

การพัฒนาารูปแบบ One Stop Service
สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์
โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับ
ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์

The Development of One Stop Service for One Tambon One
Products (OTOP) in Surin Province by Official of Art and Culture
and University Business Incubator of Chom Surin

ผศ.ฉลอง สุขทอง, อ.ปริศนา ปัทมาวิไล,
อ.สุรียฉาย สุคันธวิท, อ.จรัญญา ไชยเสวีรัฐ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ ใช้แบบสอบถามและเทคนิคการประชุมระดมสมอง

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ปัจจุบันมีทั้งหมด ๘๑๘ กลุ่ม แบ่งเป็น ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ๒๓๖ กลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน ๖๓๑ กลุ่ม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ๖๒ กลุ่ม โดยมีกลุ่ม OTOP ที่ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานอยู่ในระดับ ๓-๕ ดาว จำนวน ๔๒๐ กลุ่ม ประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดสุรินทร์สามารถจำแนกออกได้เป็น ๕ กลุ่ม ประกอบด้วย ๑. กลุ่มของใช้/ของที่ระลึก/ตกแต่ง ๒. กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย ๓. กลุ่มเครื่องดื่ม ๔. กลุ่มอาหาร

๕. กลุ่มยาและสมุนไพร ในส่วนของปัญหาสำคัญๆของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดสุรินทร์ มีอยู่หลายประการ ได้แก่ ปัญหาด้านเงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียน คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาราคาวัตถุดิบสูงและไม่คงที่ การขาดแคลนแรงงานในฤดูกาลทำนา การขาดราคากันเองในกลุ่มเดียวกันและระหว่างกลุ่ม การขาดความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม ปัญหาเรื่องการสร้างเครือข่ายกลุ่ม OTOP ระดับจังหวัดและระดับประเทศปัญหาด้านการตลาด

การพัฒนาระบบเครือข่าย One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในระดับจังหวัดจากการวิจัยพบว่า ระบบเครือข่ายที่เหมาะสมในระดับจังหวัดคือรูปแบบที่กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นระดับอำเภอสร้างเครือข่ายของตนเองขึ้นมาก่อนตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ตนผลิต ๕ กลุ่ม คือ ๑) กลุ่มของใช้/ของที่ระลึก/ตกแต่ง ๒) กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย ๓) กลุ่มเครื่องดื่ม ๔) กลุ่มอาหาร ๕) กลุ่มยาและสมุนไพร โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเป็นผู้รวบรวมข้อมูล และข้อมูลจะถูกเชื่อมโยงเก็บไว้ที่ศูนย์กลาง และข้อมูลจะถูกเข้าถึงได้ผ่านทางหน่วยงานสำคัญ ดังนี้ ๑) เครือข่าย UBIC ในกลุ่มมหาวิทยาลัย ๒) เครือข่ายสำนัก

ศิลปะและวัฒนธรรมทั่วประเทศ ๓) เครือข่ายมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ๔) บุคคลทั่วไป และจากการประชุมระดมสมองงานวิจัยได้เสนอให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในระดับจังหวัด โดยคณะกรรมการชุดนี้จะเป็นผู้กำกับดูแลการประสานงานและการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ เช่น การรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์จากแต่ละกลุ่ม การจัดตั้งระบบเครือข่าย และการดำเนินงาน ในขั้นตอนสุดท้ายคณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนา Web Site ที่มีชื่อว่า "One Stop Service OTOP" ให้สามารถใช้งานได้เต็มรูปแบบในรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่ให้บริการครบวงจร ตั้งแต่การเลือกชมตัวอย่างสินค้า รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า คุณสมบัติ ราคา การติดต่อซื้อขายสินค้าหรือบริการ รวมทั้งการโฆษณาสินค้าและการโอนเงินค่าสินค้าผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นอย่างดี

Abstract

This research aimed to develop the model of One Stop Service for One Tambon One Products (OTOP) in Surin Province by official of Art and Culture and University Business Incubator of Chom Surin. The research methodology was used by research and development, the technical both quantitative and qualitative research, collecting data by observation, questionnaire, interview and brainstorming.

