

รายงานการวิจัย

กลยุทธ์ทางการตลาด เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป

อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

Marketing Startegic for “Mee - Taku” Instant Noodles with Mixed – Sauce

Amphur Phaukthongchai Nakhonratchasima , Thailand

ชนิษฐา แก้วเอียด¹

บทคัดย่อ

กลยุทธ์ทางการตลาด เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาการผลิตเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป และศึกษาการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสนทนากลุ่ม ศึกษาจากการสังเกต การสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้ผลิตเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และผู้ซื้อ ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป มีการผลิตเส้นหมี่ที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัย ปู่ย่าตายาย เส้นหมี่ตะกั่วเป็นเส้นหมี่พื้นบ้านมีเส้นขาว ยาวสวยเหนียว นุ่ม สะอาด ปลอดภัยถูกต้องตามหลักสุขอนามัย และน้ำปรุงรสสำเร็จรูปรสชาติของน้ำปรุงมีความกลมกล่อม มีครบทุกรสชาติ เส้นหมี่ตะกั่วพร้อม น้ำปรุงรสสำเร็จรูป

ราคาถูกมีวางขายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป และงานประเพณีหรืองานเทศกาลต่างๆ ในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง ในส่วนของปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้นทำให้เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปได้รับรางวัลขายดีเป็นอันดับ 1 สองปีติดกันของชุมชน และรับประกันความอร่อยติดรูปดาว 4 ดวง เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดนครราชสีมา สร้างกำไรหรือรายได้ให้กับชุมชน อีกรูปแบบหนึ่งของภูมิปัญญาชาวบ้าน และเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ เส้นหมี่ตะกั่ว กลยุทธ์ทางการตลาด น้ำปรุงรสสำเร็จรูป

¹ รัชการผู้ชำนาญการสำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยนครราชสีมา

ความเป็นมา

ตะคุเป็นชื่อหมู่บ้านและตำบลหนึ่งในอำเภอปักธงชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอปักธงชัยไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 4 กิโลเมตร ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำนาทำไร่ บ้านตะคุเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพราะการทำหมี่อันลือชื่อดังคำขวัญของจังหวัดนครราชสีมาที่ว่า เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน "หมี่" เป็นอาหารพื้นบ้านชนิดหนึ่ง ลักษณะคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยว แต่เส้นบางกว่า เล็กกว่า เป็นอาหารตากแห้งที่เก็บไว้ได้นาน เมื่อปรุงเป็นอาหารแล้วจะมีรสแตกต่างไปจากก๋วยเตี๋ยวหรือผัดไทย"หมี่ตะคุ" เป็นเส้นหมี่ที่ผลิตโดยภูมิปัญญาชาวบ้านตะคุ อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ส่วนน้ำปรุงรสสำเร็จรูปได้มีการพัฒนารสชาติของน้ำปรุงให้มีความกลมกล่อม มีครบทุกรสชาติมีทั้งรสดั้งเดิม เผ็ดน้อย เผ็ดมาก และรสเจ โดยนำเอาเส้นหมี่ตะคุมาหีบห่อและทำน้ำปรุงรสสำเร็จรูปเพื่อสำหรับเป็นของฝากและหรือจะบริโภครับประทานเองก็ง่าย สะดวก รวดเร็วและอร่อย ประกอบกับความเข้มแข็งของชุมชนและหน่วยงานสนับสนุน เส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปจึงเป็นสินค้า ระดับ 4 ดาว เป็นสินค้า OTOP มียอดขายติดอันดับ 1 ของชุมชน สองปีติดต่อกัน จึงเป็นกรณีที่ควรศึกษากระบวนการผลิตและศึกษาการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด เส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะเป็ประโยชน์มาสู่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าและบุคคลทั่วไป อย่างไรก็ตาม

การผลิตเส้นหมี่พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาดและการมองหาลตลาดเพื่อรองรับด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการผลิตเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

วิธีการในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ วิชากิจชุมชนที่ผลิตเส้นหมี่พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ชุมชนบ้านตะคุที่ผลิตเส้นหมี่พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ศึกษาจากการสังเกต การสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้ผลิตเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และผู้ซื้อ การดำเนินการจัดทำเป็น 3 ขั้นตอนคือ 1. ศึกษาความเป็นมาของชุมชนและการผลิต 2. ศึกษาการผลิตเส้นหมี่ตะคุ พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป โดยการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย (Philip Kotler, 2000:15-16) และ 3. ศึกษากลยุทธ์การตลาด โดยการศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย

การแข่งขันแบบใช้ราคาและการแข่งขันแบบไม่ใช้ราคา (จารุณี เทพอารุช, 2530:24) ที่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ผลการศึกษา

กลยุทธ์ทางการตลาด เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาดำเนินการตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเป็น 3 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** ความเป็นมาของชุมชนบ้านตะกั่ว อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ตำบลตะกั่วเป็นตำบลเก่าแก่จากคำบอกเล่าของคนเฒ่าแก่และจากหลักฐานประวัติศาสตร์ เมื่อครั้งแผ่นดินมหากษัตริย์ศึก ยกทัพไปตีเวียงจันทน์ พ.ศ.2321-2322 เมื่อได้ชัยชนะแล้วได้ตั้งเมืองเวียงจันทน์ส่วนหนึ่งมาตั้งกองทัพอไทย เจ้าพระยานครราชสีมาได้ขอให้ครอบครัวที่ถูกตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ด่านจะโปะ ปัจจุบันเป็นอำเภอปักธงชัย และบางครอบครัวยึดทำเลที่ลำลำลาย บ้านเคื่อ บ้านคูม บ้านห้วย ตะกั่ว ปัจจุบันเป็นบ้านตะกั่ว ปัจจุบันเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอปักธงชัย แบ่งการปกครองออกเป็น 21 หมู่บ้านพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ดินร่วนปนทราย มีคลองธรรมชาติและคลองชลประทานไหลผ่าน อุดมสมบูรณ์ด้วยนาข้าว พืชสวน พืชไร่ และอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีพื้นที่ 106 ตารางกิโลเมตร/ประมาณ 6,625 ไร่ ทิศเหนือ ติดต่อ ต.หนองตะไก่อ.สูงเนิน ทิศใต้ ติดต่อ ต.คูม ต.สุข

เกษม อ.ปักธงชัย ทิศตะวันออก ติดต่อ ต.ธงชัยเหนือ ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา จำนวนประชากรในเขต อบต. 12,384 คน และจำนวนหลังคาเรือน 2,619 หลังคาเรือน อาชีพหลักทำนา ทำสวน ทำไร่ อาชีพเสริม ทำอุตสาหกรรมในครัวเรือนทอผ้าไหม

ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล

- 1.วัดหน้าพระธาตุ
- 2.สถานีอนามัยตะกั่ว
- 3.สถานีอนามัยสุขัง
- 4.โรงเรียนมัธยมสมเด็จพระธีรญาณมุนี

เส้นทางคมนาคม การเดินทางเข้าสู่ตำบล

เดินทางจากจังหวัดนครราชสีมาไปตามถนนสาย 403 นครราชสีมา-กบินทร์บุรี ระยะทาง 32 กม. ถึงอำเภอปักธงชัย ผ่าน รพ.ปักธงชัย ตรงไปประมาณ 2 กม. ถึงทางแยกไปบ้านหันเลี้ยวขวาตรงไประยะทาง 5 กม. เข้าสู่ตำบลตะกั่ว

สภาพพื้นที่และระบบสาธารณูปโภค

จำนวนครัวเรือนที่มีไฟฟ้าใช้ในเขต อบต. 2,605 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 95.00 จำนวนบ้านที่มีโทรศัพท์ 588 หลังคาเรือน

