

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของชุมชนและเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส 2) ศึกษาสถานการณ์ทางการสื่อสาร 3) ศึกษาการวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่าย OTOP การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 47 คนคือ แกนนำเครือข่าย OTOP จำนวน 29 คน สมาชิกเครือข่าย OTOP ที่อาศัยอยู่ในทุกพื้นที่อำเภอในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนราธิวาส อำเภอดากใบ อำเภอบาเจาะ อำเภอเจาะไอร้อง อำเภอเย็งอ อำเภอสุไหงปาดี อำเภอสุกิริณ อำเภอสุไหง-โกลก อำเภอศรีสาคร อำเภอระแงะ อำเภอจะแนะ อำเภอแว้ง อำเภอเรือเสาะ อำเภอละ 1 คน รวมจำนวน 13 คน ซึ่งมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหลัก จำนวน 4 หน่วยงานคือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส และ 1 สถานศึกษาคือ วิทยาลัยสารพัดช่างนราธิวาส หน่วยงานละ 1 คน รวม 5 คน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ การสัมภาษณ์เจาะลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

จากการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยต่างๆ ดังกล่าว สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1.1 บริบทของชุมชนและเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ และมาตรฐานให้อยู่ในระดับสากลเป็นช่องทางในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนให้ออกสู่ตลาดในประเทศและนอกประเทศ นำมาซึ่งรายได้และการสร้างแรงงานให้แก่คนในชุมชน ประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดนราธิวาสประกอบอาชีพด้านการเกษตร คือ การทำสวนยาง สวนผลไม้ มะพร้าว การทำนา และการประมง ทำให้สาขาเกษตรกรรมเป็นรายได้หลัก การพาณิชย์และการบริการ เป็นสาขาเศรษฐกิจที่ทำรายได้เป็นอันดับสองของจังหวัด ดังนั้น การผลิตสินค้าหัตถกรรมและสินค้าแปรรูปในชุมชนจึงถือเป็นกิจสำคัญที่สามารถสร้าง

รายได้และรองรับแรงงานนอกฤดูกาลเกษตร นอกจากนี้การผลิตสินค้าในชุมชนยังเป็นการนำเอา วัตถุดิบ แรงงานในชุมชน ผสมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นทำการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึง เอกลักษณ์ของชุมชนในแต่ละชุมชน บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน ประเพณีและวัฒนธรรม การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยภาครัฐได้ให้ความสำคัญ กับโครงการ OTOP เป็นอย่างมากหลังจากที่ได้มีการส่งเสริมทางด้านการผลิตและการพัฒนา คุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้กำหนดดำเนินโครงการการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (KNOWLEDGE-BASED OTOP: KBO) มีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสถาบันศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน ส่วน ท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม ผู้ประกอบการ OTOP ให้ที่มีความรู้ใน การดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน รวมทั้งยังเป็นการช่วยลดระยะเวลาในการติดต่อ ประสานงาน หรือขอความร่วมมือจากประชาชนที่เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่หน่วยงาน ต่างๆ

ทั้งนี้ การจัดทำผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดนครราชสีมา มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและถือว่าเป็นจุดเด่นประจำจังหวัดและ มีแหล่งผลิตในเขตอำเภอเมืองมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งหมด จำนวน 376 คน แบ่งเป็นสมาชิกเครือข่ายทั้งหมด จำนวน 347 คน แกนนำเครือข่าย จำนวน 29 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี นับถือศาสนาอิสลาม ส่งผลให้มีผู้พูดภาษามลายูท้องถิ่นร่วมกับ ภาษาไทย เพื่อใช้ในการติดต่อค้าขาย การศึกษาสำหรับแกนนำเครือข่าย OTOP อยู่ในระดับปริญญา ตรี ส่วนสมาชิกเครือข่าย OTOP อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีสมาชิกในครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ ระหว่าง 2-5 คน รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนมากที่สุดอยู่ในช่วง 6,000-8,000 บาท แกนนำเครือข่าย OTOP ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และสมาชิกเครือข่าย OTOP ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพรับจ้าง ในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็น ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ ระลึก และจัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน ผลิตสินค้าที่ แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม

1.2 สถานการณ์ทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

1.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง พบว่า การดำเนินงานตามโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส ระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP จะใช้วิธีการสื่อสารแนวนราบ (horizontal communication) เป็นการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง ส่งผลให้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นกลุ่มเดียวกัน คือ แกนนำเครือข่าย OTOP ส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการออกร้านจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ ที่จัดเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication)