The research findings were revealed as follows:

The overall groups of people who produced OTOP in Surin Province recently were 919 groups, these could be classified as a kind of the private individual business was 226 groups, a group of community products was 631 groups, a group of Small and Medium Enterprise (SME) was 62

groups, and a group of three to five stars standard products of One Tambon One Products (OTOP) was 420 groups. While OTOP in Surin Province could be classified by five types, they consisted of 1) Utensils, souvenirs, and decorations, 2) clothes and dresses, 3) beverages, 4) foods, and 5) medicines and herbals. There are various problems for the OTOP groups for example; the problem of monetary investments and gross working capital, the quality of goods were not standard, the price of raw sources were high and unsteady, lacking workers in rainy season, sales below costs between groups, lacking knowledge in group management, network products of OTOP through provinces and whole the country had quite little, the marketing contributed problem.

The network development of One Stop Service for OTOP into province level, it was found that the network development of One Stop Service for OTOP into province level was the model for OTOP into districts level needed to make own networks according to group products, in which could be divided into five types, they were 1) Utensils, souvenirs, and decorations, 2) clothes and dresses, 3) beverages, 4) foods, and 5) medicines and herbals. The data products of OTOP have passed through local development office in each district by linking data from the centre, and then data would go through the important organizations as follows: 1) UBIC network of Surindra Rajabhat University, 2) Art and Cultural Office network overall the country, 3) Foreign University network, 4) General people. The brainstorming of research has

set up the board committees of One Stop Service for OTOP in province level. These board committees would be acted as administrative management, coordinator, collecting data from each OTOP groups, setting up the network and performing. Finally, the researcher have designed developed web site for management named "One Stop Service OTOP". This web site will be presented as trade mark of e-commerce, so the concept of e-commerce is all about using the Internet to do business better and faster. Therefore, "One Stop Service OTOP" website would be covered all services such as visiting the sample products, products details, products advertisement, price, services and how to pay. This website could be tools of e-commerce to displaying OTOP in Surin Province.

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๔) ในนโยบายทางด้านเศรษฐกิจรัฐบาลได้ยึดเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ โดยยึดหลักคุณธรรมมากับการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบตลาดเสรี มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ให้มีความแข็งแกร่งสามารถพึ่งพาตนเองได้ ภายใต้กรอบความยั่งยืนและความพอดี มุ่งเน้นให้ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญนี้กำลังร่วมกับภาครัฐและภาคประชาสังคม เพิ่มความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจทั้งสามภาค มีนโยบายหลักในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ ทั้งในระดับภาค ระดับชาติ และระดับการส่งออก โดยจัดระบบการบริหารจัดการโครงการแบบบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างเทคโนโลยีและการจัดการควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านการตลาด

แนวคิดการให้บริการแบบ One Stop Service เป็นแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดที่ต้องการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการหรือผู้มาติดต่อ ซึ่งหากมองในมุมมองของผู้บริโภค แนวความคิดแบบ One Stop Service นี้จะเป็นการให้บริการที่ดีที่สุด เพราะผู้ใช้บริการสามารถรับบริการได้ ณ ที่แห่งเดียวก็เสร็จสิ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้มาติดต่อได้รับความสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลามากมายไปกับการรอคอย ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย แนวความคิดแบบ One Stop Service นี้ มีการใช้กันแล้วอย่างแพร่หลายทั้งหน่วยงานราชการที่ต้องให้บริการกับประชาชนและหน่วยงานในภาคธุรกิจ ผลดีของผู้ที่นำแนวความคิดนี้มาใช้คือเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของหน่วยงานและสามารถให้บริการลูกค้าได้ครั้งละจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาด คือ การสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ในการดำเนินงานด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในจังหวัดสุรินทร์ นอกจากมีปัญหาในเรื่องของการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภคแล้ว งานด้านการตลาดก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการบริหารการตลาดมีเป้าหมายอยู่ที่การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค การนำแนวคิดในเรื่องการบริการแบบ One Stop Service มาใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในจังหวัดสุรินทร์โดยความร่วมมือของสำนักงานศิลปะและวัฒนธรรมและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์ (UBICS) จึงเป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการบนฐานของความร่วมมือระหว่างเครือข่ายที่มีอยู่อย่างกว้างขวาง จึงนับเป็นทางเลือกที่เหมาะสมเป็นโอกาสดีสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถเปิดช่องทางใหม่ในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับเขาเหล่านั้น ซึ่งผลดีที่จะตามมาโอกาสทางการตลาดของสินค้า OTOP สุรินทร์ที่เปิดกว้างขึ้นนั่นเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

๑) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและจำแนกสถานะทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์

