

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Results)

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงได้ศึกษาจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจากบัวหลวงทั่วประเทศจำนวน 7 กลุ่ม ขอนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 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 ท่าข้าม



ภาพที่ 3 : นางสมศรี ท่าข้าม ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

ประวัติ ความเป็นมา : 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 มีการลงโฆษณาขายปลีกผลิตภัณฑ์ครั้งละ 500 บาท

โทรทัศน์ เคยออกรายการผู้ใหญ่นบ้านด้าดี 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 : ที่ทำการกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัวและแป้งประชาสัมพันธ์กลุ่มฯและผลิตภัณฑ์

1.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มมองเห็นถึงบทบาทของสื่อบุคคล คือผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน ตลอดจนผู้นำในภาคส่วนของรัฐที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมและผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลาย การที่มีสื่อโทรทัศน์มาจัดทำเป็นรายการออกอากาศตามสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างก็ทำให้ผู้ชมจดจำเป็นเรื่องราวของกลุ่มและติดต่อสอบถามถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวนหนึ่งแต่ทางกลุ่มมีข้อจำกัดในการผลิตสินค้า เพราะขาดแคลนวัตถุดิบทางธรรมชาติ(รากบัวจากบึงบอระเพ็ด) ทำให้ทางกลุ่มไม่สามารถผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากได้ ต้องผลิตตามจำนวนของวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาลเท่านั้น ดังนั้นแนวทางการวางแผน

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 นางวรรณิ์ จำรูญขจรเกียรติ

เลขานุ และเหรัญญิก 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. ศึกษาและดูรูปแบบของคู่แข่งขั้นเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เกิดความแตกต่างและเป็นที่ต้องการของตลาด

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ : โยทอประดับ 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 ได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

ผู้นำกลุ่ม มีบทบาทในการบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ กลุ่มฯยังร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมของขวัญของชาวไทยและ สมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อกัน

นิตยสาร มีบทสัมภาษณ์คุณสมศักดิ์ หงษ์วิเศษ รองประธานกลุ่มฯในนิตยสารของสภาอุตสาหกรรม / นิตยสารCustomer ฉบับที่136 (2554)

โทรทัศน์ ออกรายการSmart Biz ช่อง Voice TV

เว็บไซต์ กลุ่มมีเว็บไซต์ของกลุ่มฯ คือเว็บไซต์ siradaproduct เพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯนอกจากนี้เรื่องราวของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ จะมีเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์ เว็บไซต์ thaitumbon เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) เว็บไซต์ lampangmarket (สินค้าคุณภาพจากลำปาง) เว็บไซต์ 88DB (บริษัท 88ดีบี(ประเทศไทย)จำกัด) นอกจากนี้ยังมีบทสัมภาษณ์คุณสมศักดิ์ หงษ์วิเศษเกี่ยวกับธุรกิจของกลุ่มฯ ในเว็บไซต์ nationejob เว็บไซต์ bangkokbiznews เว็บไซต์ manager เป็นต้น

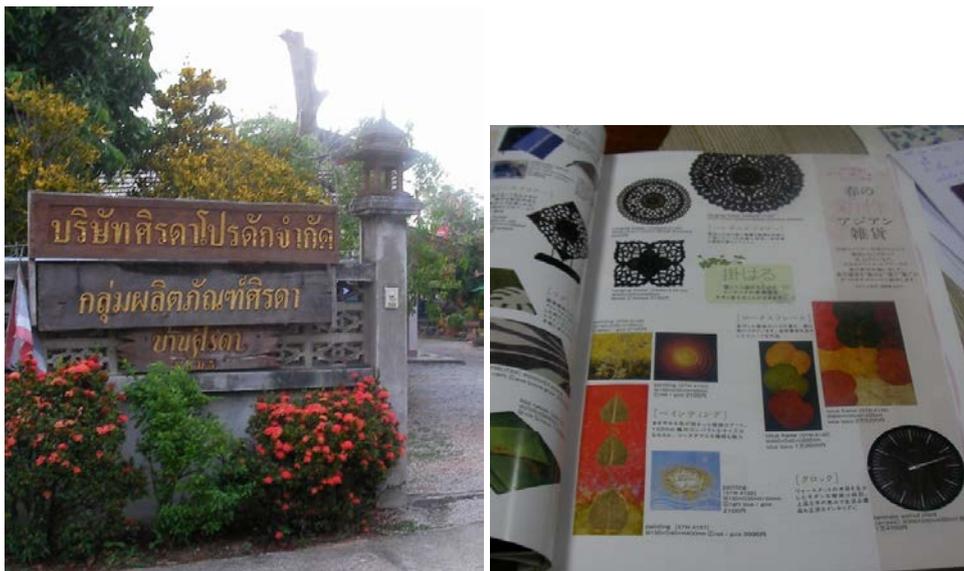
งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งาน Made in Thailand 2011 / งานโอท็อป เมืองทองธานี / งานแสดงสินค้า OTOP city /งานแสดงสินค้ากับกรมส่งเสริมการค้าส่งออก OTOP to the word และงานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (BIG &BIH)