1.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับสมาชิกเครือข่าย OTOP พบว่า การดำเนินงานตามโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส ระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับสมาชิกเครือข่าย OTOP จะใช้วิธีการสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication) ส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารจากแกนนำเครือข่าย OTOP (ผู้ส่งสาร) ไปยังสมาชิกเครือข่าย OTOP (ผู้รับสาร) และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication) ที่สมาชิกเครือข่าย OTOP (ผู้ส่งสาร) ต้องการให้แกนนำเครือข่าย OTOP (ผู้รับสาร) แนะนำวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน สามารถนำผลิตภัณฑ์ส่งเข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และได้ระดับดาวจากการประกวดเพิ่มขึ้นจากเดิม ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นข้อมูลที่สมาชิกเครือข่าย OTOP ต้องการทราบมากที่สุดขณะนี้ โดยข่าวสารที่ได้รับมักเป็นการสื่อสารจากปากต่อปาก และโทรศัพท์ จัดเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication)

1.2.3 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุน พบว่า การดำเนินงานตามโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส ระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุน ใช้วิธีการสื่อสารทั้ง 2 วิธี คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication) โดยหน่วยงานภาครัฐ (ผู้ส่งสาร) ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนราธิวาส และวิทยาลัยสารพัดช่างนราธิวาส ที่ให้ข้อมูลข่าวสารในด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ไปสู่แกนนำเครือข่าย OTOP (ผู้รับสาร) และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication) ซึ่งเป็นการขอข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่ให้การส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ผ่านสื่อที่เป็นทางการ (formal communication) คือ หนังสือราชการ ร่วมกับสื่อไม่เป็น

ทางการ (informal communication) คือ โทรศัพท์ ส่วนใหญ่ข้อมูลที่แกนนำเครือข่าย OTOP ต้องการรับทราบคือ การออกร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)

1.3 การวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

เครือข่าย OTOP จังหวัดนราธิวาส เป็นการจัดตั้งที่มาจากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการสร้างเครือข่ายด้านการดำเนินงานในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งแกนนำเครือข่าย OTOP บางคนยังไม่ทราบบทบาทหน้าที่ที่ตนต้องรับผิดชอบ นอกจากนั้นแกนนำเครือข่าย OTOP บางคนไม่ได้ประสานหรือให้ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกหรือแกนนำเครือข่ายด้วยกันเอง เนื่องจากมองว่าเป็นคู่แข่งทางการค้า หรือมีศักยภาพไม่สูงพอ เหล่านี้อาจทำให้ภาครัฐเข้ามากระตุ้น ทบทวนถึงบทบาทหน้าที่ของแกนนำเครือข่ายแต่ละอำเภอเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสามารถตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้ หากมองในแง่ของการออกร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ทั้งในและต่างประเทศ การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ เช่น ผู้ที่สามารถจำหน่ายสินค้าในงานต้องมีสินค้าที่ผ่านการประกวดการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย โดยมีระดับดาวอยู่ระหว่าง 3-5 ดาว เป็นต้น ปัจจุบันได้มีโครงการจัดตั้งเครือข่ายองค์ความรู้ชุมชนมุ่งสู่การเป็น (Knowledge-based OTOP : KBO) ซึ่งเป็นอีกโครงการที่สามารถทำคู่แข่งให้เป็นผู้ค้า เครือข่าย OTOP ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การนำสื่อกระจุมาพัฒนาเป็นกล่องกระจุ สำหรับบรรจุผ้าคลุมผม ส่งผลให้เครือข่าย OTOP ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทมีรายได้จนเจือจรรครบถ้วน นอกจากนี้การประสานงานท่ามกลางสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่อาจต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสาร โดยการติดต่อผ่านผู้นำชุมชนในพื้นที่ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำสตรี หรือผู้นำอาสาพัฒนา (ผู้นำ อช.) ซึ่งเป็นตัวแทนพัฒนากรในการปฏิบัติงานในพื้นที่ เป็นต้น ดังนั้นการวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่าย OTOP ต้องใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากทุกระดับนับตั้งแต่จากระดับนโยบาย ระดับหน่วยงานภาคปฏิบัติ และระดับชุมชน รวมทั้งเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง

2. อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลตามกรอบวัตถุประสงค์ และเชื่อมโยงกับทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