๒) เพื่อศึกษาสาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์

๓) เพื่อพัฒนาระบบเครือข่าย One Stop Service ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในระดับจังหวัด

๔) เพื่อพัฒนารูปแบบ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์มีกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

๑. ผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดสุรินทร์ที่ได้รับการประเมินจัดอันดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ๓-๕ ดาว และกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ที่สนใจ

๒. กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เด่นเป็นชื่อเสียงของจังหวัดคือ ผ้าไหมกับเครื่องเงิน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบ One Stop Service สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์ คณะผู้วิจัยใช้เทคนิคทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการสร้างเครื่องมือ เก็บข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการประชุม

ระดมสมองรวม ๓ ครั้ง โดยมีขั้นตอนวิธีการ ดังนี้

๑. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสร้างเครื่องมือโดยคณะผู้วิจัย และที่ปรึกษา

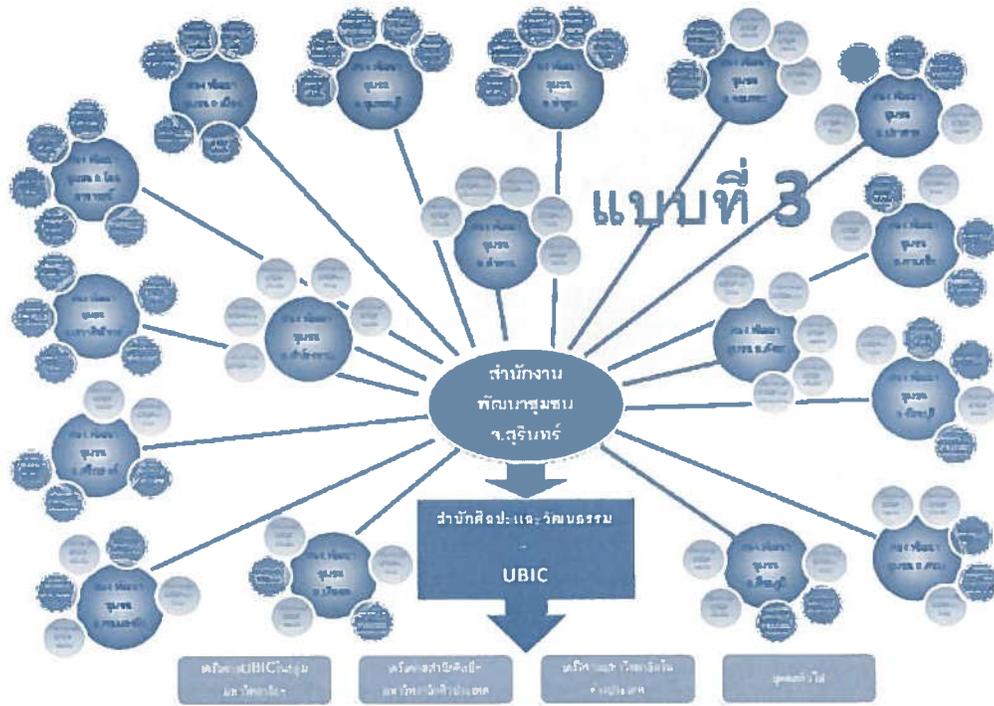
๒. การรวบรวมเก็บข้อมูลของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

๓. จัดประชุมระดมสมองครั้งที่ ๑ เพื่อทราบปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหากลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดสุรินทร์ ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดสุรินทร์จำนวน ๒๐ กลุ่ม ตัวแทนจากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม ตัวแทนจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์และตัวแทนจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่ม OTOP เช่น พัฒนาชุมชนอุตสาหกรรมจังหวัด สทกรณจังหวัด พาณิชย์จังหวัด รวมจำนวน ๕๐ คน

๔. พัฒนาระบบเครือข่าย One Stop Service ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในระดับจังหวัด โดยการจัดประชุมระดมสมองครั้งที่ ๒ ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยตัวแทนจากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม ตัวแทนจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์ ราชภัฏท้องถิ่นและนักวิชาการ รวมจำนวน ๒๐ คน

