

การพัฒนาคุณภาพฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ
DEVELOPMENT OF OTOP PRODUCT LABEL FOR TOURISM
IN BUENG KAN PROVINCE.

วุฒิพงษ์ บุษราคัม¹

¹สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ

Wutthipong Bussarakham¹

¹Public administration Bueng Kan Education Center, Udonthani Rajabhat university

(Received: April 29, 2021; Revised: January 5, 2022; Accepted: February 8, 2022)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ กลุ่มตัวอย่าง คือ สภาพการณ์กลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม เครื่องมือการวิจัยใช้ประเด็นการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัย พบว่า การจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ได้มีการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์และการจัดการที่ดี แต่การดำเนินงานจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มและในจังหวัดเท่านั้น กลุ่ม OTOP ของจังหวัดบึงกาฬจะแสดงหรือจำหน่ายสินค้า OTOP ในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ส่วนการจัดทำฉลากและโลโก้ของผลิตภัณฑ์เพื่อให้รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์โลโก้ของผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบที่นำไปเป็นของฝากที่มีค่าและมากด้วยราคาทำให้สินค้า OTOP ทั้ง 20 กลุ่มได้มีฉลากผลิตภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์และเป็นการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มกลุ่มอาชีพ OTOP ในจังหวัดบึงกาฬ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ ส่งเสริมการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพ, ฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ, รองรับการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objectives of this research article was to Develop a packaging brand and labeling OTOP products in the area of Bung Kan Province to support tourism in Bueng Kan Province. The sample population consisted of 20 OTOP occupation groups. The research instrument was a group discussion and in-depth interview. to collect and analyze data on issues of product standards and packaging. The results of the research revealed that product distribution in the area of Bung Kan developed product labels or the creation of new products to meet the needs of customers and the tourist.

Having good public relations and good management as the operation is restricted to groups and provinces only. The OTOP group of Bueng Kan province will display or sell OTOP products at the annual event and other events as appropriate. As for the production of product labels and logos to support tourism in Bueng Kan province, resulting in quality and unique products, the product logo is a form that can be used as a valuable souvenir and is very expensive, making all 21 OTOP products. The group has a unique product label and generates income for the OTOP professional group in Bueng Kan Province. The development of personnel potential that corresponds to the needs are 1) Study consumer demand as well as modern trade strategies and 2) Develop new products. Responsive and responsive to the needs of the market and the reception strategies, such as promotion of study visits and exchange of experience to personnel.

Keywords: Quality Development, OTOP Product Label, Khonkaen, Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อให้หลุดพ้นจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางและได้ให้แนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสินค้า OTOP และการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยมาเพิ่มมูลค่า Inclusive Growth การสร้างโอกาสและรายได้แก่ SMEs และเศรษฐกิจชุมชนประกอบกับจังหวัดบึงกาฬได้กำหนดกลยุทธ์การยกระดับมาตรฐานการผลิต การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการบริการมุ่งสู่ประชาคมอาเซียนด้วยการพัฒนาศักยภาพชุมชน การพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความเข้มแข็งของประชาชน ชุมชน มีภูมิคุ้มกันสามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงประชาคมอาเซียน สินค้าผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับวิถี เศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นมีใช้เพียงสินค้าที่เป็นเพียงแค่สินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาด แต่ผลิตภัณฑ์ OTOP ยังเป็นสินค้าที่เปรียบเสมือนตัวแทนของวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนสังคมนั้นๆ ผนวกกับภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นสืบทอดต่อกันจนกลายเป็นเทคนิค หรืออัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่นำมาผสมผสานกับระบบการจัดการการผลิตและการตลาด

กระทรวงมหาดไทยมีแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาประเทศ ในปีงบประมาณ 2555-2559 ทั้งหมด 5 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1) สนับสนุน ส่งเสริม การบริหารราชการส่วนภูมิภาคท้องถิ่นที่เหมาะสมต่อการพัฒนาประเทศ และส่งเสริมพัฒนาการเมือง การปกครองในระบบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุข 2) สร้างเสริมความสงบเรียบร้อย การอำนวยความสะดวก เป็นธรรมและ ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต 3) ส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็งเมืองน่าอยู่และประชาชน อยู่เย็นเป็นสุขตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 4) พัฒนาระบบบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และ 5) เพิ่มขีดสมรรถนะองค์กรให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ มี

ยุทธศาสตร์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ได้แก่ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่และประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาผู้ประกอบการ และตลาด OTOP และส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดที่จัดตั้งใหม่ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริม สนับสนุน การขับเคลื่อนกิจกรรม OTOP เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลโดยโดยเน้นมีกลุ่มอาชีพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสตรี ที่ยังไม่มีงานทำหรือสตรีผู้ด้อยโอกาส หรือการส่งเสริมให้สตรีมีอาชีพ หลังจากว่างเว้นจากการทำนา กรีดยาง นอกจากนี้จังหวัดบึงกาฬยังให้ความสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน การพัฒนากิจกรรม OTOP ในทุกด้าน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน โครงการผลิตภัณฑ์ กิจกรรม OTOP เป็นโครงการที่รัฐบาลกำหนดขึ้นเพื่อต่อสู้กับความยากจน เมื่อพ.ศ. 2544 โดยมีแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนบนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรมประเพณี และการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน คือ 1) นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นสินค้าหรือบริการอย่างมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจนเป็นที่ยอมรับของสากล 2) เป็นการนำศักยภาพของท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบ หรือความชำนาญที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นสินค้า หรือการบริการด้วยความคิดอย่างสร้างสรรค์ และนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง 3) เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อให้คนในท้องถิ่นสร้างรายได้ด้วยตนเอง