2.1 บริบทของชุมชนและเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

ในส่วนของบริบทของชุมชนและเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า แกนนำเครือข่าย OTOP ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย รองลงมาเป็นประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ซึ่งต่างก็มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การผลิตผ้าบาติก เดิมมาจากผ้าบาเต๊ะ ที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเนื่องจากภาคใต้โดยเฉพาะจังหวัดนราธิวาสเป็นประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย ประชากรมีความผูกพันกันทางสายเลือด การไปมาหาสู่กัน และรับเอาวัฒนธรรมเข้ามา โดยนำผ้าบาเต๊ะมาดัดแปลงจนกระทั่งกลายเป็นผ้าบาติกในปัจจุบัน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส, 2549: 1) สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิฐา หะไร (2548: 47) ที่ระบุว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดนราธิวาสมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในเรื่องของรูปแบบของตัวสินค้า และตัวของผลิตภัณฑ์ แสดงถึงความเป็นท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน เนื่องจากเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดจากรากเหง้าของชุมชน ที่มีเอกลักษณ์เป็นท้องถิ่น ได้รับความสนใจและมีความสำคัญต่อการพัฒนาให้สังคมดำรงอยู่ได้จนถึงทุกวันนี้

แกนนำเครือข่าย OTOP ในจังหวัดนราธิวาส มีจำนวนทั้งหมด 29 คน ที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวแทนแต่ละอำเภอทั้ง 13 อำเภอ จัดเป็นลักษณะกลุ่มที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องขนาดของกลุ่มที่ว่า ปริมาณและคุณภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกของกลุ่ม จะถูกกำหนดโดยขนาดกลุ่ม ขนาดของกลุ่มจะส่งผลต่อสมาชิกภายในกลุ่มคนอื่นๆ ซึ่งกลุ่มที่มีขนาดพอเหมาะจะทำให้สมาชิกสื่อสารระหว่างกันได้อย่างทั่วถึง และมีโอกาสเท่าๆ กัน ปฏิบัติตอบกลับเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีความสำคัญมาก แต่ถ้ากลุ่มใดก็ตามมีคนจำนวนมากขึ้น การสื่อสารในลักษณะนี้ก็จะเป็นไปได้ยากขึ้น ความรู้สึกที่ขัดแย้งของผู้ร่วมกลุ่มทั้งด้านการตอบสนอง และการสื่อสารกันจะทำให้เกิดความสำเร็จอย่างสูง กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นควรมีสมาชิกเป็นจำนวนที่ ไม่ควรเป็นจำนวนคู่ ส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพที่สุดในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของการเสนอ การแลกเปลี่ยน การร่วมมือ การวิเคราะห์ และการหาข้อสรุปที่มีคุณค่าได้อย่างทั่วถึงครบถ้วน

2.2 สถานการณ์ทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานการณ์การสื่อสาร จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.2.1 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง พบว่า 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง ใช้วิธีการสื่อสารแนวนราบ (horizontal communication) 2) ผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ แกนนำเครือข่าย OTOP ด้วยกันเอง 3) สารที่ใช้ คือ ข้อมูลการออกร้านจำหน่ายสินค้า OTOP 4) สื่อที่ใช้ คือ โทรศัพท์

2.2.2 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับสมาชิกเครือข่าย OTOP พบว่า 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับสมาชิกเครือข่าย OTOP ใช้วิธีการสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication) และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication) 2) ผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ แกนนำเครือข่าย OTOP และสมาชิกเครือข่าย OTOP 3) สารที่ใช้ คือ วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแจ้งข่าวการออกร้านจำหน่ายสินค้า 4) สื่อที่ใช้ คือ การสื่อสารจากปากต่อปาก และโทรศัพท์

2.2.3 การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุน พบว่า 1) การสื่อสารระหว่างแกนนำเครือข่าย OTOP กับหน่วยงานสนับสนุน ใช้วิธีการสื่อสารทั้ง 2 วิธี คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication) และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication) 2) ผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ แกนนำเครือข่าย OTOP และหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ทั้ง 5 หน่วยงานหลักคือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนราธิวาส และวิทยาลัยสารพัดช่างนราธิวาส 3) สารที่ใช้ คือ การออกร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) 4) สื่อที่เป็นทางการ (formal communication) คือ หนังสือราชการ และสื่อไม่เป็นทางการ (informal communication) คือ โทรศัพท์

สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเครือข่ายภาครัฐ ที่ว่า กลุ่ม องค์กร เครือข่าย ที่เกิดจากการจัดตั้งของภาครัฐ จะมีการเชื่อมประสานการทำงานระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนในลักษณะทั้งที่เป็นแนวดิ่งคือ จากบนลงล่าง และแนวนอนคือ การทำงานร่วมกันในระดับพื้นที่ก่อให้เกิดข้อจำกัดในกระบวนการดำเนินการ เช่น เป็นการวางแผนที่มีได้มาจากการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ขาดความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงาน ขาดการกระจายความรับผิดชอบให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริงและขาดการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้คนในสังคมรวมทั้งปัญหาการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่บางส่วน

