

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

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 47 คน คือ แกนนำเครือข่าย OTOP จำนวน 29 คน สมาชิกเครือข่าย OTOP ที่อาศัยอยู่ในทุกพื้นที่อำเภอในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 13 อำเภอ อำเภอละ 1 คน รวมจำนวน 13 คน ซึ่งมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหลักจำนวน 4 หน่วยงาน คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส และ 1 สถานศึกษา คือ วิทยาลัยสารพัดช่างนราธิวาส หน่วยงานละ 1 คน รวม 5 คน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี นับถือศาสนาอิสลาม ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขาย คือ ภาษามลายูท้องถิ่นร่วมกับภาษาไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนมากที่สุดอยู่ในช่วง 6,000-8,000 บาท การผลิตสินค้าหัตถกรรมและสินค้าแปรรูปในชุมชนแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ถือว่าเป็นจุดเด่นประจำจังหวัด และมีแหล่งผลิตในเขตอำเภอเมืองมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เครือข่าย OTOP ทั้งหมดในจังหวัดนราธิวาส มีการบริหารจัดการโดยกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ (2) การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่ายกับสมาชิกเครือข่าย OTOP เป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับการสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุนเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (3) การวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่าย OTOP ต้องใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากทุกระดับนับตั้งแต่จากระดับนโยบาย ระดับหน่วยงานภาคปฏิบัติ 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.