

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246448

รายงานการวิจัย

การศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง
Study on Marketing Communication of Community Products From Lotus

คณะผู้จัดทำ

นางสาวถนอมนวล สีทะกุลัง

นางสาวอรุสา บัวตะมะ

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รายงานผลการวิจัยต่อสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

โครงการสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พุทธศักราช 2553



รายงานการวิจัย

การศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง
Study on Marketing Communication of Community Products From Lotus

คณะผู้จัดทำ

นางสาวณอมนวล สีหะกุลัง

นางสาวอรุสา บัวตะมะ



คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รายงานผลการวิจัยต่อสำนักคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ

โครงการสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พุทธศักราช 2553

สารบัญ

	หน้า
สารบัญภาพ	(ก)
บทคัดย่อ	(ข)
คำนิยม	(ค)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา	2
คำสำคัญ	3
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเรื่องกระบวนการกระบวนการสื่อสาร	4
แนวคิดหลักการธุรกิจชุมชน	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	
กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว	23
กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา	26
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา	31
กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ	33
กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ	37
กลุ่มบ้านบัวสปลา	40
บ้านบัวไทย	43
วิจารณ์ผลการวิจัย	48

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย	49
ข้อเสนอแนะ	51
เอกสารอ้างอิง	52

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. กระบวนการสื่อสารการตลาด	5
2. ขั้นตอนการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	9
3. นางสมศรี ทำข้าม ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว	22
4. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ (รากบัวเชื่อม ท็อปปิ้งรากบัว น้ำรากบัว)	23
5. ที่ทำการกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัวและป้ายประชาสัมพันธ์กลุ่มฯและผลิตภัณฑ์	24
6. นายสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ รองประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา	25
7. โบว์ที่หนึ่งและย้อมสีเสร็จแล้ว	27
8. ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา	27
9. ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา	28
10. ที่ทำการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรดา และแคตตาล็อก (ประเทศญี่ปุ่น) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ	29
11. นางธัญดา ปานขลิบ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา	30
12. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดา (ไวน์ดอกบัว)	30
13. นางวันเพ็ญ พูลเพิ่ม ประธานกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	32
14. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	33
15. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	34
16. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	34
17. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	35
18. ที่ทำการกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญสิริ	35
19. นางจัญญู สวัสดิกุล ประธานกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ	36
20. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ	38
21. ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ	39
22. ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ	39
23. นางภัทรานิชฐ์ ดิเรกโคค ประธานกลุ่มบ้านบัวสป่า	40
24. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวสป่า	41
25. นางอุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มบ้านบัวไทย	42
26. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวไทย	44
27. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวไทย	44

บทคัดย่อ

246448

การศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาด ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง วิเคราะห์บทบาท การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและศึกษาแนวทางการวางแผน การสื่อสารการตลาดของกลุ่มผู้ผลิต เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มผลิตภัณฑ์จากบัวหลวงของชุมชนต่างๆทั่วประเทศไทยจำนวน 7 กลุ่ม ผลการศึกษาพบว่าลักษณะกลุ่มผู้ผลิต ประกอบด้วยกลุ่มคนในชุมชนที่รวมตัวกันผลิต บริหารจัดการ และ และร่วมรับผลประโยชน์ มี 4 กลุ่มได้แก่ กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว จ.นครสวรรค์ กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ จ.พิจิตร กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ จ.อุบลราชธานี นอกจากนี้ก็ยังมีผู้ผลิตในชุมชนที่เป็นเจ้าของเพียงราย เดียว มีการใช้แรงงาน และวัตถุดิบในชุมชน สมาชิกในกลุ่มชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ อย่างใดอย่างหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรินดา จ. ลำปาง กลุ่มบ้านบัวสป่า จ. ปทุมธานี และกลุ่มบ้านบัวไทย กรุงเทพมหานคร ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชุมชนจะนำส่วนต่างๆของ บัวหลวงมาแปรรูปเป็นอาหาร เครื่องดื่ม(ชา และไวน์) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก แชมพู ครีม นวดผสม โฉน้ันบำรุงผิว น้ำหอม โคลโลญจ์ และน้ำมันสมุนไพร เป็นต้น