รวมทั้งแนวคิดรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรในส่วนของการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีลักษณะสำคัญตรงที่มีความรวดเร็วในการสื่อสาร แต่ข้อเสียคือ ข่าวสารข้อมูลต่างๆอาจผิดพลาดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานของปรมะ สระเวทิน เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดประสิทธิภาพขององค์ประกอบทางการสื่อสาร จะเห็นได้จากการสื่อสารของแกนนำเครือข่าย OTOP ที่ส่งไปยังสมาชิกเครือข่าย OTOP อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากแกนนำเครือข่าย OTOP เป็นผู้ที่มิบทบาทหน้าที่ตามระเบียบข้อบังคับ

1.3 การวางแผนทางการสื่อสารสู่การพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส

จุดเริ่มต้นของเครือข่าย OTOP ที่จัดตั้งขึ้นมาจากการจัดตั้งโดยภาครัฐ ไม่ได้มาจากปัญหาหรือความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดนราธิวาส การดำเนินงานโดยส่วนใหญ่จึงเกิดความล่าช้า ต่างคนต่างทำ ส่งผลให้ขาดความเป็นเครือข่าย การประสานงานจึงอยู่ในรูปเฉพาะกลุ่ม บทบาทหน้าที่ต่างๆที่กำหนดขึ้นจึงเป็นเพียงแค่ลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ไม่มีผู้ปฏิบัติจริง ซึ่งการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ OTOP จะเกิดขึ้นเฉพาะในระดับกลุ่ม ชุมชน หรืออำเภอเท่านั้น เนื่องจากสะดวกในการติดต่อสื่อสาร พบปะพูดคุยในสภาพที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่

สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเครือข่ายภาครัฐ ที่ว่า กลุ่ม องค์กร เครือข่าย ที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้งของภาครัฐ ส่วนใหญ่มุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาและการเข้าไปส่งเสริมการทำงานในระดับชุมชน อำเภอ และจังหวัด เมื่อโครงการตามภารกิจนั้นๆ สิ้นสุดลง ความสัมพันธ์และความต่อเนื่องรวมทั้งการเรียนรู้ก็สิ้นสุดลงด้วยเช่นกัน เป็นความไม่ต่อเนื่อง และไม่ก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานเขียนของ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2534) ที่ว่า กลุ่มที่มีขนาดพอเหมาะจะทำให้สมาชิกสื่อสารระหว่างกันได้อย่างทั่วถึง และมีโอกาสเท่าๆกัน ปฏิบัติตอบกลับเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีความสำคัญมาก

รวมทั้งบทเสวนาของ ขนิษฐา กาญจนรังษินนท์ (2541) ที่กล่าวว่าปัญหาที่พบในการสร้างเครือข่าย คือ การรวมศูนย์เกิดขึ้นเมื่อผู้ประสานงานของเครือข่ายเลขานุการ คณะทำงาน และคณะกรรมการเริ่มควบคุมและดำเนินการเครือข่ายในนามของตนเองมากกว่าการประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับกิจกรรมของสมาชิก การตัดสินใจถูกรวมศูนย์ และการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายดำเนินการโดยเลขานุการ

ทั้งนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้การดำเนินงานของเครือข่าย OTOP มีความเข้มแข็ง สอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วม ของไพรัตน์ เตชะรินทร์ ที่กล่าวว่า นโยบายการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิ และองค์การอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกันต่อไปนี้ บรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้คือ ร่วมทำการศึกษา ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนา ร่วมวางแผนนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรม ร่วมตัดสินใจการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้ประโยชน์ต่อส่วนร่วม ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ร่วมการลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชน ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงานโครงการและกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ สุดท้ายคือร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ทั้งโดยเอกชนและรัฐบาลที่ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 แกนนำเครือข่าย OTOP ของจังหวัดนครราชสีมา ควรรับฟังปัญหาจากการวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นที่มีผลกระทบต่อเครือข่ายมาปรับปรุง พัฒนาและแก้ไขปัญหา เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของเครือข่ายที่ตั้งไว้

3.1.2 หน่วยงานต่างๆที่เข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่าย OTOP ควรให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องของโครงการ โดยเฉพาะโครงการที่สามารถรักษาความเป็นเครือข่ายของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการวิจัยโดยมีการสังเกต แบบมีส่วนร่วม ในระยะเวลายาวขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากกว่านี้

3.2.2 สามารถนำไปเป็นงานวิจัยต่อเนื่อง ซึ่งผู้ทำวิจัยอาจเพิ่มประเด็นเชื่อมโยงกิจกรรม OTOP เข้ากับการสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองและการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ รวมไปถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้