเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่นและอาจมีเกษตรกรที่มีฐานะดีหรือรวมเป็นกลุ่มเกษตรกรส่วนผู้ซื้อก็จะมีพ่อค้าระดับจังหวัด พ่อค้าส่งออก พ่อค้ากรุงเทพ โรงงานแปรรูป เนื่องจากมีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก การแข่งขันจะมีมากและยุติธรรม พ่อค้าท้องถิ่นและเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรอาจจะนำสินค้าทั้งหมดไปขายที่ตลาดกลางหรือจะนำสินค้าไปฝากไว้ที่คลังสินค้า เพื่อรอจังหวะการขายไปประหวนสินค้าที่ได้จากคลังสินค้าก็สามารถจะนำไปประมูลขายในตลาดได้หรือถ้าเห็นว่า ราคาในตลาดยังไม่ดีพอ ก็นำไปประหวนสินค้าไปจำหน่ายกับคลังสินค้าหรือธนาคารพาณิชย์ได้ เช่นเดียวกันในทำนองเดียวกัน เมื่อผู้ซื้อประมูลซื้อสินค้าจากตลาดกลางแล้วอาจจะนำสินค้าไปขายโดยตรงให้ผู้ส่งออกหรือหยังหรือโรงงานแปรรูปซึ่งเป็นการขายนอกระบบ แต่ถ้าต้องการจะนำไปขายในตลาดกลางระดับประเทศที่มีระบบจะต้องนำสินค้าไปฝากไว้ที่คลังสินค้าและนำไปประหวนสินค้าไปใช้ในการประมูลและการกำหนดจุดส่งมอบ แต่ถ้าต้องการนำไปขายให้ตลาดกลางระดับประเทศที่มีอยู่แล้วหรือที่เอกชนจัดตั้งขึ้นใหม่ก็อาจจะนำไปขายสินค้าโดยตัวอย่างสินค้า เห็นสินค้าทั้งหมดหรือขายตามคุณสมบัติของสินค้าจึงเป็นไปด้วยกฎระเบียบของตลาดนั้น ๆ

5. ตลาดกลางระดับประเทศ พ่อค้าระดับจังหวัดและพ่อค้ากรุงเทพจะเป็นผู้ขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ สินค้าบางชนิด เช่น ข้าวสารก็จะมีโรงงานแปรรูปเป็นผู้ขาย ผู้ซื้อก็จะเป็นพ่อค้าส่งออกและพ่อค้าขายส่ง ส่วนใหญ่การซื้อขายเป็นแบบวิธีประมูลตามไปประหวนสินค้า

หรือตามคุณสมบัติของสินค้าที่ผู้ขายครอบครองการซื้อขายในตลาดนี้จำเป็นต้อง ให้สินค้ามีมาตรฐาน ทั้งนี้ ตลาดระดับนี้จะเป็นตลาดปลายทางซึ่งสินค้าพร้อมที่จะส่งออกจึงจำเป็นต้องที่สินค้าต้องมีมาตรฐาน สินค้า ผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดจุดส่งมอบสินค้า ซึ่งจะต้องเป็นไปตามกฎระเบียบของตลาดกลาง หลังจากนั้น สินค้าก็จะถูกส่งออกไปต่างประเทศหรือส่งไปจำหน่ายเพื่อการบริโภคในประเทศต่อไป

ในตลาดกลางระดับประเทศการซื้อขายแบบล่วงหน้าซึ่งการซื้อขายในลักษณะนี้ ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีสินค้าในครอบครองเนื่องจากการขายแบบล่วงหน้าที่ไม่มีการส่งมอบสินค้าเป็นส่วนใหญ่ แต่ถ้ามีผู้ซื้อต้องการรับมอบจริง ๆ ก็จะใช้ใบประทวนสินค้าเป็นสิ่งที่ส่งมอบซึ่งกำหนดจุดส่งมอบ ณ คลังสินค้าที่ตลาดกลางรับรอง

ตลาดกลางสินค้านี้ระดับประเทศเป็นศูนย์กลางขายปลายทางก่อนสินค้าจะถูกส่งออกหรือนำไปบริโภคภายในประเทศ

2.5.9 เงื่อนไขและปัจจัยที่จำเป็นในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรต้องมีเงื่อนไขที่ควรพิจารณาดังนี้

