

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Results)

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงได้ศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงทั่วประเทศจำนวน 7 กลุ่ม ขอนำเสนอผลการ วิจัยออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง
2. บทบาทการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง
3. แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง

ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 1. กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

##### 1.1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

สถานที่ผลิต : 1 หมู่ที่ 5 ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ 60120

โทรศัพท์ : 056-289087, 086-9345027

ประธานกลุ่ม : นางสมศรี ทำข้าม



ภาพที่ 3 : นางสมศรี ทำข้าม ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

**ประวัติความเป็นมา :** ผลิตภัณฑ์จากรากบัว เป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อแปรรูปวัตถุดิบที่มีในพื้นที่ออกวางจำหน่ายทำให้มีครัวเรือนและชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเยาวชนและเด็กนักเรียนในพื้นที่เพื่อเป็นการสืบทอดต่อไป

ปี 2549 ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาวประจำปี 2549 ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์จากรากบัว ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion)

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** รากบัวเชื่อม ท็อฟฟี่รากบัว น้ำรากบัว

**สถานที่จำหน่าย :** ร้าน OTOPI จังหวัดพิษณุโลก พิจิตร สิงห์บุรี ร้าน OTOPI สี่ภาค ร้านของฝากน้องเปิ้ล จ.สิงห์บุรี มีทั้งจัดส่งเองและมารับไปจำหน่าย



ภาพที่ 4 : ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ (รากบัวเชื่อม ท็อฟฟี่รากบัว น้ำรากบัว )

## 1.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว ได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตามประเภทของสื่อและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่ม** มีบทบาทในการบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆ เช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัดและนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน

**สื่อวิทยุ** มีออกสื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ทางวิทยุจังหวัดนครสวรรค์

**หนังสือพิมพ์ของจังหวัด** มีการลงโฆษณาขายออยผลิตภัณฑ์ครั้งละ 500 บาท

**โทรทัศน์** เคยออกรายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ช่อง 9 อสมท

**แผ่นพับ** กลุ่มจะผลิตแผ่นพับเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กลุ่มและผลิตภัณฑ์ เวลาออกงาน OTOP ที่เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร

**เว็บไซต์** เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ จะมีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) เว็บไซต์กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลทางวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะของการช่วยอนุเคราะห์เผยแพร่

**งานแสดง/จำหน่ายสินค้า** กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานโอทอปเมืองทองธานี งานโอทอปจังหวัดนครสวรรค์



**ภาพที่ 5 :** ที่ทำการกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัวและปายประชาสัมพันธ์กลุ่มฯและผลิตภัณฑ์

### 1.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มมองเห็นถึงบทบาทของสื่อบุคคล คือผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน ตลอดจนผู้นำในภาคส่วนของรัฐที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมและผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลาย การที่มีสื่อโทรทัศน์มาจัดทำเป็นรายการออกอากาศตามสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างก็ทำให้ผู้ชมจดจำเป็นเรื่องราวของกลุ่มและติดต่อสอบถามถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวนหนึ่งแต่ทางกลุ่มมีของจำกัดในการผลิตสินค้า เพราะขาดแคลนวัตถุดิบทางธรรมชาติ(รากบัวจากบึงบอระเพ็ด) ทำให้ทางกลุ่มไม่สามารถผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากได้ ต้องผลิตตามจำนวนของวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาลเท่านั้น ดังนั้นแนวทางการวาง

แผนการสื่อสารการตลาดของกลุ่มจึงมิได้วางแผนไว้อย่างชัดเจนมากนัก อาศัยเพียงความร่วมมือและการสนับสนุนจากทางชุมชนและทางจังหวัดเท่านั้น

## 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา

### 2.1 ข้อมูลทั่วไป

**กลุ่มผู้ผลิต :** กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา

**สถานที่ผลิต :** เลขที่ 156 หมู่ 5 (บ้านเกาะคา) ต. เกาะคา อ. เกาะคา จ. ลำปาง 52130

**โทรศัพท์ :** เลขที่ 156 หมู่ 5 (บ้านเกาะคา) ต. เกาะคา อ. เกาะคา จ. ลำปาง 52130

**ประธานกลุ่ม :** นางสาวสุจิตรา ใจบรรทัด

รองประธาน นายสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ

หัวหน้ากลุ่มการผลิต นางวรรณิ จำรูญขจรเกียรติ

เลขานุกลุ่มและเหรัญญิก นางสาวสุจิตรา ใจบรรทัด

หนังสือรับรองกลุ่ม เลขที่ ลป 0218/1119 ลงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2549



ภาพที่ 6 : นายสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ รองประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา

**วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม :**

1. เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับท้องถิ่น
2. เพิ่ม/สร้าง รายได้ค่าครองชีพ ให้กับคนท้องถิ่น
3. คิด/สร้างสรรค์ โดยนำวัตถุดิบที่เหลือใช้จากท้องถิ่นมาใช้และพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์
4. เสริมสร้างภูมิปัญญาไทย
5. เชื่อมโยง กับชุมชนอื่นในท้องถิ่น เพื่อใช้แรงงานในการผลิต และเสริมสร้างรายได้ให้กับคนใน

ท้องถิ่น

### แผนการดำเนินงาน

1. ขยายกำลังผลิตและพัฒนาบุคลากร ในท้องถิ่นเพื่อให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้นสามารถรองรับงานผลิตได้เพิ่มขึ้น
2. ขยายช่องทางการจำหน่ายและพัฒนาการตลาดเพื่อให้มียอดขายเพิ่มขึ้นส่งผลให้บุคลากรในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น
3. เปิดโอกาสให้ นักเรียนนักศึกษา ที่สนใจ เข้าร่วมการเรียนรู้ นำไปฝึกฝน และเพื่อนำไปผลิตสร้างรายได้ให้กับตนเอง และครอบครัว
4. จัดหาผู้ที่มีความรู้ความชำนาญ ในการคิดสร้างสรรค์ ประดิษฐ์ สินค้าจากเศษวัสดุ ที่เหลือจากการผลิตกล่องเพื่อนำมาประดิษฐ์ให้เป็น สินค้าตกแต่ง ฯลฯ
5. พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเพื่อเพื่อศักยภาพของกลุ่มให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อการส่งออก
6. ศึกษาและดูรูปแบบของคู่แข่งเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เกิดความแตกต่างและเป็นที่ต้องการของตลาด

**มาตรฐานผลิตภัณฑ์ :** โถทอประดับ 4 ดาว ประเภท เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งปี พ.ศ.

2547

- ได้รับการคัดสรรให้เป็นสินค้าเพื่อการส่งออกโดยกรมส่งเสริมการส่งออกระดับ B1 เมื่อปี พ.ศ.