ภาพที่ 9 : ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆของกลุ่มผลิตภัณฑ์สิระดา

2.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

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



ภาพที่ 10 : ที่ทำการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิริดา 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
 ชั้นสูงของกรมวิทยาศาสตร์ 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 กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานงานไอทอป เมืองทองธานี และงานไอทอปจังหวัดนครสวรรค์

3.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ยังไม่ได้มีแนวทางวางแผนการสื่อสารอะไรชัดเจนในอนาคต เพียงแต่ยังสื่อสารผ่านเว็บไซต์ thaitumbon เป็นหลัก เนื่องจากปัจจุบันทางกลุ่มประสบปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งปัญหาไวรัสเสีย และรสชาติเปลี่ยนเพราะอากาศร้อน จึงได้หยุดผลิตไวน์ดอกบัวชั่วคราว อนาคตอาจทำผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ไบชาผสมเกสรบัว อีกทั้งอาจให้รองประธานคือนางสาวจิตาภา ปานชลธิ รับผิดชอบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ แทน

4. กลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญศิริ

4.1.ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญศิริ

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 ต่อมาได้ขอจดทะเบียนขอจดทะเบียนวิสาหกิจ ชุมชนและชุมชน เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549 มีโดยเริ่มจากสมาชิกกลุ่มจำนวน 7 คนแล้วภายหลังจึงศึกษาเรื่องการทำธุรกิจ ได้เข้าร่วมอบรมในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ของกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม ทำให้เข้าใจและมองเห็นช่องทางตลาดมากขึ้น จากเดิมที่ที่ระยะแรก ๆ เริ่มผลิตสินค้าใน ลักษณะทำไปคิดไป ปัจจุบันมีสมาชิกประจำ 20 คน และมีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร่วมเป็นสมาชิก กลุ่มฯอีก 15 คน



ภาพที่ 13 : นางวันเพ็ญ พูลเพิ่ม ประธานกลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญศิริ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ : วิกส์น้ำเกสรบัว/น้ำมันนวดตัวเกสรบัว ชาดีบัว แชมพู ครีมนวดนม ครีมแต่งสีผม โลชั่นบำรุงผิว ที่มีส่วนผสมของเกสรทั้งห้า คือดอกบัว ดอกมะลิ ดอกจำปี ดอกกันเกราและ ดอกพยอม และยังมีสูตรผสมของ น้ำมันข้าว , เกสรดอกบัว , ไหมทอง และสารสกัดจากสมุนไพรนานาชนิด

สถานที่จำหน่าย : ร้าน OTOP จังหวัดอุบลราชธานี เว็บไซต์ yalee2healthและยังมีให้สมาชิกกลุ่มรับไปจำหน่ายหรือมีลูกค้าจากต่างจังหวัดเช่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศรีสะเกษ ขอนแก่น ไร่ไปขาย หรือซื้อเป็นของฝาก



ภาพที่ 14 : ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ(ศูนย์โอท็อปจังหวัดอุบลราชธานี)

4.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทของสื่อต่างๆและงานแสดง/จำหน่ายสินค้าต่างๆคือ

ผู้นำกลุ่มและสื่อบุคคล ผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการเป็นตัวแทนเข้าร่วมงานของหน่วยงานรัฐต่างๆ อาทิเช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับรางวัลจากกระทรวงแรงงาน อุตสาหกรรมโครงการประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประสานและบอกข่าวสารเรื่องงานแสดงสินค้าต่างๆ เรื่องการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นเงินทุน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่างๆจากชุมชน และจากจังหวัด และนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชน และยังมี การสื่อสารแบบปากต่อปากของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผม ลักษณะของลูกค้า

สิ่งพิมพ์ ได้สัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คอลัมน์ช่องทางทำมาากิน วันที่ 20 กรกฎาคม 2550 สัมภาษณ์มีดิชนรายสัปดาห์

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 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญสิริ (เจลกระชับผิว/สมุนไพรบำรุงผม/บอดีโลชั่น/ครีมนวล และสบู่)