ตามที่จังหวัดบึงกาฬได้มีแผนปฏิบัติการงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จังหวัดบึงกาฬ จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้บรรลุผลตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรมตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล ประเทศไทย 4.0 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย และแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย แผนงาน ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม เป้าหมาย งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ แผนปฏิบัติการงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จังหวัดบึงกาฬ ฉบับนี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงาน การบริหารงบประมาณ และการบูรณาการการติดตามประเมินผลสำเร็จ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชนให้บรรลุวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564 (จิตจำนงค์ กิตติกรติ, 2525) ตามแผนมีกิจกรรมหลักที่พัฒนาสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว ออกแบบและพัฒนาของฝากของที่ระลึก พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน และของฝากของที่ระลึก พัฒนาอาหารพื้นถิ่น (Local foods) เพิ่มศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และกิจกรรมการเชื่อมโยงเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มหกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP ระดับอำเภอ และการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (Test tour) มีขึ้นในจังหวัดบึงกาฬ ตามนโยบายของภาครัฐต่อไป

ผู้เขียนมีความคิดเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ คิดว่าการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP บึงกาฬ เพื่อให้เกิดความมั่นคง มีผลประกอบการที่ดีต่อเนื่องและการดำเนินการจัดการที่เป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้อีกทั้งยังมีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับมาตรฐานของคุณภาพของสินค้า ตลอดจนการประชาสัมพันธ์จัดจำหน่าย การจัดแสดงสินค้าในงาน OTOP ทั้งระดับภูมิภาคและระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ในจังหวัดบึงกาฬ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ผู้ศึกษาจึงสร้างและเลือกเครื่องมือวิจัยโดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ สภาการณกลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด กลุ่มทอเสื่อกกสตรีบ้านหนองกุ้ง กลุ่มปลาร้าบองสูง กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก กลุ่มจักสานบ้านหนองเดิ่นเหนือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ กลุ่มผลิตหมอนแพ่งก็ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง กลุ่มผัดไทยเจ้าหมวย กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน กลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัดเลยอยู่คำบึงกาฬ กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาดงน้อย กลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาสร้างและเลือกเครื่องมือวิจัยโดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

2.1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ศึกษาและผู้ช่วยได้กำหนดประเด็นการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานข้อคำถาม เพื่อให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไขพัฒนา การดำเนินการสนทนากลุ่มใช้การบันทึกเทปในระหว่างการสนทนา การจดบันทึก และสังเกตพฤติกรรม

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ศึกษาเข้าไปดำเนินการตามแบบสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ศึกษาได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP จากประสบการณ์ที่เคยพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP พร้อมกับแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และผู้ศึกษาจะคอยซักคำถามในกรณีที่คำตอบหรือสิ่งที่ตอบมาไม่ชัดเจนหรือผู้ศึกษาต้องการรายละเอียดมากยิ่งขึ้น และมีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก

2.3 อุปกรณ์ในการรวบรวมและบันทึกข้อมูล ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อสะดวกในการจัดหมวดหมู่และการวิเคราะห์ข้อมูล สมุด ปากกา เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป เป็นต้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วนตามประเด็นหลักในการศึกษาในระหว่างดำเนินการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและมีผู้ช่วยศึกษาโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลมือสอง) การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

3.2 ผู้ศึกษาร่วมกับคณะทำงานของสภาการกลุ่มอาชีพ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 20 กลุ่ม ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งประเด็นการสนทนานั้นเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางในพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่มีอยู่ในชุมชน

3.3 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ศึกษาได้จัดเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ แล้วให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเกี่ยวกับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

3.4 ตรวจสอบและวิเคราะห์ผลการศึกษา รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์วิเคราะห์ตีความ สรุปเนื้อหาและจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา โดยการตรวจสอบจากการตอบคำถามครบถ้วนตามวัตถุประสงค์หรือไม่ และได้รับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้หรือไม่ หากผู้ให้ข้อมูลทุกคนตอบครบถ้วนได้เหมาะสมเพียงพอจะนำไปวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยตามระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬจะวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์โดยการจัดการหมวดหมู่และวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระหลัก ผู้ศึกษาและผู้ช่วยได้กำหนดประเด็นการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้กลุ่มเกิดแนวคิด และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาและการสัมภาษณ์อย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและและแนวทางในพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่มีอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ

ผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากและผลิตภัณฑ์ OTOP

ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP นี้ในมุมมองของผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของฉลากและผลิตภัณฑ์ในมุมมองของผู้บริโภคทั่วไปและนักท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬที่เคยซื้อหรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันด้านอุปสงค์ และประเด็นด้านการถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารของตราผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ ทำให้ผู้บริโภคขาดข้อมูลภาพรวม อันส่งผลต่อความคิด ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้า ดังที่ กุลวิ พิโรจน์รัตน์ (2545, อ้างถึงใน อภิรัช พุกสวัสดิ์, 2556) อธิบายว่าภาพลักษณ์ ฉลากผลิตภัณฑ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในความคิดของผู้บริโภค เริ่มจากการรู้จักตราสินค้าสามารถเชื่อมโยงข่าวสารที่เกี่ยวกับคุณลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้สินค้าและแหล่งที่มาผลิตภัณฑ์ที่ได้นำไปสู่การรับรู้ความแตกต่างระหว่างตราสินค้านั้นๆ กับตราสินค้าคู่แข่งและเกิดความรู้สึกบางอย่างต่อตราสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดรับข่าวสารและประสบการณ์ต่างๆ ของผู้บริโภค