2547

- ได้รับการขึ้นทะเบียนการรับรองมาตรฐาน มผช.

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** ของใช้และของตกแต่งจากกระดาษสา และบัวหลวง เช่น กล่องกระดาษสา กล่องกระดาษใบบัว และของชำร่วยที่ทำจากกระดาษสาและจากบัวหลวง (ใบบัว ฝักบัว ก้านบัว ) สามารถแยกผลิตภัณฑ์ที่ทำจากบัวหลวงได้ดังนี้

**ใบบัว:** กล่อง สมุด STATIONARY ที่รองจาน กล่องใส่กระดาษเช็ดปาก ของชำร่วย ของตกแต่งบ้าน

**ฝักบัวแห้ง :** ฝักบัวแห้งอบหอม ฝักบัวแห้งตกแต่งลงทอง ลงเงิน

**สถานที่จำหน่าย :** 156 หมู่ 5 ตำบลเกาะคา อำเภอเกาะคาจังหวัดลำปาง 53120

โทรศัพท์ 054 284 881 , 054 328 636 , 054 328 639 Fax 054284 881

49/621 หมู่บ้านสวัสดิการ กทม. ซอยแจ้งวัฒนะปากเกร็ด28 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ 66 18468 938 โทรสาร662 583 3645

หรือที่ E-mail : siradaproduct@hotmail.com หรือ www.siradaproduct.com

โดยมีกลุ่มลูกค้าต่างประเทศในแถบทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน และประเทศญี่ปุ่น สำหรับลูกค้าภายในประเทศเป็นลูกค้าที่สั่งเฉพาะ(Order) เช่นกลุ่มโรงแรม



ภาพที่ 7 : โบว์ที่นึ่งและย้อมสีเสร็จแล้ว



ภาพที่ 8 : ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา

## 2.2. บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิริดา ได้ใช้สื่อต่างๆ ในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆ และงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆ คือ

**ผู้นำกลุ่ม** มีบทบาทในการบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ กลุ่มฯ ยังร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมของขวัญของข้าววัยแห่งประเทศไทยและ สมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มฯ

**นิตยสาร** มีบทสัมภาษณ์คุณสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ รองประธานกลุ่มฯ ในนิตยสารของสภาอุตสาหกรรม / นิตยสาร Customer ฉบับที่ 136 (2554)

**โทรทัศน์** ออกรายการ Smart Biz ช่อง Voice TV

**เว็บไซต์** กลุ่มมีเว็บไซต์ของกลุ่มฯ คือเว็บไซต์ siradaproduct เพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ นอกจากนี้เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ จะมีเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์ เว็บไซต์ thaitumbon เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) เว็บไซต์ lampangmarket (สินค้าคุณภาพจากลำปาง) เว็บไซต์ 88DB (บริษัท 88ดีบี(ประเทศไทย)จำกัด) นอกจากนี้ยังมีบทสัมภาษณ์คุณสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ เกี่ยวกับธุรกิจของกลุ่มฯ ในเว็บไซต์ nationejob เว็บไซต์ bangkokbiznews เว็บไซต์ manager เป็นต้น

**งานแสดงและจำหน่ายสินค้า** กลุ่มฯ ได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งาน Made in Thailand 2011 / งานโอท็อป เมืองทองธานี / งานแสดงสินค้า OTOP city / งานแสดงสินค้ากับกรมส่งเสริมการค้าส่งออก OTOP to the word และงานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (BIG & BIH )