ภาพที่ 16 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มเรือนผมสมุนไพรเพ็ญสิริ (วิกส์น้ำเกสรบัว/น้ำมันนวดตัวเกสรบัว)



ภาพที่ 17 : ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ (ชาดีบัว)

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายในงานงานไอทอป เมืองทองธานี และงานกระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา

กิจกรรมชุมชน ทางกลุ่มฯได้จัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนม่วงสามสิบเช่นให้นักเรียนทอผ้าและใช้สีดอกบัวมาย้อมผ้า ให้นักเรียนออกร้านและงานแสดงสินค้า



ภาพที่ 18 : ที่ทำการกลุ่มเรือนผสมสมุนไพรเพ็ญศิริ

4.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯอยากปรับปรุงรูปแบบ และเนื้อหาของแผ่นพับให้มีความทันสมัย ออกแบบป้ายสินค้าหรือสติ๊กเกอร์ที่ติดผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจของลูกค้า พิมพ์ให้มีคุณภาพ ไม่ลบหรือลอกง่าย และเพิ่มและผลิตผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เช่น ชาดีบัว ชามะรุมนเกสรบัว ชาชิงฝงเกสรบัว ไวน์ราบัว จะทำการจดสิทธิบัตรและขอรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา เพราะเป็นการสื่อสารทางการตลาดของ

ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ให้กว้างขวางและเป็นที่ยอมรับ และในอนาคตก็จะใช้ที่ทำการของกลุ่มฯเป็นศูนย์หรือแหล่งเรียนรู้สมุนไพร และให้บริการเป็นแบบโฮมสเตย์

5. กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

5.1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ผลิต : กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

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

โทรศัพท์ : 056-613803 / 081-6047984

ประธานกลุ่ม : นางจัญญ์ สวัสดิ์กุล



ภาพที่ 19 : นางจัญญ์ สวัสดิ์กุล ประธานกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

ประวัติ ความเป็นมา : เริ่มแรกจากการได้มาขายของฝากและของที่ระลึกภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์หรือบึงสีไฟ จึงทำให้นางจัญญ์ สวัสดิ์กุล ได้มองเห็นว่าภายในบึงสีไฟนั้นมีการทำนาบัวกันเป็นอย่างมากทั้งยังได้สัมผัสกับผู้ประกอบอาชีพทำนาบัว จึงทำให้ทราบปัญหาที่ชาวนาบัวประสบกันอยู่ว่าในการเก็บขายแต่เฉพาะบัวอ่อน ใบบัว รากบัวและบัวสาย (บัวที่เอาสายมากินได้) ทำให้ขายได้ไม่หมดและยังเก็บผลผลิตมาขายไม่ได้ทุกวันทำให้เกิดการเสียหายทางผลผลิต จึงทำให้เกิดปัญหาการว่างงานและคุณภาพชีวิตตกต่ำภายในชุมชนเกิดการย้ายถิ่นเพื่อเข้าไปหางานทำในเมืองใหญ่ทางนาง จัญญ์ สวัสดิ์กุล จึงได้หาแนวทางในการนำผลผลิตที่มีในชุมชนมาแปรรูปให้เกิดคุณค่าและมีราคามากขึ้นจึงได้ปรึกษากับทางนาย ชูฉัตร สวัสดิ์กุล ซึ่งเป็นสามีและมีประสบการณ์ในการเดินทางไปในต่างจังหวัดต่าง ๆ ทำให้พบเห็นว่าบัวสามารถนำมาแปรรูปแทนได้ และยังได้นำองค์ความรู้ที่มีในชุมชนและประสบการณ์ของชาวนาบัวมาประยุกต์ใช้โดยเริ่มแรกได้นำเม็ดบัวมาทำเป็นขนมก่อน แต่ก็ยังไม่พบความแปลกใหม่ในรสชาติ จึงได้ลองทำเป็นอาหาร เช่น แกงเม็ดบัว แต่ก็ไม่เป็นที่ต้องการของตลาดมากนัก จนมีผู้รู้ท่านหนึ่งได้แนะนำให้นำ

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

ลักษณะผลิตภัณฑ์ : เม็ดบัวอบกรอบ รากสดเชื่อมอบแห้ง สมุนไพรดีบัว (แคปซูล)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ : มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ม.พ.ช.) 490/2547

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

สถานที่จำหน่าย : - สถานที่ท่องเที่ยวบึงสีไฟ ตรงข้ามบริเวณทางเข้าบึงสีไฟ (ร้านเม็ดบัวอบกรอบแม่จรรยา)

- ร้านน้องเป็ด ตั้งอยู่ป้อมเขตต์ 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

กลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของ

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 จะมีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไว้ที่เว็บไซต์ otoptoday (คลังภูมิปัญญา otop) และเว็บไซต์ thaitambon

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ที่ออกแสดงและจำหน่ายที่งานโอท็อป เมืองทองธานี และงานประจำจังหวัด



ภาพที่ 21 : ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ



ภาพที่ 22 : ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บึงสีไฟ

5.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯ อยากมีร้านค้าของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน คุณดี มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ มีเว็บไซต์ของกลุ่ม เพราะลูกค้ามักจะทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์จากช่องทางอื่น ปัญหาของกลุ่มคือ บางช่วงของปีผลิตภัณฑ์มีน้อย ไม่สามารถกระจายสินค้าได้มาก เคยมีลูกค้าขอให้ผลิตให้เพื่อจะส่งออกแต่ไม่สามารถผลิตให้ได้ อยากมีบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบดูทันสมัยซึ่งอุตสาหกรรมจังหวัดพิจิตรเคยออกแบบบรรจุภัณฑ์(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 ดิเรกโภค



ภาพที่ 23 : นางภัทธานิษฐ์ ดิเรกโกศ ประธานกลุ่มบ้านบัวสปลา

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

ปัจจุบันกระแสความนิยมหวนกลับมาหาธรรมชาติ กำลังเป็นที่สนใจ น้ำหอมหรือโคโลญจ์ ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ ราคาค่อนข้างแพง จึงคิดที่จะพัฒนาดอกไม้หอมของไทย เช่น ดอกโมก มะลิ กุหลาบ มาผลิตเป็นน้ำหอมและโคโลญจ์ “บัวสปลา” เป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์สุขภาพซึ่งผลิตจากดอกไม้ นานาภัณฑ์ โดยมี คุณภัทธานิษฐ์ 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 : - กลุ่มบ้านบัวสปลา 927 หมู่ที่ 5 เขตเทศบาลเมืองคูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี

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



ภาพที่ 24 : ผลิตภัณฑ์ต่างๆของกลุ่มบ้านบัวสปา (น้ำหอมและโคโลญจกกลิ่นบัวหลวง สบู่ และครีมขัดตัว)

6.2.บทบาทการสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มกลุ่มบ้านบัวสปาได้ใช้สื่อต่างๆในการสื่อสารทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 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 และยังสามารสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ที่เว็บไซต์ weloveshopping และเว็บไซต์ soiDB Thailand และ shoptop.net

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายที่งานโอท็อปที่เมืองทองธานี และงานประจำจังหวัดและห้างสรรพสินค้าต่างๆ

6.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ทางกลุ่มฯต้องการพัฒนาให้กลุ่มบัวสภาให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ผู้สนใจในชุมชนมาเรียนรู้ ร่วมผลิตที่ทำให้คนในชุมชนมีความรัก สามัคคี และเสียสละ อีกทั้งเป็นการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ภูมิปัญญานั้นหายไปโดยไม่มีผู้สืบทอด

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) ในฐานะประธานกรรมการบริหารสถาบันฯ 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 ครีมบำรุงผิวหน้า ผสมสารสกัดเกสรบัวหลวง/ น้ำมันบำรุงผิวกลิ่นบัวหลวง/โลชั่นถนอมผิว /มิลค์โลชั่นมีสารสกัดบัวหลวง / สบู่สปาใส่ผสมสารสกัดบัวหลวง/ สบู่สปาบัวหลวง-นมสด

ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม เช่น น้ำปรุงกลิ่นบัวหลวง / พิมเสนน้ำกลิ่นบัวหลวง

น้ำมันสมุนไพร เช่น น้ำมันโพลีกลิ่นบัวหลวง

เครื่องดื่มสมุนไพร เช่นชาดีบัวชาดีบัว-ดอกคำฝอย /ชาดีบัว-ใบหม่อน/ชาเกสรบัวหลวง/ชาเกสรบัวหลวง-ดอกอัญชัน /ชาเกสรทั้งห้า คือดอกมะลิ (Jasmine) ดอกพิกุล (Bullet Wood flower) ดอกบุญนาค (Iron Wood flower) ดอกสารภี (Mammea Siammensis flower) และเกสรบัวหลวง

สถานที่จำหน่าย :

1. สถาบันการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข
2. กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข
3. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
4. ศาลาयाไทย กระทรวงสาธารณสุข
5. โอท็อปสมุนไพรชาววัง ที่เทศโก้ โลดส์ 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/วารสารสมุนไพรเพื่อสุขภาพ/วารสาร