ทั้งนี้ประเด็น “ฉลากและผลิตภัณฑ์ของ OTOP เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (brand) ในเรื่ององค์ประกอบอัตลักษณ์แบรนด์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าขึ้นในใจ ของผู้บริโภค ทั้งนี้องค์ประกอบหนึ่งของอัตลักษณ์แบรนด์ตามแนวคิดของ Kapferer (2004, อ้างถึงใน อธิรัตน์ พัฒนกิจ- จำรูญ, 2553) คือ องค์ประกอบด้านกายภาพ (physical) ที่ผ่านการรับรู้ทางประสาทรับรู้ทางภาพ เสียง และการได้กลิ่น เช่น สัญลักษณ์เครื่องหมายการค้า รูปแบบตัวอักษร สี การออกแบบ รูปทรง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) พ.ศ. 2554 โดยการบริหารงานภาครัฐ ประเด็น “แบรนด์ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในจังหวัดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 20 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่ระบุว่าเป็นสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐาน มีสัดส่วนที่สูงที่สุด ภาพลักษณ์ที่ตราผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดบึงกาฬของผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP กระบวนการผลิตจำหน่ายไม่ขัดกับมาตรฐานหรือกฎหมายในสังคมไทย เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่จะมีฉลากและผลิตภัณฑ์ของ OTOP ในจังหวัดบึงกาฬ คือ มีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนองของผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของบุคคล และประสบการณ์ในอดีตรวมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์ของ

กลุ่มทอผ้าฝ้ายดำเนินการผ่านการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่จะไปร่วมแสดงทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด และงานระดับประเทศ เช่น งาน OTOP นอกจากนั้น ยังมีแผนพบปะประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานที่ติดไว้กับ สินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP จังหวัด บึงกาฬในปัจจุบัน มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดหลักซึ่งเป็นลูกค้าประจำที่มีการติดต่อกันมายาวนาน และการจำหน่ายสินค้าในงานแสดงและ จำหน่ายสินค้า OTOP ของจังหวัดต่าง ๆ และระดับประเทศอีกด้วย

ปัญหาการพัฒนาของกลุ่ม OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ

1. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ ๆ โดยแต่เดิมการผลิตหรือสินค้าส่วนใหญ่จะกระทำในช่วงว่างจากฤดูการเก็บเกี่ยว ดังนั้น กรณีลูกค้าต้องการซื้อสินค้าจำนวนมากในช่วงเวลาที่สมาชิกต้องการทำการเกษตรมักจะประสบปัญหาเรื่องการผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างสินค้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของ ลูกค้าหรือตลาดกลุ่มผู้ใช้ สินค้าเดิมกลับยังไม่มีนวัตกรรมแปลกใหม่ อีกทั้งยังขาดการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น สีและการรับรองมาตรฐานสินค้า

2. การฝึกอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ แม้ว่าการฝึกอบรมการพัฒนาที่จำเป็น และจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่บ่อยครั้งที่การฝึกอบรมพัฒนาทักษะกลุ่มอาชีพ OTOP ของส่วนราชการมักจะดำเนินการในช่วงฤดูทำการเกษตร (ส่วนหนึ่งเกิดการระดมการโอนย้ายงบประมาณของส่วนราชการ) ดังนั้น การส่งสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมจึงมักจะจำกัดอยู่ที่คณะกรรมการที่จะต้องเสียสละเวลาเข้าร่วมอบรม ส่งผลให้มีเพียงบางบุคคลหรือบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่ครอบคลุมสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มอาชีพและทำให้เสียโอกาสในการได้รับพัฒนา

3. การประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน มักเป็นการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับ OTOP เท่านั้น ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปยังจำกัดอยู่ในวงแคบ และส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดผู้ช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งส่งผลต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ ด้วย ส่วนหนึ่งเกิดจากคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม OTOP ภายในจังหวัดบึงกาฬที่มีการ ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ประกอบกับสินค้าของกลุ่มอาชีพเป็นแบบดั้งเดิมทำการเพิ่ม ช่องทางการตลาดหรือการเปิดตลาดใหม่จึงทำได้ค่อนข้างยาก

ฉลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ

ฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มอาชีพ (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม พบว่า การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เปลี่ยนรูปแบบที่ 4 มีรูปแบบสวยงาม สะดวกในการถือพกพา มีตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ราคาไม่แพงมากนัก พร้อมทั้งสามารถขยายพื้นที่การจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เปลี่ยน ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับในการวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจ-พัฒนา (2537) ที่กล่าวไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่าหีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ (Package) มีความสำคัญต่อการตลาดในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด

ลักษณะ สรรพคุณของสินค้า ผู้บริโภคจึงมีความมั่นใจในสินค้ามากขึ้น และมีส่วนช่วยในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าช่วยในการขยายตลาดและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด รวมทั้งช่วยในการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้า และสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของสุดาพร กุณพลบุตร (2552) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคมีปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยมีการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ซึ่งพิจารณาจากยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย จากนั้นจึงมี การตัดสินใจซื้อจากตราหือร้านค้า ปริมาณ เวลา และวิธีในการชำระเงิน ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ บนพื้นฐานหรือปัจจัยต่าง ๆ