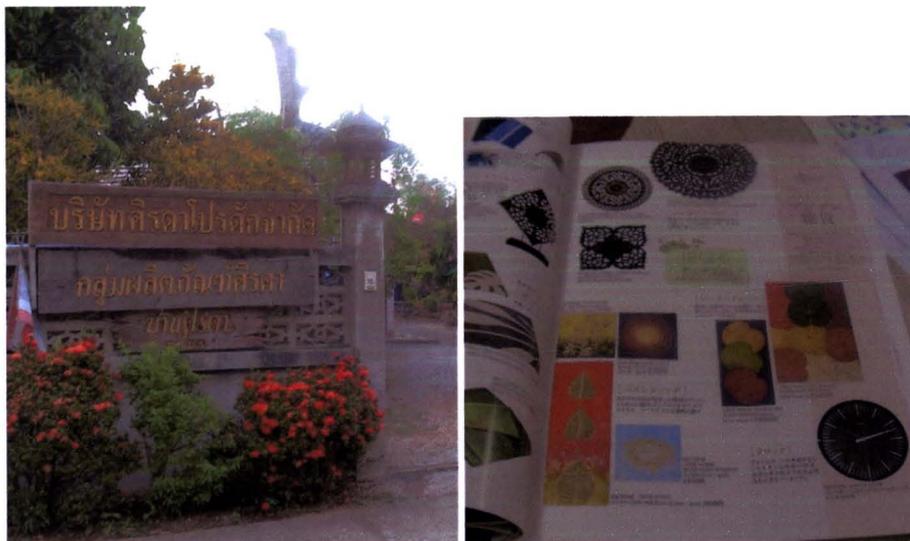




ภาพที่ 9 : ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศรดา

### 2.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

คุณสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ รองประธานกลุ่มฯมองเห็นว่าการออกงานแสดงสินค้าต่างๆเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งได้ผล มากกว่าการแจกแผ่นพับและยังไม่คิดทำการตลาดแบบ E -Commerce เพราะยังมีปัญหาว่าถ้าลูกค้าสั่งของกะทันหันวัตถุดิบเช่นใบบัวยังมีไม่พอตามฤดูกาล ต้องใช้เวลา 40-45วัน ในการผลิตและส่งสินค้าได้ และยังคงใช้แนวทางการตลาดแบบแสดงงานสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศและโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ siradaproduct เพราะคิดว่าตัวผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบสามารถสื่อสารทางการตลาดให้กับลูกค้าได้ อีกทั้งในอนาคตอาจจะเปิดร้านเพื่อจำหน่ายและโชว์ผลิตภัณฑ์ตามสถานที่สำคัญและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเช่น ร้านคิงเพาเวอร์ (ร้านค้าปลอดภาษี Duty free shop) สนามบินสุวรรณภูมิ ศูนย์การค้าพารากอน กรุงเทพมหานคร และ ศูนย์การค้าจางซีลอน จังหวัดภูเก็ต



ภาพที่ 10 : ที่ทำการของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และแคตตาล็อก (ประเทศญี่ปุ่น) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

### 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา

#### 3.1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา

สถานที่ผลิต : 359/100 หมู่ 3 ต.หนองกลับ อ.หนองบัว จ. นครสวรรค์ 60110

โทรศัพท์ : 081-9712657, 081-4093679, 056-323074-5

ประธานกลุ่ม : นางธัญดา ปานขลิบ



ภาพที่ 11 : นางธัญดา ปานขลิบ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา

**ประวัติ ความเป็นมา :** นางธัญดา ปานขลิบ เจ้าของผลิตภัณฑ์ ได้รับการอบรมเทคนิควิชาชีพ  
ขั้นสูงของกรมวิทยาศาสตร์ เนื่องจากเห็นว่าในอำเภอหนองบัวมีบัวขึ้นมากจึงคิดนำมาประยุกต์เป็น

ผลิตภัณฑ์ไวน์ดอกบัวสมุนไพร ต่อมาได้ขอจดทะเบียนขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2548 มีโดยเริ่มจากสมาชิกกลุ่มจำนวน 14 คน

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** ไวน์ดอกบัว ไวน์กระชายดำน้ำผึ้ง ไวน์ข้าวหอมมะลิ ไวน์ชมพูและผลไม้รวม ไวน์มะตูม สาโท สมุนไพรดองยา

**สถานที่จำหน่าย :** ร้าน OTOP จังหวัดนครสวรรค์



ภาพที่ 12 : ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา (ไวน์ดอกบัว)



### 3.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดาได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล** ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัดและนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน และยังมีการสื่อสารแบบปากต่อปากเพราะกลุ่มเป็นเจ้าของและเจ้าเดียวที่ผลิตไวน์ดอกบัว

**สิ่งพิมพ์** ได้สัมภาษณ์ในนิตยสารของจังหวัดนครสวรรค์เรื่องของดีจังหวัดนครสวรรค์ และสัมภาษณ์ลงในหนังสือพิมพ์มติชน

**ป้ายประชาสัมพันธ์** กลุ่มได้จัดทำป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ไว้ที่ทำงานของกลุ่มฯ **กล่องผลิตภัณฑ์** กรมส่งเสริมการเกษตรได้อนุเคราะห์จัดทำกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกบัวของกลุ่ม **เว็บไซต์** เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ จะมีเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์

thaitumbon

**งานแสดงและจำหน่ายสินค้า** กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานงานโอท็อป เมืองทองธานี และงานโอท็อปจังหวัดนครสวรรค์

### 3.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ยังไม่ได้มีแนวทางวางแผนการสื่อสารอะไรชัดเจนในอนาคต เพียงแต่ยังสื่อสารผ่านเว็บไซต์ thaitumbon เป็นหลัก เนื่องจากปัจจุบันทางกลุ่มประสบปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งปัญหาไวรัสและรสชาติเปลี่ยนเพราะอากาศร้อน จึงได้หยุดผลิตไวน์ดอกบัวชั่วคราว อนาคตอาจทำผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ไบชาผสมเกสรบัว อีกทั้งอาจให้รองประธานคือนางสาวจิตาภา ปานขลิบ รับผิดชอบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ แทน

## 4. กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ

### 4.1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ

สถานที่ผลิต : เลขที่ 61 หมู่ที่ 8 ตำบลโพนแพง อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี 34140

โทรศัพท์ : 0-8724-7698

ประธานกลุ่ม : นางวันเพ็ญ พูลเพิ่ม

ประวัติ ความเป็นมา : เกิดจากปัญหาทางเส้นผมที่ตนเองเผชิญอยู่ คือมีปัญหาเกี่ยวกับผมขาว เยอะ ผมหลุดร่วงบ่อย จึงนำภูมิปัญญาพื้นบ้านซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรมาทดลองทำเพื่อใช้เอง ปรากฏว่าได้ผลดี หลังจากนั้นจึงนำเรื่องนี้มาปรึกษากับลูกสาว ซึ่งเรียนจบทางด้านเภสัชศาสตร์ ว่าน่าจะจัดตั้งกลุ่มและผลิตสินค้าเกี่ยวกับการบำรุงรักษาเส้นผมขึ้น ต่อมาได้ขอจดทะเบียนขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและชุมชน เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549 มีโดยเริ่มจากสมาชิกกลุ่มจำนวน 7 คนแล้วภายหลังจึงศึกษาเรื่องการทำธุรกิจ ได้เข้าร่วมอบรมในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้เข้าใจและมองเห็นสู่ทางการตลาดมากขึ้น จากเดิมที่ที่ระยะแรก ๆ เริ่มผลิตสินค้าในลักษณะทำไปคิดไป ปัจจุบันมีสมาชิกประจำ 20 คน และมีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มฯอีก 15 คน