- ก. ประเภทสินค้าเกษตรที่จะเข้าสู่ตลาด
- ข. ลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่จะตั้งตลาด
- ค. ท่าเลที่ตั้งตลาด
- ง. ลักษณะการพัฒนาทางกายภาพ ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตตามแบบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในบริเวณพื้นที่ที่จะติดตั้ง
 - จ. ระบบสังคมและสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่ที่จะติดตั้งตลาด
 - ฉ. การกำหนดผัง (Lay-out) ของตลาดโดยคำนึงถึง
 1. พื้นที่อาคาร(Building Area)โดยจะต้องคำนึงการจัด
 - อาคารซื้อขาย (Premises and Stores)
 - อาคารประมูล (Auction Hall)
 - อาคารคัดเลือก (Sorting Area)
 - อาคารแสดง (Exhibitor Area)
 - โรงอาหารและอาคารบริการเบ็ดเตล็ด

- อาคารสถาบันการเงิน
 - สำนักงาน
 - คลังสินค้า
2. สำหรับพื้นที่ทำการขนส่งนั้นจะต้องคำนึงถึง
- ท่าขึ้นและลงสินค้า (Loading and Unloading Ares)
 - เส้นทางเข้าและออกตลาด
 - ที่จอดรถ
 - ที่บริการ เบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น ปั้มน้ำมัน
ตู้ซ่อมรถ เป็นต้น
3. สำหรับพื้นที่โล่งควรคำนึงถึง
- พื้นที่ประมูล และขายส่งสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องนำเข้า
อาคารประมูล
 - ลานโล่งเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม เช่น ที่เดินเล่น
และที่จัดสิ่งปฏิภูม

นอกจากนั้นตลาดกลางจำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนให้การดำเนินด้วยกันขึ้นอยู่กับความจำเป็นและผู้ดำเนินการตลาดเห็นสมควร ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมีดังนี้

- คลังสินค้าอาจเป็นอิสระหรือเป็นส่วนหนึ่งของตลาดกลาง คลังสินค้าจะทำหน้าที่รับฝากสินค้าของผู้ขายที่ยังไม่พอใจราคาขณะนั้นหรืออาจจะรับจำหน่ายสินค้าของผู้มีความจำเป็นต้องใช้เงินด่วน
- ข่าวสารการตลาด ทั้งนี้ อาจเป็นระบบการสื่อสารที่ติดต่อระหว่างประเทศอื่นจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างตลาดกลางระดับประเทศกับตลาดกลางระดับล่าง นอกจากนี้ยังควรมีบอร์ดแสดงราคาและปริมาณการซื้อขายในตลาดกลางแต่ละวันเพื่อให้ผู้ซื้อ ผู้ขายและผู้อื่นรู้ความเคลื่อนไหวของภาวะตลาดได้
- ตลาดกลางอาจมีการให้สินเชื่อผู้ซื้อผู้ขายในตลาด หรือติดต่อให้ธนาคารพาณิชย์มาประจำที่ตลาดกลาง

- ตลาดกลางอาจจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยจัดให้มีการชั่งน้ำหนัก การตรวจสอบขั้นมาตรฐานสินค้าและความชื้นของสินค้าที่เข้ามาค้าในตลาดกลาง (อนวัช, 2534)

2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง

ในการดำเนินกิจการด้านตลาดกลางสินค้าการเกษตรสิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมากกับตลาดกลางได้แก่ การคมนาคมขนส่ง เพราะสินค้าที่จะเข้าสู่ตลาดกลางต้องถูกลำเลียงมาตามเส้นทางการคมนาคมขนส่ง ความยากง่ายในการขนส่งสินค้าเข้าออกจากตลาดนั้นมีความเกี่ยวข้องกับความสะดวกของเส้นทางอย่างไรก็ตามได้มีการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของโครงข่ายการขนส่งไว้ดังนี้

ประเภทของถนนชนิดต่าง ๆ ได้มีการจัดแบ่งไว้โดย กองวิศวกรรม สำนักผังเมือง (2524) (อ้างถึงใน อิศรา กันแดง, 2533) ดังนี้

2.6.1 ทางหลวงประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติการจราจรทางบก พ.ศ. 2522 แบ่งทางหลวงออกเป็น 7 ประเภท