1. ด้านการจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ การจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นจุดเริ่มต้นที่จะสร้างความโปร่งใสและไว้วางใจกันและกันของสมาชิกและคณะกรรมการ ซึ่งกลุ่ม OTOP ที่ประสบผลสำเร็จส่วนใหญ่เกิดจากความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ขณะที่กลุ่มที่ล้มเหลวมักมีสาเหตุมาจากความไม่ไว้วางใจกัน ความไม่โปร่งใสในการดำเนินงาน ดังนั้น องค์การ บริหารส่วนตำบลนาชุมแสง จึงสนับสนุนการจัดทำทะเบียนกลุ่มอาชีพต่าง โดยอาศัยการจัดทำทะเบียนกลุ่มอาชีพเสมือนเป็นเครื่องมือในควบคุม ดูแล และสร้างกระบวนการอยู่ ร่วมกันของกลุ่มที่ยั่งยืน

2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพและสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ จากปัญหาด้านการผลิตทั้งในเรื่องของปริมาณการผลิตให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า หรือ การผลิตสินค้าใหม่ ๆ พัฒนาชุมชนจึงสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพต่าง ๆ และระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพนั้น ๆ เพื่อให้ สามารถแก้ไขปัญหาด้านการผลิตได้และแนวทางการส่งเสริมการผลิตของกลุ่มอาชีพ ได้แก่

2.1 กลุ่มต้องผลิตสินค้าตามระยะเวลาที่สินค้าแต่ละประเภทสามารถ จำหน่ายได้โดยการผลิตสินค้าประเภทนั้น ๆ มากกว่าสินค้าชนิดอื่น ๆ

2.2 กรณีมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าจำนวนมาก ๆ ต้องประชุมสมาชิก กลุ่มว่าสมาชิกแต่ละคนจะสามารถรับออเดอร์ได้จำนวนเท่าไรหากเกินความสามารถของสมาชิกก็จะประสานกลุ่มเครือข่ายเพื่อแบ่งยอดการสั่งซื้อให้ช่วยในการผลิต ทั้งนี้ คณะกรรมการกลุ่มอาชีพเครือข่ายแต่ละกลุ่มจะต้องตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นให้เรียบร้อย

2.3 กลุ่มต้องนำเงินของทุนของกลุ่มอาชีพมาจัดซื้อวัสดุเพื่อให้สมาชิกทอ ผ้าฝ้ายไว้เป็นสินค้าสำรอง (สต็อก) เพื่อรองรับการจำหน่ายและแก้ไขปัญหาขาดแคลนผลิตภัณฑ์ในช่วงฤดูการทำเกษตร

2.4 กลุ่มต้องดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพและขอรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

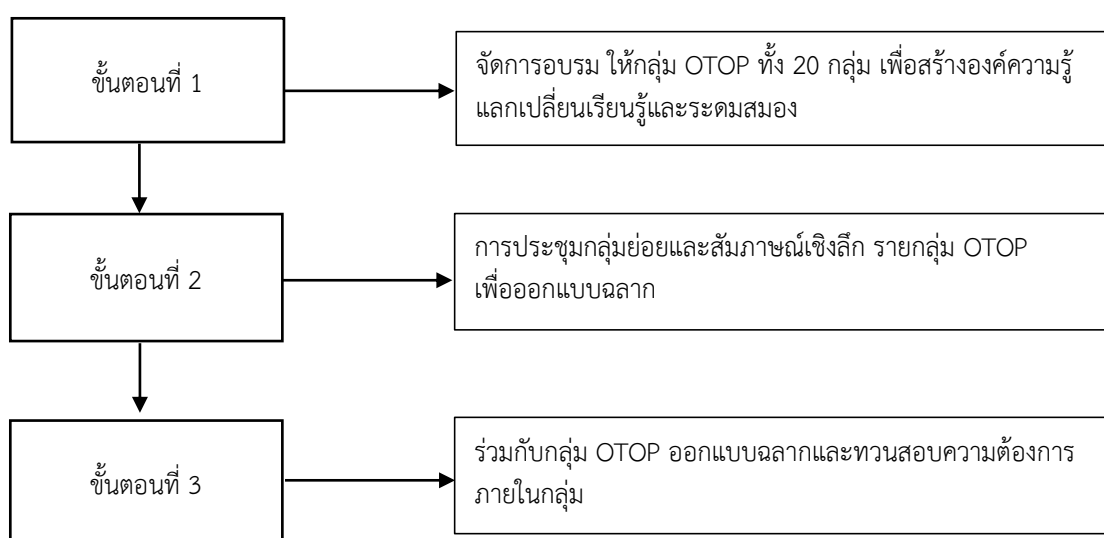
2.5 กลุ่มต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของผลิตภัณฑ์

3. การอบรมเพิ่มความรู้ การส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพกลุ่มให้สามารถ ผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพิ่มช่องทางการตลาด และเพิ่มยอด จำหน่ายให้กับกลุ่มอาชีพ เพื่อกระตุ้นแนวคิดการบริหารจัดการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพอย่าง ยั่งยืนยกระดับกระบวนการทำงานเป็นกลุ่มให้สมาชิกเข้าใจ

4. สนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่ายองค์การบริหารส่วนตำบลนาชุมแสงต้องสนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย ซึ่งคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มอาชีพสามารถเข้าใจร่วมกัน โดยไม่ถือว่าเป็นภาระ แต่จะต้องจัดทำให้เป็นปัจจุบันและสามารถตรวจสอบได้ทั้งนี้ หากกลุ่มอาชีพต้องการกู้เงินจากสถาบันการเงินก็จำเป็นต้องจัดทำระบบบัญชีตามแบบสากลเพิ่มเติมได้โดยพัฒนาชุมชนจังหวัดบึงกาฬต้องประสานงานหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการฝึกอบรมเรื่องการจัดทำบัญชีและมีการติดตามสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

5. สนับสนุนการจัดกิจกรรมการแสดงผลหรือจำหน่ายสินค้า OTOP ในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสมต้องมีกิจกรรมสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มอาชีพ OTOP และช่องทางการติดต่อกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ พร้อมกับการเปิดตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งกลุ่มอาชีพเองก็ต้องพัฒนาและสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและการใช้ ประโยชน์ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีการบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับแหล่ง ท่องเที่ยว รวมถึงงานเทศกาลอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

การพัฒนาคุณภาพผลากผลิตภัณฑ์ OTOP บึงกาฬ กระบวนการพัฒนาแบ่งออกเป็นขั้นตอน ดังนี้



ออกแบบตราสัญลักษณ์และใบรับรอง มาตรฐาน ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ผ่านการรับรองมาตรฐาน นำผลิตภัณฑ์เข้าห้องปฏิบัติการ (LAB) เพื่อวิเคราะห์ความสะอาด ปลอดภัย หากผ่านเกณฑ์ได้รับใบรับรองมาตรฐาน หากไม่ผ่านเกณฑ์เกณฑ์มาตรฐาน ลงพื้นที่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย นำผลิตภัณฑ์เข้าห้องปฏิบัติการอีกครั้ง และออกใบรับรองมาตรฐานซึ่งเป็นไปตามที่ จิตจำนง กิติกริต (2525) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาชุมชนไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมในด้านใดย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุนให้ประชาชน พึ่งตนเอง การพัฒนาคุณภาพ OTOP บึงกาฬเพื่อรองรับการท่องเที่ยว จังหวัดบึงกาฬ ในด้านการดำเนินการของกลุ่มทั้ง 8 ด้าน ดังได้กล่าวมา

ข้างต้น เนื่องจากเป็นมีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมอาชีพของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 20 กลุ่ม และรับทราบปัญหาความต้องการของ ประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น จึงต้อง มีบทบาทในการพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มี อาชีพและรายได้ เพื่อชุมชนมีความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ แม้ว่าส่วนหนึ่งเกิดจากการ สนับสนุนของพัฒนาชุมชนจังหวัดบึงกาฬ แต่จำเป็นต้องหยั่งยืนด้วยความเข้มแข็งจากภายในกลุ่ม อาชีพของตนเองดังกรณีกลุ่ม OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัด บึงกาฬ ในกลุ่มผ่านการดำเนินการของ คณะกรรมการกลุ่ม

คุณภาพผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP จังหวัดบึงกาฬ จึงประกอบด้วย 20 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ ผลิตภัณฑ์ที่มีลูกหยียักษ์ ข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก ไข่เค็ม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำดำเนินงานในรูปแบบสหกรณ์ ปัจจุบันมีสมาชิก 76 คน กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรหอคำมีกิจกรรมการแปรรูปลูกหยียักษ์ เป็นผลิตภัณฑ์ลูกหยีสามรส ลูกหยีหวาน ซึ่งในปี พ.ศ. 2545 ผลิตภัณฑ์ลูกหยียักษ์ ได้ถูกคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ตามนโยบายของรัฐบาล ทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในหมู่บ้านรวมกลุ่มกันพัฒนาอาชีพเพื่อหารายได้ เสริม และสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน นำผลิตภัณฑ์ที่มี อยู่มาพัฒนาคุณภาพและปริมาณให้เพียงพอับความต้องการของตลาด



ภาพที่ 1 ฉลากผลผลิตของของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหอคำ

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค ผลิตภัณฑ์ที่มีคือ กล้วยอบเนย กล้วยทอด กล้วยมัน กล้วยฉาบ กล้วยเค็ม ฟักทองทอด เผือกทอด มันเส้น เผือกเส้น และกล้วยเส้น มันเส้น เผือกเส้น และกล้วยเส้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 เกิด จากการรวมตัวกันของชาวบ้านไค หมู่ที่ 5 ตำบลไค อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ



ภาพที่ 2 ฉลากผลผลิตของของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยบ้านไค

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง (กลุ่มปลาร้าหอมบ้านหนองกุ้ง) ที่อยู่ 139 หมู่ที่ 3 บ้านหนองกุ้ง ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-7860-8435 ผลิตภัณฑ์ที่มีปลาร้าหอม ปลาร้าแจ่วบอง น้ำพริกปลาช่อน ผลิตภัณฑ์ใหม่ ปลากรอบปรุงรส กลุ่มปลาร้าหอมบ้านหนองกุ้ง



ภาพที่ 3 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหนองกุ้ง

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด ที่อยู่ 16/1 หมู่ที่ 7 ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-8508-3570, 09-7018-2834 ผลิตภัณฑ์มีจิ้งหรีด น้ำพริกจิ้งหรีด นางบัวไข อักษรศิริ มีโอกาสเดินทางไปดูศึกษาวิธีการเลี้ยงจิ้งหรีดที่อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย และได้มีความคิดที่จะนำจิ้งหรีดมาเลี้ยงที่บ้านปากคลอง เพื่อเป็นการหารายได้เสริม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 และต่อมาได้รวมกลุ่มคนในชุมชน และจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด

เมื่อปี พ.ศ. 2556 เป็นการประกอบการโดยคนในชุมชน เพื่อการจัดการ "ทุน" ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเอง และความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน



ภาพที่ 4 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด

5. กลุ่มทอเสื่อกกสตรี บ้านหนองกุ้ง ที่อยู่ 90/3 หมู่ที่ 3 บ้านหนองกุ้ง ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 095-8981591 ผลิตภัณฑ์ที่มีคือ เสื่อกก ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระเป๋าจากเสื่อกก การทอเสื่อกกของชาวชุมชนหมู่ที่ 3 ตำบลหนองหัวช้าง อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ มีการทำสืบทอดกันมายาวนาน และถ่ายทอดอารยธรรมทางปัญญาสืบทอดต่อกันมาทางระบครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ด้วยมูลเหตุทางด้านภูมิศาสตร์ พื้นที่ในชุมชนมีต้นกกขึ้นแต่แรก และมีการปลูกต้นกกเพื่อเก็บรักษาวัตถุดิบธรรมชาติไว้ใช้ในการทอเสื่อสืบทอดกันมาอย่างไม่ว่าขาดสาย



ภาพที่ 5 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเลือกสตรี บ้านหนองกุ้ง

6. กลุ่มปลาร้าบองสุก 150 หมู่ที่ 10 ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1105-8849 ผลิตภัณฑ์มีปลาร้า ปลาร้าบองสุก ผลิตภัณฑ์ใหม่ น้ำพริกปลากรอบกลุ่มปลาร้าบองสุก บ้านห้วยลึก ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2556 โดยการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน สมาชิกเริ่มแรกมีจำนวน 43 คน และได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องมีสมาชิกเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันมีสมาชิก 63 คน และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาชุมชน จากเดิมที่มีการทำปลาร้า ทางกลุ่มได้มีแนวความคิดทำผลิตภัณฑ์ใหม่



ภาพที่ 6 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มปลาร้าบองสุก

7. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก ที่อยู่ 150 หมู่ที่ 10 ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1105-8849 ผลิตภัณฑ์ที่มี คือ ผ้าฝ้ายทอมือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ้าสไบ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก ตำบลชมพูพร อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2556 โดยการรวมกลุ่มกันของกลุ่มสตรีเกษตรกร เพื่อใช้เวลาว่างจากงานหลักที่เก็บเกี่ยวผลผลิตให้เป็นประโยชน์ มีสมาชิก 20 คน สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสรีวิไล ได้มาให้การสนับสนุน ด้านความรู้และงบประมาณ เพื่อให้สินค้าของกลุ่มมีการพัฒนาและขยายช่องทางการตลาดปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และทางกลุ่มได้รวบรวมผ้าทอ ซึ่งทอด้วยกี่พื้นเมือง เป็นผลงานของชาวบ้านมาจัดจำหน่าย ความมีเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมือง ทำให้เป็นผ้าทอที่ยังคงอนุรักษ์ความเก่าแก่แห่งต้นฉบับได้อย่างครบถ้วน ทั้งความละเอียดอ่อนของลายผ้า สีเส้น ซึ่งย้อมด้วยวัสดุจากธรรมชาติที่สืบทอดกันมา และขอขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP)

กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก
บ.ห้วยลึก ต.ชนบท อ.ศรีวิไล จ.บึงกาฬ
TEL. 086-8595890



ภาพที่ 7 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านห้วยลึก

8. กลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ ที่อยู่ 113 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองเดิน อำเภอบึงคล้า จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-9940-5862, 09-0336-0702 ผลิตภัณฑ์มีกระติบข้าว กระเป่า ตะกร้า กระเช้า กลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน สมาชิกเริ่มแรกมีจำนวน 30 คน และได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง มีสมาชิกเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันมีสมาชิก 64 คน โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบึงกาฬและองค์การบริหารส่วนตำบลหนองเดิน ประธานกลุ่ม คือ นางสาวเดือน มีเหง้า มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ ซึ่งจะมีหน้าที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิก หาดตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด



ภาพที่ 8 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจักสานบ้านหนองเดินเหนือ

9. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง ที่อยู่ 44 หมู่ที่ 10 ตำบลโนนศิลา อำเภอบึงกาฬ 38190 โทร. 09-5135-2202 ผลิตภัณฑ์มีผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ นำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มาพัฒนาคุณภาพและปริมาณให้เพียงพอับความต้องการของตลาด ใช้ฝีมือแรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่น มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันกัน มีการรวมกลุ่มสร้างความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสร้างรายได้สู่ครอบครัว สามารถลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน



ภาพที่ 9 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพบ้านโนนทรายทอง

10. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ ที่อยู่ 298 หมู่ที่ 2 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ โทร. 08-9226-6351 ผลิตภัณฑ์มีชาสมุนไพร ยาหม่อง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2553 กิจกรรมที่กลุ่มดำเนินการ คือ ผลิตสินค้าสมุนไพรธรรมชาติ เพื่อจำหน่าย อาทิเช่น ชาสมุนไพร ยาหม่อง โดยมีนางกนกพรณ์ พหลทัพบเป็นประธานกลุ่ม ด้านการบริหารงานทั่วไป