ภาพที่ 13 : นางวันเพ็ญ พูลเพิ่ม ประธานกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** วิสกี้น้ำเกสรบัว/น้ำมันนวดตัวเกสรบัว ชาตีบัว แชมพู ครีมนวดนม ครีมแต่งสีผม โลชั่นบำรุงผิว ที่มีส่วนผสมของเกสรทั้งห้า คือดอกบัว ดอกมะลิ ดอกจำปี ดอกกันเกราและ ดอกผยอ และยังมีสูตรผสมของ น้ำมันข้าว , เกสรดอกบัว , โหมทอง และสารสกัดจากสมุนไพรนานาชนิด

**สถานที่จำหน่าย :** ร้าน OTOP จังหวัดอุบลราชธานี เว็บไซต์ yalee2healthและยังมีให้สมาชิกกลุ่มรับไปจำหน่ายหรือมีลูกค้าจากต่างจังหวัดเช่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศรีสะเกษ ขอนแก่น ไร่ไปขาย หรือซื้อเป็นของฝาก



ภาพที่ 14 : ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเรือนมสมุนไพรเพ็ญสิริ(ศูนย์โอท็อปจังหวัดอุบลราชธานี)

#### 4.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มเรือนมสมุนไพรเพ็ญสิริได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล** ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการเป็นตัวแทนเข้าร่วมงานของหน่วยงานรัฐต่างๆ อาทิเช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับรางวัลจากกระทรวงแรงงาน อุตสาหกรรมโครงการประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประสานและบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นเงินทุน วัสดุ ทรัพย์สินต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัด และนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน และยังมีมีการสื่อสารแบบปากต่อปากของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผม ลักษณะของลูกค้า

**สิ่งพิมพ์** ได้สัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คอลัมน์ช่องทางทำมาากิน วันที่ 20 กรกฎาคม 2550 สัมภาษณ์มติชนรายสัปดาห์

**แผ่นพับ** กลุ่มฯได้จัดทำแผ่นพับโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เรื่องราวของกลุ่มฯและผลิตภัณฑ์ต่างวางให้ลูกค้าหยิบอ่านที่ศูนย์โอทอปจังหวัดอุบลราชธานี

#### **โทรทัศน์** ออกรายการช่อง 7

**เว็บไซต์** ไม่มีเว็บไซต์ของกลุ่ม เว็บไซต์ yalee2health มีการโฆษณาสินค้าของกลุ่มฯภายใต้ชื่อ ปทุมทิพย์ ซึ่งเป็นการรับไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง จะมีเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์ มีบทความคอลัมน์SMEs ของ Manager Online เขียนเรื่องราวของกลุ่ม อาจารย์วันเพ็ญ พูลเพิ่ม และผลิตภัณฑ์ต่างๆ



**ภาพที่ 15 :** ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญศิริ (เจลกระชับผิว/สมุนไพร่บำรุงผม/บอดีโลชั่นครีมนวล และสบู่)



**ภาพที่ 16 :** ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญศิริ (วิกส์น้ำเกสรบัว/น้ำมันนวดตัวเกสรบัว)



ภาพที่ 17 : ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเรือนผมสมุนไพร่พิญสิริ (ชาดีบัว)

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานงานโอท็อป เมืองทองธานี และงานกระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา

กิจกรรมชุมชน ทางกลุ่มฯได้จัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนม่วงสามสิบเซินให้นักเรียนทอผ้าและใช้สีดอกบัวมาย้อมผ้า ให้นักเรียนออกร้านและงานแสดงสินค้า



ภาพที่ 18 : ที่ทำการกลุ่มเรือนผมสมุนไพร่พิญสิริ

#### 4.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯอยากปรับปรุงรูปแบบ และเนื้อหาของแผ่นพับให้มีความทันสมัย ออกแบบป้ายสินค้า หรือสติ๊กเกอร์ที่ติดผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจของลูกค้า พิมพีให้มีคุณภาพ ไม่ลบหรือลอกง่าย และเพิ่มและผลิตผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เช่น ชาดีบัว ชามะรุมเกสรบัว ชาชิงฝงเกสรบัว ไวน์ราบัว จะทำการจัดสิทธิบัตรและขอรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา เพราะเป็นการสื่อสารทางการตลาดของ

ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ให้กว้างขวางและเป็นที่ยอมรับ และในอนาคตก็จะใช้ที่ทำการของกลุ่มฯเป็นศูนย์หรือ  
แหล่งเรียนรู้สมุนไพร และให้บริการเป็นแบบโฮมสเตย์

## 5. กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

### 5.1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

สถานที่ผลิต: บ้านเลขที่ 297/12 ถ.บึงสีไฟ ซ.รักสรวจ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิจิตร 66000

โทรศัพท์ : 056-613803 / 081-6047984

ประธานกลุ่ม : นางจัญญ์ สวัสดิกุล



ภาพที่ 19 : นางจัญญ์ สวัสดิกุล ประธานกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