ทางด้านการสื่อสารการตลาดนั้น กลุ่มผู้ผลิตทุกกลุ่มเน้นบทบาทของผู้นำกลุ่มในการเป็น สื่อบุคคลในการสื่อสารเรื่องกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงาน ต่างๆ กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิรินดา กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนบ้านดา กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ กลุ่มบ้านบัวสป่า และกลุ่มบ้านบัวไทยกลุ่มผู้ผลิตจะ ไม่เน้นการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อหลักเช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เพราะค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง นอกจากสื่อหลักจะนำเรื่องราวและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปโฆษณาประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เอง กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานรัฐและเอกชนในการช่วย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและมีเพียง 2 กลุ่มเท่านั้นที่มีเว็บไซต์ของกลุ่มคือกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ศิรินดา และกลุ่มบัวไทย กลุ่มผู้ผลิตทุกกลุ่มเคยออกงานโอท็อปที่เมืองทองธานีและเห็นว่า งานแสดงสินค้าเป็นการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์และการส่งเสริมการขาย ที่ดีที่สุดที่ให้ ลูกค้าจดจำและติดตามใช้ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้สื่อกิจกรรมเช่นการจัดอบรม สัมมนา การร่วม นิทรรศการก็เป็นการสื่อสารการตลาดที่ช่วยให้ลูกค้าได้รู้จักกลุ่มฯและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯมากขึ้น

สำหรับการวางแผน การสื่อสารการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังใช้การสื่อสาร การตลาดแบบเดิมเป็นหลัก แต่กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ อยากปรับปรุงรูปแบบ และเนื้อหา

246448

ของแผ่นพับ ป้ายสินค้าให้มีความทันสมัย ดึงดูดความสนใจของลูกค้า ในขณะที่กลุ่มศิรดาต้องการ
เปิดร้านค้าตามสถานที่สำคัญและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเช่น ร้านคิงเพาเวอร์ สนามบินสุวรรณภูมิ
และศูนย์การค้าจางซีลอน จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

ABSTRACT

246448

Studying process of marketing communication for community's products from Lotus. The aim is to analyse the role of marketing communication which has affected towards community's products and to study the strategy and marketing communication of producers. Surveying and collecting data of Lotus products from each community nationwide totally 7 groups are concerned. The result of study shows that the characteristics of producers compose of people in community joining together to produce, manage and sharing benefits such as Group of Ryizome product from Nakornsawan, Bung Sri Faa woman cooperative from Pichit, Group of Pensiri hair Spa from Ubonrachathani. Furthermore, there is a monopoly producer in some communities. Manpower and raw material are applied in community as well. Members in community group has participated either in managing or sharing benefits. For example, group of Sirada products from Lamphang, group of Bua Spa House from Pathumthani and group of Thai Bua house from Bangkok. The product characteristic mainly come from each part of Lotus by making food processing. Tea, wine, appliance, decorative items, souvenir, shampoo, conditioner, body lotion, perfume, cologne and herb oil are some samples.

Regarding to marketing communication, every group of producers have emphasized on leadership in being a personal media to promote and communicate with group about their activities and products including co-operate with other agency. Most of them have their own brand such as Group of Sirada products, Local enterprise group of Baan Dao, Group of Pensiri Hair Spa, Group of Bua Spa House and Group of Bua Thai House. Their products do not emphasis on advertising media or any mass media like T.V., Radio because the cost is very high but they focus on Internet channel of State agency or private enterprise to advertise and promote their products instead. There are only 2 groups of them have their own website - Group of Sirada products and Group of Thai Bua. As known, every producer has ever joined O-Top festival at Muangthong Thani. They understand that being an exhibitor is a good way to PR, build up an image and boost up sale. Both brand awareness and recognition are by product. Besides,

246448

other activities like training, seminar and trade exhibition are marketing tools in communicating and promoting their products and groups with customers.

Most of them still have marketing plan and communication as before. Only Group of Pensiri Hair Spa would like to adjust their pattern and details of leaflet, advertisement in order to make more attraction for customers and have a modern style whereas Sirada group wish to open their branch at an important place and tourist attraction such as King Power Duty Free at Suvannaphum Airport, Jangceylon Department Store at Puket province and etc.

คำนิยม

บัวหลวงนับเป็นพืชที่มีคุณค่าสามารถแปรรูป และใช้ประโยชน์ได้ในหลาย ๆ ด้าน การศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง อาจเป็นประโยชน์ และช่วยในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวง ไม่น่าก็น้อย อีกทั้งอาจเป็น แนวทางในการวางแผนในการสื่อสารทางการตลาดในอนาคต เพื่อสามารถเพิ่มศักยภาพในการ ผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่อไป ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ประกอบการทุกกลุ่ม ที่กรุณาให้ข้อมูล ในการสัมภาษณ์อย่างเต็มใจและเป็นมิตร และขอขอบคุณที่มีส่วนในการร่วมผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ จากบัวหลวงเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในระดับชาติและระดับสากล

นางสาวณอมนวล สีหะกุลัง

นางสาวอรุสา บัวตะมะ