ตอนที่ 2 การผลิตเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จ





ภาพที่ 1.1 การผลิตเส้นหมี่ตะกั่ว



ภาพที่ 1.2 เส้นหมี่ตะกั่ว

การผลิตเส้นหมี่ตะกั่ว พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป

เส้นหมี่ตะกั่ว ผลิตจากข้าวสารข้าว โดยการนำมาแช่น้ำประมาณ 1 ชม. แล้วนำเข้าเครื่องโม่จนเป็นแป้งแล้วนำไปนึ่ง เสร็จแล้วรีดเป็นแผ่นบางๆ เรียบเสมอกันอีกทีแล้วนำเข้าเตาอบนำมาหั่นเป็นเส้นผึ่งแดดแล้วบรรจุถุงจำหน่าย ใช้แรงงาน 10 คน แรงงานฝีมือ 10 คน เส้นหมี่ตะกั่วเป็นเส้นหมี่พื้นบ้านมีเส้นขาว ยาวสวย เหนียว นุ่ม สะอาด ปลอดภัยถูกต้องตามหลักสุขอนามัย

น้ำปรุงรส เครื่องปรุงประกอบด้วย หอมแดง, กระเทียม, เต้าเจี้ยว, ซีอิ๊วขาว, น้ำมันหอย, พริกคั่วบดละเอียด, น้ำมะขามเปียก, น้ำตาลมะพร้าว (น้ำตาลปีบ), น้ำมันปาล์ม (น้ำมันถั่วเหลือง) เริ่มจากนำกระทะตั้งไฟโดยใช้ไฟปานกลาง ใส่น้ำมันปาล์มหรือน้ำมันถั่วเหลืองก็ได้ ลงไปตั้งไว้พอน้ำมันร้อนก็ใส่น้ำตาลมะพร้าวหรือน้ำตาลปีบ ทำการเคี่ยวให้น้ำมันและน้ำตาลเข้ากันเป็นเนื้อเดียวกัน จากนั้นก็นำหอมแดงและกระเทียมเจียวลงเคี่ยวไปเรื่อยๆ พอมีกลิ่นหอมก็ใส่พริกคั่วบดละเอียดลงไป แล้วก็คนจนได้กลิ่นหอมของพริก จากนั้นก็นำเครื่องปรุงที่เหลือพวก เต้าเจี้ยว น้ำมันหอย ซีอิ๊วขาว น้ำมะขามเปียก ใสตามลงไปแล้วก็ทำการเคี่ยวน้ำปรุงไปเรื่อยๆ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง จนน้ำปรุงเดือดก็ดับไฟ ตั้งพักไว้ให้เย็นก่อนจะบรรจุใส่ในถุง

**ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้าน
กลยุทธ์การตลาด**

ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้เป็นแนวความคิดการตลาดที่ใช้อธิบายพฤติกรรมหรือการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการตลาด (4P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

3.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวเส้นหมี่ตะกั่ว มีความหลากหลายผลิติดอกมาแตกต่างกัน เช่น

เส้นหมี่สีขาว ทำจากแป้งข้าวเจ้า

เส้นหมี่สีเขียว ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมใบเตย

เส้นหมี่สีเหลือง ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมฟักทอง

เส้นหมี่สีชมพู ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมดอกกระเจียว

น้ำปรุงรสสำเร็จรูปมีความหลากหลายมีทั้งรสดั้งเดิม เฝื่อนน้อย เฝื่อนมาก และรสเจ เครื่องปรุงประกอบด้วย หอมแดง, กระเทียม, เต้าเจี้ยว, ซีอิ๊วขาว, น้ำมันหอย, พริกคั่วบดละเอียด, น้ำมะขามเปียก, น้ำตาลมะพร้าว (น้ำตาลปีบ), น้ำมันปาล์ม (น้ำมันถั่วเหลือง) เริ่มจากนำกระทะตั้งไฟโดยใช้ไฟปานกลางใส่น้ำมันปาล์มหรือน้ำมันถั่วเหลืองก็ได้ลงไปตั้งไว้พอน้ำมันร้อนก็ใส่น้ำตาลมะพร้าวหรือน้ำตาลปีบ ทำการเคี่ยวให้น้ำมันและน้ำตาลเข้ากันเป็นเนื้อเดียวกันจากนั้นก็นำหอมแดงและกระเทียมเจียวลงไปเรื่อยๆ

