

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาสภาพการตลาด การแปรรูป การตลาดผลิตภัณฑ์พริก ปัญหา และอุปสรรคในตลาดพริก และ 2) เพื่อศึกษาช่องทางการตลาดพริก ในปัจจุบัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกพริก พ่อค้าคนกลาง และตัวแทนจากหน่วยงานราชการ จากจังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดพิษณุโลก และนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า

เกษตรกรผู้ปลูกพริกส่วนใหญ่จะอาศัยแรงงานภายในครอบครัวเป็นหลักในการทำ การปลูกพริก พื้นที่ปลูกพริกอยู่ระหว่าง 1 – 5 ไร่ และมีการกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร และจากกองทุนหมู่บ้าน การขายผลผลิตพริกนิยมขายเป็นพริกสดได้ถุงๆ ละ 10 กิโลกรัม โดยขายให้กับพ่อค้าในหมู่บ้านกับพ่อค้าที่เข้ามารับซื้อในไร่ ซึ่งพ่อค้าที่รับซื้อมักจะเป็นผู้ ที่กำหนดราคาซื้อขาย เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาค่อนข้างน้อยหรือไม่มีเลย ส่วนรูปแบบ การขายในแต่ละปีจะไม่แตกต่างกัน คือ จะขึ้นไปในลักษณะต่างคนต่างขาย นิยมขายเป็นเงินสด และขายให้กับพ่อค้าคนกลางกลุ่มเดิม

เกษตรกรใช้ช่องทางการตลาดของพริก 2 ช่องทาง คือ 1)การนำพริกไปขายเอง โดยนำไปขายตามตลาดขายปลีกภายในจังหวัด หรือนำไปขายที่ตลาดขายส่ง/ปลีกภายในจังหวัด ตลาดขายส่ง/ปลีกระดับภูมิภาค และมีการนำพริกไปขายเองที่ตลาดกรุงเทพฯ และ 2) การขายผ่าน พ่อค้าคนกลาง เกษตรกรจะขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น และพ่อค้าท้องถิ่นที่เข้ามารับซื้อ ซึ่งพ่อค้าท้องถิ่น จะนำพริกไปขายต่อให้กับพ่อค้าท้องถิ่น นำไปขายที่ตลาดขายส่ง/ปลีกภายในจังหวัด ตลาดขายส่ง/ปลีกระดับภูมิภาค และตลาดกรุงเทพฯ ส่วนพ่อค้าท้องถิ่น จะนำพริกไปขายต่อตามตลาดขายส่ง/ปลีกภายในจังหวัด ตลาดขายส่ง/ปลีกระดับภูมิภาค และตลาดกรุงเทพฯ สำหรับพ่อค้าในตลาดขายส่ง/ปลีกภายในจังหวัด จะนำพริกไปขายตามตลาดขายส่ง/ปลีกระดับภูมิภาค และตลาดกรุงเทพฯ ส่วนพ่อค้าในตลาดขายส่ง/ปลีกระดับภูมิภาค จะนำพริกไปขายที่ตลาดกรุงเทพฯ และพ่อค้าที่ตลาด กรุงเทพฯ จะนำพริกไปขายต่อให้กับพ่อค้าตามจังหวัดใกล้เคียง และบางส่วนก็ส่งออกไปตลาด ต่างประเทศ

This research is aimed for the study of 1) Marketing situation, chilly products, problems and other obstacles in Chilly Market and 2) Chilly Marketing opportunity in the present. The researcher has collected and gathered data from various chilly growers, middle traders and government representatives concerned from Chiangrai, Chiangmai and Phitsanulok province. Using the complete statistics of sociology research program, results are as follows :-

Majority of Chilly Farmers are in family laboring with growing areas from 1 to 5 rais per family. There are some loans form Agriculture Bank and Village Fund. Sale of green chilly in 10 kgs. bag is preferable. Buyers are from outside or in the village prices are normally set by buyers, farmers have less or no negotiation power. Selling tradition usually in the same form preferably in cash and to the same old group of buyers.

There are two ways of selling used by chilly farmers 1) by own farmer to retail markets in or out side areas are up country and in Bangkok 2) through the middlemen in or from outside areas the middlemen then take to the retail / wholesale market in local areas up country. From three central markets in Bangkok then form Bangkok all chilly will be taken for sale in other areas upcountry and some exported to foreign markets.