**ประวัติ ความเป็นมา :** เริ่มแรกจากการได้มาขายของฝากและของที่ระลึกภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์หรือบึงสีไฟ จึงทำให้นางจัญญ์ สวัสดิกุล ได้มองเห็นว่าภายในบึงสีไฟนั้นมีการทำนาบัวกันเป็น  
อย่างมากทั้งยังได้สัมผัสกับผู้ประกอบอาชีพทำนาบัว จึงทำให้ทราบปัญหาที่ชาวนาบัวประสบกันอยู่ว่าใน  
การเก็บขายแต่เฉพาะบัวอ่อน ใบบัว รากบัวและบัวสาย ( บัวที่เอาสายมากินได้ ) ทำให้ขายได้ไม่หมดและ  
ยังเก็บผลผลิตมาขายไม่ได้ทุกวันทำให้เกิดการเสียหายทางผลผลิต จึงทำให้เกิดปัญหาการว่างงานและ  
คุณภาพชีวิตตกต่ำภายในชุมชนเกิดการย้ายถิ่นเพื่อเข้าไปหางานทำในเมืองใหญ่ทางนาง จัญญ์ สวัสดิกุล  
จึงได้หาแนวทางในการนำผลผลิตที่มีในชุมชนมาแปรรูปให้เกิดคุณค่าและมีราคามากขึ้นจึงได้ปรึกษากับ  
ทางนาย ชูฉัตร สวัสดิกุล ซึ่งเป็นสามีและมีประสบการณ์ในการเดินทางไปในต่างจังหวัดต่าง ๆ ทำให้พบ  
เห็นว่าบัวสามารถนำมาแปรรูปแทนได้ และยังได้นำองค์ความรู้ที่มีในชุมชนและประสบการณ์ของชาวนา  
บัวมาประยุกต์ใช้โดยเริ่มแรกได้นำเม็ดบัวมาทำเป็นขนมก่อน แต่ก็ยังไม่พบความแปลกใหม่ในรสชาติ จึงได้  
ลองทำเป็นอาหาร เช่น แกงเม็ดบัว แต่ก็ไม่ใช่ที่ต้องการของตลาดมากนัก จนมีผู้รู้ท่านหนึ่งได้แนะนำให้นำ

เม็ดบัวไปลองทอดดู เพราะคนในสมัยก่อนเวลาจะกินเม็ดบัวจะนิยมนำไปทอดกัน จึงได้ทดลองทำดูก็ได้รสชาติที่ดีขึ้นแต่ยังประสบปัญหาว่า เม็ดบัวยังอมน้ำมันอยู่มากและสีของเม็ดบัวไม่สวย ( มีสีคล้ำจากการอมน้ำมัน ) จึงได้ทดลองนำไปอบดูปรากฏว่ามีรสชาติที่ดีขึ้นมาก และมีสีสวยจึงได้คิดริเริ่มพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด จนเป็นที่รู้จักในจังหวัด และเริ่มแพร่ขยายเป็นที่รู้จักกันในประเทศ โดยผ่านการคัดสรรคผลิตภัณฑ์ OTOP และได้ออกบูธแสดงสินค้าในงาน OTOP ทุกๆ ปี และสิ่งที่ลืมไม่ได้เลยคือ ต้องการนำลูก หลาน ตลอดจนคนในชุมชนกลับมาคืนถิ่น และช่วยสร้างงาน สร้างรายได้เป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** เม็ดบัวอบกรอบ รากสดเชื่อมอบแห้ง สมุนไพรดีบัว (แคปซูล)

**มาตรฐานผลิตภัณฑ์ :** มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ม.ผ.ช.) 490/2547

- คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพิจิตร ระดับ 4 ดาว ปี 2546
- มาตรฐาน อ.ย. 66-2-00742-2-0009
- มาตรฐาน GMP

**สถานที่จำหน่าย :** - สถานที่ท่องเที่ยวบึงสีไฟ ตรงข้ามบริเวณทางเข้าบึงสีไฟ (ร้านเม็ดบัวอบกรอบแม่จรรยา)

- ร้านน้องเบิ้ล ตั้งอยู่บึงชลลัด ถ.สายเอเชีย อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี โทร 036-582390-1
- โอท็อปวัดท่าหลวง(วัดหลวงพ่อเพชร)จ.พิจิตร
- ร้านบ้านมะขามแก้ว อ.เมือง จ.พิจิตร



ภาพที่ 20 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ (เม็ดบัวอบกรอบ รากสดเชื่อมอบแห้ง สมุนไพรดีบัว (แคปซูล))

## 5.2. บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มสตรีสหกรณ์บีงสี่ไฟได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของ

กลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล** ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการเป็นตัวแทน ประสานกับหน่วยงานรัฐเช่น กรมพัฒนาชุมชน สหกรณ์จังหวัด ในการรับข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆ เช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัดและนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน

**สิ่งพิมพ์** ได้สัมภาษณ์ในนิตยสารช่องทางทำกิน

**วิทยุ** เคยจ้างวิทยุท้องถิ่น(Smile Radio FM99)โฆษณาผลิตภัณฑ์ช่วงเมล็ดบัวมีมาก (เดือน สิงหาคม-กันยายน)

**โทรทัศน์** ออกรายการด้วยลำแข้ง(คำรณ หว่างหวังศรี) ช่อง 7

**เว็บไซต์** ไม่มีเว็บไซต์ของกลุ่ม แต่เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ จะมีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ไว้ที่เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) และเว็บไซต์ thaitambon

**งานแสดงและจำหน่ายสินค้า** กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานโอท็อป เมืองทองธานี และงานประจำจังหวัด



ภาพที่ 21 : ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บีงสี่ไฟ



ภาพที่ 22 : ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

### 5.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯ อยากมีร้านค้าของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ดูดี มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สม่่าเสมอ มีเว็บไซต์ของกลุ่ม เพราะลูกค้ามักจะทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์จากช่องทางอื่น ปัญหาของกลุ่มคือ บางช่วงของปีผลิตภัณฑ์มีน้อย ไม่สามารถกระจายสินค้าได้มาก เคยมีลูกค้าขอให้ผลิตให้เพื่อจะส่งออกแต่ ไม่สามารถผลิตให้ได้ อยากมีบรรจภัณฑ์ที่ออกแบบดูทันสมัยซึ่งอุตสาหกรรมจังหวัดพิจิตรเคยออกแบบ บรรจภัณฑ์(กล่องและกระป๋อง)ให้ ทางกลุ่มสั่ง 50,000 ใบผลิตแต่ต้นทุนการผลิตสูง ปัจจุบันได้เลิกใช้แล้ว

