

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
2.1 แนวคิดทฤษฎี	6
2.1.1 แนวคิดการจัดองค์กรทางอุตสาหกรรมหรือตลาด	6
2.1.2 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างการตลาด	9
2.1.3 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการตลาด	12
2.1.4 แนวคิดทฤษฎีผลการดำเนินงานการตลาด	13
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพริกชี้หนู	15
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางการตลาด	17
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>20</b>
3.1 ขอบเขตการศึกษา	20
3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	21
3.3 ข้อมูลและการเก็บรวบรวม	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	23
<b>บทที่ 4 การผลิตและพฤติกรรมการตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่</b>	<b>27</b>
4.1 กระบวนการผลิตพริกชี้หนู	27
4.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดพริกชี้หนู	29
4.3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่	31
4.3.1 อำเภอเวียงแหง	32
4.3.2 อำเภอเชียงดาว	33
4.3.3 อำเภอแม่แตง	34
4.3.4 อำเภอพร้าว	35
4.3.5 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	36
4.3.6 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอแม่แตง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	38
4.3.7 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	44
4.4 ราคาพริกชี้หนู	46
<b>บทที่ 5 โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางการตลาดของพริกชี้หนู ในจังหวัดเชียงใหม่</b>	<b>49</b>
5.1 การวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด	49
5.1.1 การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนู อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่	50
5.1.2 การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนู อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	51
5.1.3 การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนู อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	52
5.1.4 การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนู อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	53
5.1.5 การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่	54
5.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตลาด	56
5.2.1 การกำหนดราคาสินค้า	56
5.2.2 ด้านผลิตภัณฑ์	58
5.2.3 สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.4 การส่งเสริมการตลาด	60
5.3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการตลาด	60
5.3.1 ผู้รวบรวมท้องถิ่น	61
5.3.2 พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่	62
5.3.3 ความสามารถในการปรับเปลี่ยนกระบวนการในการผลิต	64
5.3.4 ความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์	64
<b>บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>65</b>
6.1 สรุป	65
6.2 ข้อเสนอแนะ	68
6.3 ข้อจำกัดในการศึกษาและแนวทางในการศึกษาต่อไป	69
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>71</b>
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	<b>74</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 การนำเข้าส่งออกพริกและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ.2552-2554	2
3.1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าส่งพริกขี้หนูที่ใช้ในการศึกษา	23
4.1 แสดงช่วงเวลาในการเพาะปลูกและเก็บผลผลิตพริกขี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่	31
4.2 แสดงสถิติการปลูกพริกขี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่	32
5.1 เปรียบเทียบค่าการกระจุกตัว	55

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แนวคิดการจัดองค์กรทางอุตสาหกรรม	7
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	21
4.1 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่	40
4.2 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	41
4.3 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	42
4.4 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	43
4.5 วิธีการตลาดพริกชี้หนูในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	45
4.6 ราคาพริกชี้หนูช่วงเวลา 1 เดือน	46
4.7 ราคาพริกชี้หนูช่วงเวลา 1 ปี พ.ศ.2555	47
4.8 ราคาพริกชี้หนูช่วงเวลา 3 ปี พ.ศ.2553- พ.ศ.2556	48