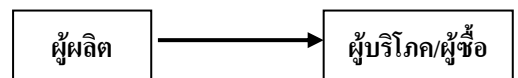
พอมักลื่นหอมก็ใส่พริกคั่วบดละเอียดลงไป แล้วก็คนจนได้กลิ่นหอมของพริก จากนั้นก็นำเครื่องปรุงที่เหลือพวกเต้าเจี้ยว น้ำมันหอย ซีอิ๊วขาว น้ำมะขามเปียก ใส่อตามลงไปแล้วก็ทำการเคี่ยวน้ำปรุงไปเรื่อยๆ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง จนน้ำปรุงเดือดก็ดับไฟ ตั้งพักไว้ให้เย็นก่อนจะบรรจุใส่ในถุง



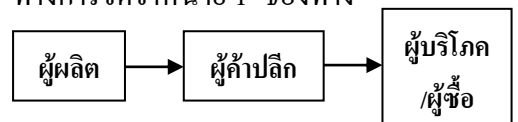
3.1.2. ราคา (Price) น้ำหนัก 4000 กรัม ราคาขายส่งถุงละ 75 บาท ราคาขายปลีกถุงละ 80 บาท น้ำหนัก 100 กรัม ราคาขายส่ง 3 ถุง 100 บาท ราคาขายปลีกถุงละ 35 บาท

3.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ขายโดยผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

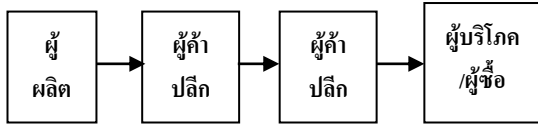
3.1.3.1 ขายตรงโดยไม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย



3.1.3.2 ขายโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย 1 ช่องทาง



3.31.3. ขายโดยผ่านช่องทาง ทางการจัดจำหน่าย 2 ช่องทาง



3.1.4. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของการส่งเสริมการขายจัดทำในรูปแบบของการให้ส่วนลดทางการค้า ส่วนลดเงินสด ส่วนลดเป้าหมาย ของแจกของแถม

3.2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วยการแข่งขันแบบใช้ราคาและการแข่งขันแบบไม่ใช้ราคา การแข่งขันแบบใช้ราคาจะใช้วิธีโดยการให้ส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสด ส่วนลดเป้าหมาย ส่วนการการแข่งขันแบบไม่ใช้ราคามี 2 วิธี คือ

3.2.1 การปรับปรุงเส้นหมีให้แตกต่างจากเส้นหมีจากผู้ผลิตรายอื่นๆ เช่น เส้นหมีสีขาว ทำจากแป้งข้าวเจ้า เส้นหมีสีเขียว ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมใบเตย เส้นหมีสีเหลือง ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมฟักทอง เส้นหมีสีชมพู ทำจากแป้งข้าวเจ้าผสมดอกกระเจียว และน้ำปรุงรสสำเร็จรูปมีสูตรเฉพาะจะไม่ใส่ทั้งผงชูรสและวัตถุกันเสีย ซึ่งน้ำปรุงรสสำเร็จรูปสามารถเก็บไว้ได้นานถึงประมาณ 6 เดือน โดยได้รับการรับรองจากทางสาธารณสุขและพัฒนาชุมชน น้ำปรุงรสสำเร็จรูปมีความหลากหลายมีทั้งรสดั้งเดิม เผ็ดน้อย เผ็ดมาก และรสเจ เป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้ซื้อ ทำให้เส้นหมีตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปขายดีเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ และจากการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด (4P's) พบว่ามีตัว เส้น หมี ตะ กั่ว (Product) มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Added) ด้วยการผลิตเส้นหมีที่มีการผสมผสานกับวัตถุดิบตามธรรมชาติ เช่น เส้นหมีสีขาว ทำจากแป้งข้าวสารเจ้า

3.2.2 การส่งเสริมการตลาดเส้นหมีตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป มีหีบห่อ

สวยงามใช้ตัวห่อหุ้มเป็นพลาสติกใสสามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ ชวนให้นำรับประทาน พลาสติกแกะเปิดใช้งานง่ายหรือสะดวกต่อการเปิด ติดตามข้อมูลที่ได้รับรางวัลขายดีเป็นอันดับ 1 สองปีติดกัน รับประกันความอร่อยดีรูปดาว 4 ดวง เป็นสินค้า OTOP ซึ่งบอกวิธีการปรุงไว้อย่างชัดเจน และดีซื้อหรือหน่วยงานที่ให้บริการเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในความสะอาดและปลอดภัยได้มาตรฐานตามที่กำหนด และวิสาหกิจชุมชนบ้าน ตะ กั่ว เส้น หมี ตะ กั่ว พร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีความเข้มแข็งของชุมชนและหน่วยงานสนับสนุน