- ทางหลวงพิเศษ คือทางหลวงที่ได้รับการออกแบบให้มีการจราจรผ่านได้สะดวกรวดเร็วเป็นพิเศษ มีการควบคุมการเข้าออกเต็มที่
- ทางหลวงแผ่นดิน คือ ถนนสายประธานทำหน้าที่เชื่อมภาคกับภาคให้ติดต่อกันได้ ได้แก่ ถนนพหลโยธิน ถนนมิตรภาพ ถนนสุขุมวิทและถนนเพชรเกษม
- ทางหลวงจังหวัด คือ ถนนที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างจังหวัด
- ทางหลวงชนบท คือ ทางหลวงนอกเขตเทศบาลและสุขาภิบาล ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้ดำเนินการ
 - ทางหลวงเทศบาล คือทางหลวงในเขตเทศบาล
 - ทางหลวงสุขาภิบาล คือ ทางหลวงในเขตสุขาภิบาล
 - ทางหลวงสัมปทาน คือ ทางหลวงที่รัฐหรือเอกชนสร้างขึ้นและเก็บเงินผู้ใช้ทาง

2.6.2 ทางหลวงในประเทศตามสภาพชุมชน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- ถนนนอกเมือง ทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างชุมชนกับชุมชน เมืองกับเมือง หรือภาคกับภาค ให้ความสัมพันธ์กัน เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะอยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวง ได้แก่ ทางหลวงพิเศษ ทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงจังหวัด นอกจากนี้ยังมีทางหลวงชนบท ทางร.พ.ช. ทางหลวงชลประทาน และทางหลวงกรป. ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักเร่งรัดพัฒนาชนบท กรมชลประทานและกองอำนวยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ ตามลำดับ

- ถนนในเมือง ถนนในเขตชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นและได้ยกระดับเป็นเขตสุขาภิบาล เทศบาลแล้ว แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ถนนสายประธาน ได้แก่ ถนนสายสำคัญของระบบการจราจรของเมืองทั้งหมด กระแสการจราจรที่เข้าหรือออกจากเมืองจะต้องใช้การจราจรบนถนนสายประธานนี้

2. ถนนสายหลัก ได้แก่ ถนนที่ทำหน้าที่กระจายการจราจรในเขตที่อยู่อาศัย โรงงาน ย่านการค้าหลักในเมืองให้เชื่อมต่อระหว่างถนนสายประธานและถนนสายรองเข้าด้วยกัน

3. ถนนสายรอง ได้แก่ ถนนที่ทำหน้าที่กระจายการจราจรภายในพื้นที่ศูนย์กลางเมือง และเชื่อมต่อระหว่างถนนสายหลักกับถนนสายย่อยเข้าด้วยกัน

4. ถนนสายย่อย ได้แก่ ถนนที่ทำหน้าที่รับการจราจรจากแหล่งที่อยู่อาศัยโดยตรงเชื่อมต่อกับถนนสายรอง

2.6.3 การแบ่งประเภทถนนออกตามลักษณะของเส้นทาง แบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

- ถนนวงรอบหรือวงแหวน มีประโยชน์เพื่อกระจายการจราจรและใช้เป็นทางเลี่ยงเมือง

- ถนนรัศมี ให้นำการจราจรจากบริเวณรอบนอกเข้าสู่ใจกลางเมืองหรือเชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางย่อยภายในบริเวณเมืองเดียวกันได้อย่างสะดวก

- ทางเลี่ยงเมืองใช้เพื่อเลี่ยงการจราจรเข้าสู่เมือง

- ถนนผ่านเมือง ได้แก่ ถนนที่ผ่านเมืองในแนวเหนือ -ใต้ หรือ ตะวันออก-ตะวันตกและเชื่อมเข้ากับถนนสายตรงต่อไปยังเมืองอื่น ๆ

2.6.4 ประเภททางหลวงทั่วไป ของสมาคมผู้บริหารทางหลวงระหว่างรัฐ ของสหรัฐอเมริกา แบ่งประเภททาง ตามองค์ประกอบของการจราจร ได้แก่ ความเร็ว ปริมาณ การจราจร และการบริการต่อพื้นที่ ไว้ดังนี้

- ถนนประธานประเภททางหลวงแผ่นดิน (arterial highway)
- ทางด่วน (expressway)
- ทางด่วนพิเศษ (free way)
- ถนนประธาน (park way)
- ถนนประธาน (through way)
- ถนนประธาน (devided highway)
- ถนนประธาน (belt highway)
- ถนนประธาน (radial highway)
- ถนนสายหลัก (major street)
- ถนนท้องถิ่น (local street)
- ถนนซอย (frontage street)
- ถนนสัมปทาน (toll road)
- ถนนซอยกลับรถได้ (cul-de-sec street)
- ถนนซอยตัน (dead-end street)