ภาพที่ 10 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ

11. กลุ่มผลิตหมอนแพงกี้ ที่อยู่ 80 หมู่ที่ 2 ตำบลวังชมภู อำเภอพรเจริญ จังหวัดบึงกาฬ 38180 โทร. 097-3071955 ผลิตภัณฑ์ที่มีหมอน หมอนข้าง หมอนอิง เบาะรองนั่ง กลุ่มผลิตหมอนแพงกี้ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2556 มีการดำเนินการในรูปของคณะกรรมการ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ทำหน้าที่บริหารจัดการให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมที่กลุ่มดำเนินการ คือ การผลิตหมอน หมอนข้าง หมอนอิง และเบาะรองนั่ง วัสดุดิบที่นำมาใส่เป็นไส้หมอนได้มาจากเศษยางพารา ที่นิยมปลูกกันในจังหวัดบึงกาฬ



ภาพที่ 11 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรปลื้มใจ

12. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง ที่อยู่ 105 หมู่ที่ 9 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ 38000 โทร. 08-0198-8326 ผลิตภัณฑ์ที่มี เสื่อกก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสื่อกก ได้แก่ กระเป๋า หมวก แจกัน การทอเสื่อกกของชาวบ้านโพธิ์ทอง หมู่ที่ 9 ตำบลโนนสมบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ มีการทำสืบทอดกันมายาวนาน และถ่ายทอดอารยธรรมทางปัญญาสืบทอด ๆ กันมาทางระบบครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 12 ฉลากผลิตภัณฑ์กลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อโพธิ์ทอง

13. กลุ่มผ้าไทยเจ้หมวย ที่อยู่ 75 หมู่ที่ 3 ตำบลนาสิงห์ อำเภอศรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-9839-3109 ผลิตภัณฑ์ที่มีผ้าไทย



ภาพที่ 13 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไทยเจ้หมวย

14. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน ที่อยู่ 243 หมู่ที่ 7 ตำบลนาแสง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-1183-3318, 09-8712-1078 ผลิตภัณฑ์มีข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวฮาง ลักษณะเด่นของกลุ่ม กลุ่มดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เน้นปลูกข้าวและสีข้าวเพื่อบริโภคในครัวเรือนมากกว่าการสีข้าวเพื่อจำหน่าย จึงเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยจากสารพิษ เมื่อเหลือจึงนำไปจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้กลุ่มยังถ่ายทอดให้ความรู้และเทคนิคในการตากข้าวเพื่อให้ได้ปริมาณข้าวตันเพิ่มขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 14 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องที่ยั่งยืน

15. กลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ ที่อยู่ 109 หมู่ที่ 8 ตำบลนาสะแบง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-7821-6033 ผลิตภัณฑ์มีกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ กลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ บ้านสันทรายงาม ตำบลนาสะแบง อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2544 เกิดจากความคิดของประธานกลุ่ม “นางสมจิตร บุทธิจักร์” เนื่องจากภายในชุมชนมีรายได้ต่ำ



ภาพที่ 15 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทำกระเป๋าริไซเคิลจากซองกาแฟ

16. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ ที่อยู่ 242 หมู่ 7 บ้านอยู่คำ ตำบลศรีวิไล อำเภอสรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 08-4519-4669 หรือ 08-1047-6679 ผลิตภัณฑ์มีข้าวไรซ์เบอร์รี่ น้ำข้าวกล้องงอกไรซ์เบอร์รี่ ข้าวฮางหอมมะลิ ข้าวประดู่แดง 2559 กลุ่มได้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ และมีการคัดเลือกกรรมการบริหารชุดใหม่ มีนายยุทธการ บุญประคม เป็นประธานกลุ่ม ข้าวไรซ์เบอร์รี่อยู่คำบึงกาฬ ปลูกในพื้นที่ชุ่มน้ำโลก โปรงดิน ซึ่งมีแร่ธาตุจำนวนมากว่า 15 ชนิด ที่มีคุณสมบัติพิเศษแก่มนุษย์ ทำให้ข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่วัลเลย์อยู่คำบึงกาฬ มีกลิ่นหอม ข้าวอ่อนนุ่ม มีผู้บริโภคมากขึ้น จนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 16 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่ลเลยอุ่นคำบึงกาฬ

17. กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี ที่อยู่ 32 หมู่ที่ 4 บ้านนาทรายสามัคคี ตำบลนาสิงห์ อำเภอศรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ 38210 โทร. 09-1864-1341 ผลิตภัณฑ์มีผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าผ้าสไบ ผ้าโสร่ง เป็นต้น และเป็นการอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ในการผลิตนั้น ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น มีทั้งฝ้ายและไหมที่ปลูกและเลี้ยงกันเองในชุมชน เช่น การปลูกฝ้ายแล้วเก็บดอกฝ้ายมาปั่นเป็นเส้นฝ้ายและทอออกมาเป็นผ้าผืนเรียบเนียนไม่ต้องย้อมสี หรือใช้สีจากธรรมชาติ เช่น คราม เป็นต้น



ภาพที่ 17 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าพื้นบ้านบ้านนาทรายสามัคคี

18. กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย ที่อยู่ 35 หมู่ที่ 4 บ้านนาตงน้อย ตำบลนาตง อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 08-4327-3100 ผลิตภัณฑ์มีผ้าห่มใยสังเคราะห์ หมอน ที่นอน ปิคนิก