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

วิทยุ อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯ ให้สัมภาษณ์รายการวิทยุ "SME กู้ชาติ" ทางสถานี FM 89.5/ สถานีวิทยุสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล /รายการวิทยุ "SME today" ทางสถานี FM 101

โทรทัศน์ อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯ ให้สัมภาษณ์ในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับบัวหลวง เช่นสาธิตการทำเครื่องหอมจากดอกและเกสรบัว ประโยชน์ของบัวหลวงและการดูแลสุขภาพ การทำอาหารจากบัวเป็นต้น ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ต่างๆดังนี้ ช่อง 9 อสมท. (รายการด้านการเกษตรและส่งเสริมอาชีพ)/ช่อง 5 รายการ "จาร์กไว้โนแผ่นดิน"/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 "คลินิกชีวิตวิถี"

เว็บไซต์ มีเว็บไซต์ของกลุ่มฯ เพื่อเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของกลุ่มฯ และผลิตภัณฑ์ คือเว็บไซต์ banbuathai

งานแสดงและจำหน่ายสินค้า กลุ่มฯ ได้นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงและจำหน่ายในงานของกระทรวงสาธารณสุข 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

- ร่วมจัดนิทรรศการและออกร้านในงานครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ัญญบุรี ร่วมกับพิพิธภัณฑ์บัว ซึ่งเป็นหน่วยงานในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชในพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ

- ร่วมออกร้านสาธิตจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์จากบัวในงานเปิด "ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร" จังหวัดนนทบุรี ณ บ้านสวนศิลป์ไทย

-ร่วมจัดกิจกรรมออกจากร่วมกับเครือข่ายสหกรณ์ในงานพรรณไม้งามอร่ามสวนหลวง ร.9

-ร่วมจัดนิทรรศการเชิงสถิติและออกจากร่วมในงานมหกรรมสมุนไพรที่จัดโดยสมาคมและองค์กร

ต่างๆ ณ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน

สัมมนาและการจัดนิทรรศการ อาจารย์อุไรรัตน์ สิงหนาท ประธานกลุ่มฯ ได้จัดงานและเข้าร่วมงานสัมมนาและนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับบัว ดังนี้

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

-นิทรรศการ"บัวพีชมหัสจรรย์" ในงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 5

-ร่วมจัดนิทรรศการกับสถาบันการศึกษาต่างๆ อาทิ งานพัฒนาบัวให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (จัดนิทรรศการและออกจากร่วมในนาม มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา กระทรวงสาธารณสุข)

-งานมหกรรมสุขภาพเทิดไถ่มหาชาชีนี ซึ่งจัดร่วมกับงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ซึ่งกลุ่มบัวจัดนิทรรศการและสัมมนาวิชาการ "สุนทรียศาสตร์แห่งบัวเพื่อสุขภาพ" ที่เมืองทองธานี

-นิทรรศการ "สุนทรียศาสตร์แห่งบัว" ในงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 7 ณ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต

-เป็นผู้จัดเสวนาวิชาการ เรื่อง "สุนทรียศาสตร์แห่งบัวกับสุขภาพ" ที่ศูนย์ประชุมอิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี

-ร่วมจัดนิทรรศการกับสถาบันการศึกษาต่างๆ อาทิเช่น- งานครบรอบการสถาปนาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช/ งานพัฒนาบัวให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

-ร่วมงาน สัมมนา "การถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาบัวหลวงให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

-ร่วมกิจกรรมในงานโครงการ "บัวในวิถีชีวิตไทยสายใยวัฒนธรรม" ซึ่งจัดโดยสถาบันวัฒนธรรมราชมงคลเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี

-โครงการรส่งเสริมการปลูกบัวหลวงเชิงเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบสมุนไพรในระดับอุตสาหกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพจากบัวหลวง ในพื้นที่จังหวัดในภาคกลางที่ประสบอุทกภัยในปี 2549(จังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี และสิงห์บุรี) ของศูนย์พัฒนาชาวไทย สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

-ร่วมอภิปรายเรื่อง “ประสบการณ์การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ” อาคารศูนย์ประชุมอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ปทุมธานี จัดโดยกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตยาสมุนไพรไทย

-เสนอผลงานวิจัย ในงานประชุมวิชาการบัวบานาชาติ IWGS Annual Symposium 2007 ณ หอประชุมสงฆ์ สอนหลวง ร.9

7.3.แนวทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดและปัญหา

ใช้รูปแบบ E-Commerce เป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาด และใช้ช่องทางวางขายสินค้ากับร้านค้าพันธมิตร และวางแผนพัฒนาให้กลุ่มบ้านบัวไทยศูนย์องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์จากบัวเพื่อสุขภาพ

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