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2526) ได้ทำการศึกษาถึงระบบ โครงสร้างทางกายภาพในการหาที่ตั้งที่เหมาะสมแก่การจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรในระดับภาค พบว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือสภาพความพร้อมของชุมชน และการคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งที่ทำให้มีผลต่อการเกิดตลาดกลางสินค้าเกษตร

ผ่องศรี บุทธสารประสิทธิ์ (2531) กล่าวว่า ตลาดกลางสินค้าเกษตรต้องตั้งอยู่ในแหล่งที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง มีอาณาเขตพื้นที่กว้างขวาง สะดวกในการดำเนินกิจกรรม ตลอดจนต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะให้บริการแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย อาทิ สถานที่ซื้อขาย ลานจอดรถ สถานที่เก็บสินค้า หรือคลังสินค้าสาธารณะ สถานที่ขนส่งสินค้า และบริการข่าวสาร ข้อมูลการตลาด เครื่องชั่งกลาง อุปกรณ์สำหรับการขนถ่ายสินค้าและตรวจสอบคุณภาพ โทรศัพท์ห้องสุขา น้ำประปา ไฟฟ้า การรักษาความปลอดภัย การใกล้เคียงข้อพิพาท เป็นต้น

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) ได้ทำการศึกษาถึงการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรในเรื่องเกี่ยวกับที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกว่า แหล่งที่เป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรควรเป็นแหล่งที่อยู่ใกล้กับแหล่งผลิตทางการเกษตร มีอาณาเขตที่กว้างขวางพอที่จะทำให้เกิดการจราจรที่สะดวก การขนถ่ายสินค้า การเก็บรักษารวมทั้งการแปรรูป นอกจากนั้นยังจะต้องเป็นสถานที่ที่ลดค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อและผู้ขายในเรื่องการขนส่ง โดยจะต้องมีระบบการคมนาคมขนส่ง การสื่อสารที่สะดวกพอเพียง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม (2526) ได้ทำการศึกษาเพื่อหาความเหมาะสมในเรื่องที่ตั้งสำหรับตลาดกลางสินค้าเกษตรพบว่าจังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสมในเรื่องที่ตั้ง กล่าวคือเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในศูนย์กลางของภาค มีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สะดวกโดยมีถนนสายสำคัญที่ใช้เป็นเส้นทางการขนส่งสินค้า คือถนนเพชรเกษม และทางรถไฟสายใต้ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งที่สามารถผลิตสินค้าเข้าสู่ตลาดได้มากอีกทั้งสามารถรองรับสินค้าจากจังหวัดต่าง ๆ ได้มากเช่นเดียวกัน

ตัวอย่างของการดำเนินงานตลาดกลางสินค้าเกษตรตามแนวคิดในเรื่องที่ตั้งได้แก่ ตลาดกลางสินค้าเกษตรจังหวัดพิษณุโลก เป็นตลาดกลางที่ดำเนินงานโดย บริษัท พิษณุพิชผล จำกัด จัดเป็นตลาดกลางประเภทสินค้าเกษตรข้าวและพืชไร่ อยู่ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในในการพิจารณาเรื่องที่ตั้งเนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกตั้งอยู่ในแหล่งที่มีผลิตผลจากจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคเหนือ ซึ่งจังหวัดพิษณุโลกเป็นเหมือนประตูทางเข้าออกที่สำคัญจึงเป็นที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรดังกล่าว

2.8 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า ตลาดกลางสินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้ในบริเวณใดก็ตามเกิดขึ้นได้เพราะพื้นที่นั้นมีความเป็นศูนย์กลางสามารถให้บริการกับพื้นที่โดยรอบได้ ตามที่ปรากฏในทฤษฎีแหล่งกลาง นอกจากนั้นการที่ตลาดกลางจะสามารถให้บริการกับพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างดีต้องมีเส้นทางการคมนาคมเข้าออกตลาดที่สะดวกซึ่งก็หมายความว่าถนนต้องมีความเหมาะสมกับการใช้งาน อย่างไรก็ตามในด้านตัวตลาดเองนั้นก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นไปตามความต้องการของทั้งผู้เข้ามาใช้บริการและกฎระเบียบในการดำเนินการที่ถูกระบุโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้ตลาดกลางที่เกิดขึ้นเป็นตลาดกลางอย่างแท้จริง