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า การผลิตเส้นหมีตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปได้มาตรฐานการผลิต ทำให้เส้นหมียาวสวย เหนียว นุ่ม สะอาด ปลอดภัยถูกต้องตามหลักสุขอนามัย และรสชาติของน้ำปรุงรสสำเร็จรูปมีรสชาติกลมกล่อมหอมอร่อยและมีความหลากหลาย มีทั้งรสดั้งเดิม เผ็ดน้อย เผ็ดมาก และรสเจ เป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้ซื้อ ทำให้เส้นหมีตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปขายดีเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ และจากการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด (4P's) พบว่ามีตัว เส้น หมี ตะ กั่ว (Product) มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Added) ด้วยการผลิตเส้นหมีที่มีการผสมผสานกับวัตถุดิบตามธรรมชาติ เช่น เส้นหมีสีขาว ทำจากแป้งข้าวสารเจ้า

เส้นหมี่สีเขียว ทำจากแป้งข้าวสารข้าวผสมไบเตย เส้นหมี่สีเหลือง ทำจากแป้งข้าวสารข้าวผสมฟักทอง เส้นหมี่สีชมพู ทำจากแป้งข้าวสารข้าวผสมดอกกระเจี๊ยบ เป็นการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) โดยขายผลิตภัณฑ์ในราคา (Price) เท่าเดิม และเพิ่มช่องทาง (Channel of Distribution) ในการตัดสินใจซื้อและขยายกลุ่มเป้าหมายของผู้ซื้อได้เพิ่มมากขึ้นด้วยการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของการส่งเสริมการขายจัดทำในรูปแบบของการให้ส่วนลดทางการค้า ส่วนลดเงินสด ส่วนลดเป้าหมาย และจากศึกษาด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย 2 รูปแบบคือ การแข่งขันแบบใช้ราคาและการแข่งขันแบบไม่ใช้ราคาพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 2 รูปแบบ มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการซื้อ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้นทำให้เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปได้รับรางวัลชาติเป็นอันดับ 1 สองปีติดกันของชุมชน และรับประกันความอร่อยติดรูปดาว 4 ดวง เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดนครราชสีมา เป็นสร้าง

กำไรหรือรายได้ให้กับชุมชน อีกรูปแบบหนึ่งของภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาดและการมองหาลตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะได้รักษาธุรกิจประเภทนี้สืบทอดต่อไป

2. เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ในการผลิตเส้นหมี่ตะกั่วในชุมชนบ้านตะกั่วกำลังการผลิตน้อยและไม่ทันสมัยทำให้ต้องเสียต้นทุนในการสั่งซื้อหรือจ้างการผลิตโรงงานที่อยู่ต่างจังหวัด ถ้ามีต้นทุนการผลิตเองจะคุ้มทุนมากกว่า

3. ฉลากที่บอกรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการปรุงไม่ชัดเจน ควรเพิ่มรายละเอียดขั้นตอนการปรุงให้ชัดเจนมากขึ้น โดยใช้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษใส่เครื่องหมายฮาลาลเพื่อเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ในตลาดต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- หนึ่งนุช สายปิ่น. (2546). การตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดน้ำมันแพะในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2534). การบริหารการตลาดยุคใหม่. สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- สมยศ นาวิการ. (2538). การบริหารเชิงกลยุทธ์. สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด

ฟิลลิป คอตเลอร์. (2546). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอช เอ็น กรุ๊ป จำกัด

บัญญัติ จุฑนาพันธุ์ , อุไรวรรณ เข้มนาม , พรพิมล ก้านกนก , สมจิตร ล้วนจำเริญและ วัชรภรณ์ ชิวโสภิชฐ์ (2534). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2524). การตลาด กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนบ้านตะคุ อำเภอปรางค์ จังหวัดนครราชสีมา