## 6.กลุ่มบ้านบัวสปลา

### 6.1.ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มบ้านบัวสปลา

สถานที่ผลิต : บ้านเลขที่ 927 หมู่ที่ 5 เขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

โทรศัพท์ : 081-915-9410

ประธานกลุ่ม : นางภัทรานิษฐ์ ติเรกโภค



ภาพที่ 23 : นางภัทรานิชฐ์ ดิเรกโกศ ประธานกลุ่มบ้านบัวสป่า

**ประวัติ ความเป็นมา :** ในสมัยที่ยังเป็นเด็ก ผู้ใหญ่เล่าให้ฟังว่าน้ำหอมหรือโคโลญจ์ยังไม่มีใช้ จะมีแต่น้ำปรุงโบราณและน้ำอบไทยซึ่งจะใช้ดอกไม้กลิ่นต่าง ๆ เป็นส่วนผสมในบริเวณบ้านมีต้นไม้ดอกหอมหลายชนิด เช่น มะลิ โมก ดอกบัว กุหลาบ ราชพฤกษ์ กระดังงา พอถึงช่วงดอกไม้บานจะส่งกลิ่นหอมตลบอบอวลมาก กลิ่นหอมของดอกไม้ไทย ช่วยให้จิตใจสงบเยือกเย็น คุณยายทวดเคยเก็บดอกมะลิมาลอยในน้ำ เพื่อให้มีกลิ่นหอมไว้ใช้ล้างหน้า อาบน้ำ เพื่อเป็นสิริมงคลในวันสำคัญต่าง ๆ

ปัจจุบันกระแสความนิยมหันกลับมาหาธรรมชาติ กำลังเป็นที่สนใจ น้ำหอมหรือโคโลญจ์ ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ ราคาค่อนข้างแพง จึงคิดที่จะพัฒนาดอกไม้หอมของไทย เช่น ดอกโมก มะลิ กุหลาบ มาผลิตเป็นน้ำหอมและโคโลญจ์ “บัวสป่า” เป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์สุขภาพซึ่งผลิตจากดอกไม้ นานาภัณฑ์ โดยมี คุณภัทรานิชฐ์ ดิเรกโกศ เป็นผู้ดำเนินการโดยรวบรวมความรู้และประสบการณ์ จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่หลากหลาย ต่อมาได้แรงบันดาลใจที่จะผลิตผลิตภัณฑ์จากดอกบัวหลวง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยการนำความรู้ที่มีอยู่เดิมและจากการศึกษา อบรมและพัฒนาจากสถาบันต่าง ๆ จนเริ่มผลิต น้ำหอมกลิ่นบัวหลวง ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้า จึงได้คิดที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ “โคโลญจ์กลิ่นดอกบัว”

**ลักษณะผลิตภัณฑ์ :** น้ำหอมและโคโลญจ์กลิ่นบัวหลวง สบู่ และครีมขัดตัวที่มีส่วนผสมของ เกสรบัวหลวง

**มาตรฐานผลิตภัณฑ์:** - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ม.ผ.ช.)

- เอกสารใบรับแจ้งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควบคุม

- OTOP ระดับ 4 ดาว

**สถานที่จำหน่าย :** - กลุ่มบ้านบัวสป่า 927 หมู่ที่ 5 เขตเทศบาลเมืองคูคต อ.ลำลูกกา จ.

ปทุมธานี

- ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดปทุมธานี
- มีตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ บริษัทต้นสมบัติ และตัวแทนนำไปจำหน่ายที่ประเทศเวียดนาม
- จำนวนโดยเครือข่าย ในนาม HC. HERB CLUB



ภาพที่ 24 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวสพา (น้ำหอมและโคโลญจ์กลิ่นบัวหลวง สบู่ และครีมขัดตัว)

## 6.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มกลุ่มบ้านบัวสพาได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล** ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการเป็นตัวแทน ประสานกับหน่วยงานรัฐเช่น จังหวัด ในการรับข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัดและนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน

**โทรทัศน์** ออกรายการโครงการอบรมพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เพื่อคนโอท็อป ของสำนักนายกรัฐมนตรี

**เว็บไซต์** มีการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ใน เว็บไซต์ของกลุ่มคือเว็บไซต์ buaspa เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) และเว็บไซต์ thaitambon และยังสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ที่เว็บไซต์ weloveshopping และเว็บไซต์ soiDB Thailand และ shoptop.net

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานไอทอปที่เมืองทองธานี และงานประจำจังหวัดและห้างสรรพสินค้าต่างๆ

### 6.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯต้องการพัฒนาให้กลุ่มบัวสภาให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ผู้สนใจในชุมชนมาเรียนรู้ ร่วมผลิตที่ทำให้คนในชุมชนมีความรัก สามัคคี และเสียสละ อีกทั้งเป็นการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อไม่ให้ภูมิปัญญานั้นหายไปโดยไม่มีผู้สืบทอด

## 7. บ้านบัวไทย

### 7.1.ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มบ้านบัวไทย

โทรศัพท์ : 086-0534603/ 081-4462104

E-Mail : thailand\_health@yahoo.com และ: webmaster@banbuathai.com

ประธานกลุ่ม : นางอุไรรัตน์ สิงหนาท



ภาพที่ 25 : นางอุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มบ้านบัวไทย

**ประวัติ ความเป็นมา :** บ้านบัวไทย เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกกลุ่มบัว ซึ่งเป็นนักศึกษาหลักสูตรการแพทย์แผนไทย รุ่นที่ 6 ของสถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา กระทรวงสาธารณสุข เมื่อต้นปี พ.ศ. 2546 แพทย์หญิงเพ็ญภา ททรัพย์เจริญ (รองอธิบดีกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก) ฐานะประธานกรรมการบริหารสถาบันฯ ได้มอบหมายให้จัดตั้งกลุ่มสนใจและวางโครงการเพื่อร่วมจัดกิจกรรมนิทรรศการเกี่ยวกับบัวในงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและ

สมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 5 ช่วงเดือนพฤษภาคม 2546 กลุ่มบัวในครั้งนั้นประกอบด้วยนักศึกษาราว 35 คน โดยมีคุณอุไรรัตน์ สิงหนาท เป็น ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ต่างตระหนักถึงความสำคัญของพืชบัว ทั้งในฐานะความเป็นพืชสมุนไพรและโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อพัฒนาให้กลายเป็นพืชวิถีไทยอย่างแท้จริง ให้ชาวไทยและชาวโลกได้รู้จักและใช้สรรพประโยชน์จากบัวให้เต็มที่ เป้าหมายคือการทำให้บัวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย และอยู่คู่ไทยไปชั่วกาลนาน ด้วยอุดมการณ์และความมุ่งมั่นดังกล่าว โดยเริ่มจากจุดเริ่มต้นนั้นเป็นต้นมา "กลุ่มบัว" จึงยังรวมตัวกันจัดกิจกรรมมาอย่างต่อเนื่อง และพัฒนามาเป็น "บ้านบัวไทย" และจัดกิจกรรมภายใต้ชื่อ "บ้านบัวไทย" มาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2548 โดยหวังให้ "บ้านบัวไทย" เป็นเวทีหรือศูนย์รวมแห่งบัวไทยที่สามารถสานต่อเจตนารมณ์ของกลุ่มและท่านอาจารย์จนสามารถประสบผลสำเร็จ ตามเจตนารมณ์ได้ในที่สุด

#### **ลักษณะผลิตภัณฑ์ :**

**ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและความงาม** เช่น ครีมบำรุงผิวน้ำ ผสมสารสกัดเกสรบัวหลวง/ น้ำมันบำรุงผิวกลิ่นบัวหลวง/โลชั่นถนนอมผิว /มิลค์โลชั่นมีสารสกัดบัวหลวง / สบู่สปาใส่ผสมสารสกัดบัวหลวง/ สบู่สปาบัวหลวง-นมสด

**ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม** เช่น น้ำปรุงกลิ่นบัวหลวง / พิมเสนน้ำกลิ่นบัวหลวง

**น้ำมันสมุนไพร** เช่น น้ำมันไพลกลิ่นบัวหลวง

**เครื่องดื่มสมุนไพร** เช่นชาตีบัวชาตีบัว-ดอกคำฝอย /ชาตีบัว-ใบหม่อนชาเกสรบัวหลวง/

ชาเกสรบัวหลวง-ดอกอัญชัน /ชาเกสรทั้งห้า คือดอกมะลิ (Jasmine) ดอกพิทูล (Bullet Wood flower) ดอกบุนนาค (Iron Wood flower) ดอกสารภี (Mammea Siammensis flower) และเกสรบัวหลวง

#### **สถานที่จำหน่าย :**

1. สถาบันการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข
2. กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข
3. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
4. ศาลาไทย กระทรวงสาธารณสุข
5. โอท็อปสมุนไพรชาววัง ที่เทศไค้ ไลต์ส บางกะปิ
6. ห้างสรรพสินค้าเอเดน
7. ร้านสุพรรณ (บริการด้านการนวด) มูลนิธิการแพทย์แผนไทย





ภาพที่ 26 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวไทย



ภาพที่ 27 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวไทย

## 7.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มกลุ่มบ้านบัวสปลาได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/งานจำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

**ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล** ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการเป็นตัวแทน ประสานกับหน่วยงานรัฐเช่น สถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา กระทรวงสาธารณสุข ในการรับข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัดและนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน

**สิ่งพิมพ์** อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯได้ให้สัมภาษณ์ สิ่งพิมพ์ต่างๆดังนี้ นิตยสารคนทำมาหากิน/หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก/นิตยสารเกษตรธรรมชาติ/วารสารสมุนไพรรักษาสุขภาพ/วารสาร

เส้นทางเศรษฐกิจ /วารสารสมุนไพรเพื่อสุขภาพ /นิตยสาร Bangkok Post /วารสาร " สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (Herb for Health)"

**วิทยุ** อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯให้สัมภาษณ์รายการวิทยุ "SME กู้ชาติ" ทางสถานี FM 89.5/ สถานีวิทยุสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล /รายการวิทยุ "SME today" ทางสถานี FM 101

**โทรทัศน์** อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯให้สัมภาษณ์ในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับบัวหลวง เช่นสาธิตการทำเครื่องหอมจากดอกและเกสรบัว ประโยชน์ของบัวหลวงและการดูแลสุขภาพ การทำอาหารจากบัวเป็นต้น ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ต่างๆดังนี้ ช่อง 9 อสมท. (รายการด้านการเกษตรและส่งเสริมอาชีพ)/ช่อง 5 รายการ "จาร์กี้ไว้ในแผ่นดิน"/รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ "บ้านบัวไทย" สำนักเทคโนโลยีการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ออกอากาศทาง UBC /รายการ "แมกกา...ซีน (Maga SEEN) " ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 /รายการ "รอยไทย" ทางช่อง 9 / รายการ "สปาวาไรตี้" ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือ และรายการช่วง "เปิดข่าวเช้า" เป็นการสาธิตการทำ "น้ำปรุงบัวหลวง" และรายการทางสถานีโทรทัศน์ TPBS ในรายการ "ไทยมุง" (สาธิตสมุนไพรบัวหลวง สมุนไพรอื่นๆ และสาธิตการนวดกดจุดบำบัด) / สถานีโทรทัศน์ MVT Health Plus Channel รายการ "คลินิกชีวิตรักษ์"

**เว็บไซต์** มีเว็บไซต์ของกลุ่มฯเพื่อเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ คือเว็บไซต์ banbuathai

**งานแสดงและจำหน่ายสินค้า** กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายในงานของ กระทรวงสาธารณสุข งานแสดงที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงาม ตามห้างสรรพสินค้า งานนิทรรศการต่างๆ งานโอท็อป และงานประจำจังหวัดดังนี้

- แสดงผลงานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ซึ่งดำเนินการโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ศูนย์การค้าประตูน้ำเซ็นเตอร์
  - ร่วมออกร้านในงานกาชาดประจำปี ณ สวนอัมพร โดยร่วมกับชมรม "สมุนไพรชาววัง"
  - ร่วมออกร้านสาธิตแสดงสินค้า และเจรจาธุรกิจการค้าในโครงการ "Marketing's Arm for SMEs"

ชั้น 6 อาคารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

-ร่วมจัดนิทรรศการและออกร้านในงานครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ร่วมกับพิพิธภัณฑน์บัว ซึ่งเป็นหน่วยงานในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชในพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ

-ร่วมออกร้านสาธิตจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์จากบัวในงานเปิด "ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร" จังหวัดนนทบุรี ณ บ้านสวนศิลป์ไทย

-ร่วมจัดกิจกรรมออกบ้านร่วมกับเครือข่ายสหกรณ์ในงานพรรณไม้งามอร่ามสวนหลวง ร.9

-ร่วมจัดนิทรรศการเชิงสถิติและออกบ้าน ในงานมหกรรมสมุนไพรที่จัดโดยสมาคมและองค์กร

ต่างๆ ณ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน

**สัมมนาและการจัดนิทรรศการ** อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯ ได้จัดงานและเข้าร่วมงานสัมมนาและนิทรรศการที่เกี่ยวกับบัว ดังนี้

-นิทรรศการใน "งานเล่าขานตำนานเมืองดอกบัว ครั้งที่ 1" จัดโดยองค์กรส่วนราชการจังหวัดปทุมธานี, มูลนิธิสุขภาพไทย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนและเสริมสร้างสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) และโครงการเมืองนำอยู่ ที่บริเวณเทศบาลเมืองปทุมธานี

-นิทรรศการ"บัวพืชมหัศจรรย์" ในงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 5

-ร่วมจัดนิทรรศการกับสถาบันการศึกษาต่างๆ อาทิ งานพัฒนาบัวให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (จัดนิทรรศการและออกบ้านในนาม มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา กระทรวงสาธารณสุข)

-งานมหกรรมสุขภาพเทิดไท้มหาราชินี ซึ่งจัดร่วมกับงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ซึ่งกลุ่มบัวจัดนิทรรศการและสัมมนาวิชาการ "สุนทรียศาสตร์แห่งบัวเพื่อสุขภาพ" ที่เมืองทองธานี

-นิทรรศการ "สุนทรียศาสตร์แห่งบัว" ในงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 7 ณ ศูนย์การค้าพิวเจอร์ปาร์ครังสิต

-เป็นผู้จัดเสวนาวิชาการ เรื่อง "สุนทรียศาสตร์แห่งบัวกับสุขภาพ" ที่ศูนย์ประชุมอิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี

-ร่วมจัดนิทรรศการกับสถาบันการศึกษาต่างๆ อาทิเช่น- งานครบรอบการสถาปนาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช/ งานพัฒนาบัวให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

-ร่วมงาน สัมมนา "การถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาบัวหลวงให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

-ร่วมกิจกรรมในงานโครงการ "บัวในวิถีชีวิตไทยสายใยวัฒนธรรม" ซึ่งจัดโดยสถาบันวัฒนธรรมราชมงคลเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี

-โครงการรณรงค์ส่งเสริมการปลูกบัวหลวงเชิงเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบสมุนไพรในระดับอุตสาหกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพจากบัวหลวง ในพื้นที่จังหวัดในภาคกลางที่ประสบอุทกภัยในปี 2549(จังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี และสิงห์บุรี) ของศูนย์พัฒนายาไทย สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

-ร่วมอภิปรายเรื่อง “ประสบการณ์การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ” อธิการศูนย์ประชุมอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ปทุมธานี จัดโดยกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตยาสมุนไพรไทย

-เสนอผลงานวิจัย ในงานประชุมวิชาการบัวนานาชาติ IWGS Annual Symposium 2007 ณ หอประชุมมงคล สวนหลวง ร.9

### 7.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ใช้รูปแบบ E-Commerce เป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาด และใช้ช่องทางการวางขายสินค้ากับร้านค้าพันธมิตร และวางแผนพัฒนาให้กลุ่มบ้านบัวไทยศูนย์องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์จากบัวเพื่อสุขภาวะ

#### วิจารณ์ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้สามารถวิจารณ์ผลได้ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง** – ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์จากบัวหลวงจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ทั้งด้านประโยชน์และคุณภาพ และคู่แข่งในตลาดมีไม่มาก แต่ก็ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่วนใหญ่ต้องอาศัยวัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นหลัก ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า การกระจายสินค้าก็ไม่ทั่วถึง การพัฒนาศักยภาพการผลิต เช่นเพิ่มพื้นที่การทำนาบัว การส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรหันมาปลูกบัวหลวงเพื่อการค้า ก็อาจจะสามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงควบคู่กันไป

2. **ช่องทางการสื่อสารทางการตลาด** – ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ผลิตฯจะใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการวางแผนการสื่อสารด้วยตนเอง สื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network) จึงเป็นสื่อที่จำเป็นและสำคัญที่สามารถรวบรวมข่าวสารจากสื่อหลักหรือสื่อมวลชน อีกทั้งยังช่วยกระจายข่าวสารข้อมูลของกลุ่มฯและผลิตภัณฑ์ให้ถึงผู้บริโภคในต้นทุนที่ไม่สูงมาก และข้อมูลข่าวสารมีอายุที่ยาวและคงทน แต่กลุ่มผู้ผลิตก็ควรต้องมั่นปรับปรุงข้อมูลของตัวเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