ในระยะที่เริ่มตั้งกลุ่มเย็บผ้า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตไม่เป็นที่นิยมมากนัก กลุ่มจึงได้คิดหาทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการไปศึกษาดูงานของหมู่บ้านอื่นมา ทางกลุ่มได้หันมาผลิตผ้าห่ม

โดยจัดตั้งเป็น “กลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย” โดยมีวิทยากรจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานเป็นผู้สอนการผลิตผ้าห่ม



ภาพที่ 18 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าห่มบ้านนาตงน้อย

19. กลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ ที่อยู่บ้านชัยเจริญ ตำบลนาตง อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 09-1357-9756 ผลิตภัณฑ์มีเสื่อกก กระเป๋า แจกกัน เปาะรองนั่ง ช่วงแรกการทอเสื่อยังเป็นการทอลายขัดธรรมดา ต่อมาได้มีการคิดค้นพัฒนาทำลวดลายใหม่ขึ้น



ภาพที่ 19 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อบ้านชัยเจริญ

20. กลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก ที่อยู่ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านสมสนุก หมู่ที่ 4 ตำบลสมสนุก อำเภอปากคาดจังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 08-4909-6048 ผลิตภัณฑ์มีเสื่อกก ผลิตภัณฑ์ใหม่เสื่อกลายตัวอักษร “สมสนุก”



ภาพที่ 20 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านสมสนุก

21. กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง ที่อยู่ กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง หมู่ที่ 10 ตำบลโนนศิลา อำเภอบ้านดุง จังหวัดบึงกาฬ 38190 โทร. 0-4248-1125 ผลิตภัณฑ์มีเฟอร์นิเจอร์จากไม้ เช่น ชุดกาแฟ ชุดม้านั่ง ชั้นวางทีวี โต๊ะ ม้านั่ง เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ โคมไฟในระยะต่อมาได้มีการรวมกลุ่มสมาชิกมากขึ้น โดยมีนายหนูจันทร์ อามาตรมูลตรี เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 17 คน และได้ตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง” และในปี พ.ศ. 2553 กลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง ได้ส่งผลิตภัณฑ์ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดหนองคาย และได้ลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2555 ได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และได้ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 3 ดาว โดยทางสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านดุง ได้ติดต่อประสานให้กลุ่มเข้ารับการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัดบึงกาฬ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มเรื่อยมา



ภาพที่ 21 ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมตอไม้บ้านโนนทรายทอง

ดังนั้น ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มโอท็อป (OTOP) วิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก มีกลไกการบริหารสนับสนุนในเรื่องของรูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การวางแผนทางการเงินในการคำนวณหาต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวางแผนกำไรที่เหมาะสม การพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี กฤษณะภู่ (2556) เรื่องการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มอาชีพทอผ้ามีการจัดการด้านต่าง ๆ ได้แก่การจัดการด้านการบริหารกลุ่ม การจัดการด้านการวางแผนการผลิต การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดการด้านการเงิน และการจัดการด้านการทำบัญชี เพื่อให้การบริหารจัดการกลุ่ม ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและรองรับเหมาะสมกับการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬอย่างยั่งยืนต่อไป

บทสรุป

การพัฒนาคุณภาพและศักยภาพ OTOP บึงกาฬ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ จึงประกอบด้วยการจัดทำทะเบียนของกลุ่มอาชีพต่างๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพและสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ การอบรม สนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย สนับสนุนการจัดกิจกรรมการแสดงหรือจำหน่ายสินค้าโอท็อปในงานประจำปี และงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรศักดิ์ ว่องวัฒนกุล (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งคอก อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านแนวทางการส่งเสริมที่สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นคล้ายคลึงกันก็คือ ต้องการให้ส่งเสริมในส่วนของการรู้ ทักษะ การศึกษาดูงาน งบประมาณ เพื่อให้กลุ่มอาชีพจัดซื้อเครื่องมือประสานความร่วมมือระหว่าง ผู้นำท้องถิ่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสมาชิกกลุ่มให้เกิดแผนปฏิบัติงานร่วมกัน กระจายผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ทั้งในรูปแบบของเงินทุนและองค์ความรู้ไปสู่สมาชิกกลุ่มอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มอาชีพ OTOP ได้ดำเนินการในลักษณะที่ต่อเนื่องและศักยภาพให้กลุ่มอาชีพ OTOP เป็นองค์กรชุมชนที่เป็นเครือข่ายแก่องค์กรชุมชนอื่น ๆ ในชุมชนในลักษณะการเกื้อกูลซึ่งกันและกันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬในการจัดทำตลาดและโลโก้ผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าในการขายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิตจำนงค์ กิติศิริ. (2525). การพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: คุณพินอักษรกิจ.
- ฉันทมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 34(1), 177-191.
- พรศักดิ์ ว่องวัฒนกุล. (2553). แนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งคอก อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี. การศึกษาอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล. (2552). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนาหมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- วิภาวี กฤษณะภูติ. (2556). การจัดกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์. 30(1). 166-168.
- ชูชมพู โอซากิ. (2547). สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับการตลาด [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2558, จาก www.cpd.go.th/download/article_01/OTOPrevise.doc.
- หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2561. จาก <https://souvenirbuu.wordpress.com/.online>.
- Hogeforster, M. (2014). Future challenges for innovations in SMEs in the Baltic Sea Region. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 241-250.

Johannisson, B. (1996). **The dynamics of entrepreneurial networks.** In Reynolds, P., et al. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 253-267.