

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) บริบทของชุมชนและเครือข่าย OTOP (2) สถานการณ์ทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเครือข่าย OTOP (3) การวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่าย OTOP

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 47 คน คือ แกนนำเครือข่าย OTOP จำนวน 29 คน สมาชิกเครือข่าย OTOP ที่อาศัยอยู่ในทุกพื้นที่อำเภอในจังหวัด ราชบุรี จำนวน 13 อำเภอ จำนวน 1 คน รวมจำนวน 13 คน ซึ่งมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหลัก จำนวน 4 หน่วยงาน คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรี สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดราชบุรี สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดราชบุรี และ 1 สถานศึกษา คือ วิทยาลัยสารพัดช่างราชบุรี หน่วยงานละ 1 คน รวม 5 คน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ใน การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพัฒนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษา ระดับปริญญาตรี นับถือศาสนาอิสลาม ภาษาที่ใช้ในการติดต่อกันมาก คือ ภาษาไทยที่มีความร่วมกัน ภาษาไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนมากที่สุดอยู่ในช่วง 6,000-8,000 บาท การผลิตสินค้าหัตถกรรมและ สินค้าประรูปในชุมชนแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงจุดเด่นประจำจังหวัด และมี แหล่งผลิตในเขตอำเภอเมืองมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เครือข่าย OTOP ทั้งหมดในจังหวัดราชบุรี มีการบริหารจัดการโดยกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จะพัฒนาอย่างเป็นทางการ (2) การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่ายกับสมาชิก เครือข่าย OTOP เป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับการสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุนเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (3) การวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่าย OTOP ต้องใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากทุกระดับนั้นตั้งแต่จาก ระดับนโยบาย ระดับหน่วยงานภาครัฐ ภาคปฏิบัติ และระดับชุมชน รวมทั้งเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง

The objective of this study was to investigate: (1) the context of communities and One Tambon One Product (OTOP) project networks; (2) local communication regarding OTOP networks; and (3) the use of communication in developing participatory networks like OTOP.

Data for this qualitative study was obtained through in-depth interviews, in accordance with interview guidelines, from 47 purposively selected samples, including leaders from 29 OTOP networks; 13 OTOP members, one from each of 13 districts in Narathiwat; and five key informants, one from each of the main provincial government agencies providing support. These agencies are the Community Development Office, the Commerce Office, the Agriculture Office, the Industry Office and Narathiwat Polytechnic College. An analytic-descriptive approach was used for data analysis.

Results were as follows: (1) Most of the samples were female, aged 41-50, bachelor's-degree holders and Muslim; made Bt6,000 to Bt8,000 a month; and spoke both the local Malay dialect and Thai when conducting business. The communities manufactured OTOP handicrafts and other products with their cultural heritage. The main OTOP products in Muang district were cloth and clothing. All OTOP networks in the province were administered by registered groups; (2) Communication among OTOP network leaders and between the leaders and the members was informal, but communication between the leaders and supporting agencies was both formal and informal; and (3) Development of communication among OTOP networks must involve participation at all levels: policy, operational and community.