๕. พัฒนารูปแบบ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรม กับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์โดยคณะผู้วิจัยได้สร้างโมเดลจำลองของเครือข่ายความร่วมมือหลายรูปแบบให้ผู้เข้าร่วมประชุมพิจารณาและออกแบบเว็บไซต์และการทำงานของเว็บไซต์ให้ที่ประชุมร่วมวิพากษ์พิจารณาข้อดีข้อเสีย เป็นการจัดประชุมระดมสมองครั้งที่ ๓ ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดสุรินทร์จำนวน ๑๐ กลุ่ม ตัวแทนจากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม ตัวแทนจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์และตัวแทนจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่ม OTOP ราชภัฏท้องถิ่นและนักวิชาการ รวมจำนวน ๖๐ คน

๖. การสรุปผล และรายงานการวิจัย



ภาพที่ ๑.๑ แสดงรูปแบบระบบเครือข่าย One Stop Service ของ OTOP จังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบ One Stop Service สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์แม่บ้านเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๑. การศึกษาสภาพปัจจุบันและจำแนกสถานะทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ ผลการดำเนินการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์มีทั้งหมด ๙๑๙ กลุ่ม แบ่งเป็น กิจการเจ้าของคนเดียว มี ๒๒๖๖ กลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน มีจำนวน ๖๓๑ กลุ่ม ประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มี ๖๒ กลุ่ม

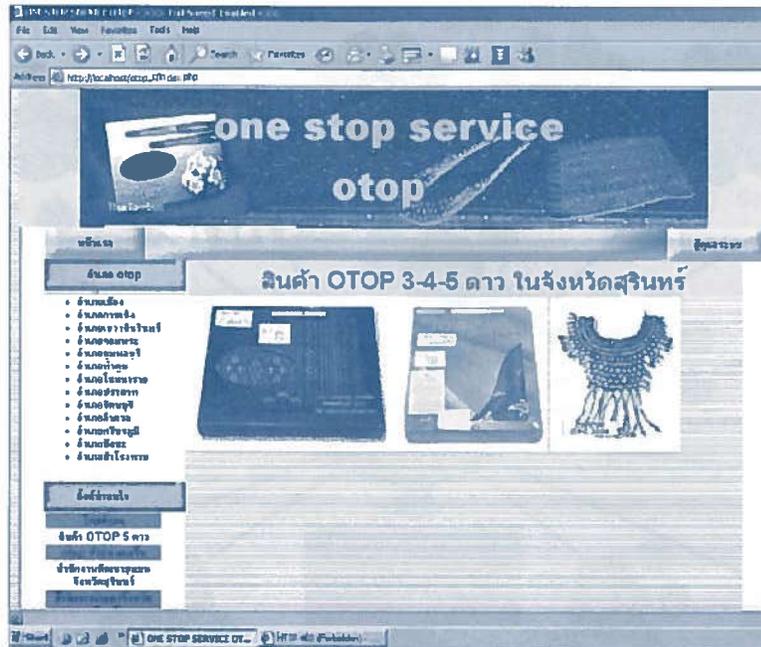
มีกลุ่ม OTOP ที่ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานอยู่ในระดับ ๓-๕ ดาว จำนวน ๔๒๐ กลุ่ม จากการคัดสรรสุดยอดสินค้า OTOP (OPC : OTOP Product

Champion) เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๗ การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดสุรินทร์สามารถจำแนกออกได้เป็น ๕ กลุ่ม ดังนี้ ๑) กลุ่มของใช้ / ของที่ระลึก / ตกแต่ง ๒) กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย ๓) กลุ่มเครื่องดื่ม ๔) กลุ่มอาหาร ๕) กลุ่มยาและสมุนไพร

๒. สาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในจังหวัดสุรินทร์ ผลจากการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

๒.๑ ปัญหาด้านเงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียน แนวทางการแก้ไขคือ สร้างโอกาสให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) เข้าถึงแหล่งทุนและสถาบันการเงินต่างๆ ให้มากขึ้น

๒.๒ คุณภาพของสินค้าไม่ได้มาตรฐาน แนวทางการแก้ไขคือ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันด้วยการสร้างเอกลักษณ์ และพัฒนาตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ โดยให้สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นหรือในภูมิภาคใช้การวิจัยและพัฒนาเพื่อ



ภาพที่ ๑.๒ แสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ One Stop Service OTO จังหวัดสุรินทร์

พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)

๒.๓ ราคาวัตถุดิบสูงและไม่คงที่ ส่วนใหญ่กลุ่มที่ประสบปัญหาดังกล่าวคือ กลุ่มทอผ้าไหม วัตถุดิบคือเส้นไหมและสีย้อมมีราคาไม่แน่นอน แนวทางแก้ไขคือ ส่งเสริมให้กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเองเป็นการทดแทนการซื้อ จะสามารถแก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง

๒.๔ ขาดแคลนแรงงานในฤดูกาลทำนา แนวทางแก้ไขคือ ให้ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม การจัดการการผลิต การบริหารคำสั่งซื้อเพื่อผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้าและทันเวลาในการส่งมอบ

๒.๕ การขายตัดราคากันเองในกลุ่มและระหว่างกลุ่มแนวทางแก้ไขคือ ให้ความรู้ในด้านการการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งและตระหนักในความเป็นกลุ่มและพัฒนาเครือข่ายที่เข้มแข็งและกว้างขวางทั้งในระดับจังหวัดและประเทศ

๒.๖ การบริหารจัดการกลุ่ม แนวทางแก้ไขคือ ฝึกอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่มในการทำงานกลุ่มและบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ปลูกจิต

สำนึกในการทุ่มเทและเสียสละเพื่อกลุ่ม

๒.๗ การให้การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐมีความซ้ำซ้อนกัน ทางแก้ไขคือ ให้องค์กรที่สนับสนุนปรับทิศทางการให้การสนับสนุนเน้นเฉพาะทางที่หน่วยงานนั้นมีความถนัด

๒.๘ ปัญหาด้านการตลาด แนวทางแก้ไขคือ ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องทุกระดับและหัวหน้าส่วนราชการทุกส่วนหาช่องทางตลาดใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญและหันมาใช้สินค้าในท้องถิ่น พัฒนาให้เป็นตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่ง

๓. รูปแบบระบบเครือข่าย One Stop Service ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในระดับจังหวัด จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของเครือข่าย One Stop Service ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTO จังหวัดสุรินทร์ที่เหมาะสม เริ่มต้นจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTO ในแต่ละอำเภอสร้างเครือข่ายของตนขึ้นมาตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งมี ๕ กลุ่ม คือ ๑) กลุ่มของใช้ / ของที่ระลึก / ตกแต่ง ๒) กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย ๓) กลุ่มเครื่องดื่ม ๔) กลุ่มอาหาร ๕) กลุ่มยาและสมุนไพร โดยรวบรวมข้อมูลทุกด้าน

ของตนเองผ่านทางสำนักงานพัฒนาชุมชนแต่ละอำเภอ ข้อมูลเหล่านั้นจะถูกเชื่อมโยงเก็บไว้ที่ศูนย์กลางและถูกนำไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ทั่วประเทศ ผ่านเครือข่ายหลัก ๆ ดังนี้ ๑) เครือข่าย UBIIC ในกลุ่มมหาวิทยาลัย ๒) เครือข่ายสำนักศิลปะและวัฒนธรรมทั่วประเทศ ๓) เครือข่ายมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ และ ๔) บุคคลทั่วไป ซึ่งแนวคิดในการพัฒนารูปแบบระบบเครือข่าย One Stop Service ที่เหมาะสมในระดับจังหวัด เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ต้องการจะให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจะถูกเผยแพร่ออกไปผ่านเครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

๔. การพัฒนารูปแบบ One Stop Service ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยความร่วมมือของสำนักศิลปะและวัฒนธรรมกับศูนย์ บ่มเพาะวิสาหกิจจอมสุรินทร์

ผลการวิจัย สรุปได้ว่า ควรดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการ One Stop Service ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แทนหน่วยงานต่าง ๆ รวม ๑๐ คน โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ เป็นประธาน คณะกรรมการจะเป็นผู้กำกับดูแล ประสานงานการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ เช่น การรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งระบบเครือข่าย และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ

คณะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์การดำเนินงานในรูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เต็มรูปแบบเพื่อการปฏิบัติงานได้จริง มีชื่อเว็บไซต์ว่า **“One Stop Service OTOP”** •

เอกสารอ้างอิง

- ชูศักดิ์ เศรษฐกิจกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. (๒๕๔๕). การตลาด ๑ ตำบล ๑ ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม. (๒๕๔๙). รายงานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) ปี ๒๕๔๙ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม.
- สำนักงานกฤษฎีกา. (๒๕๔๙). แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ.๒๕๕๐ - ๒๕๕๔). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, กรมส่งเสริมการเกษตร. (๒๕๔๙). คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร.
- อภิรักษ์ พันธเสน. (๒๕๓๙). พัฒนาชนบทไทย : สมุทัยและมรรค แนวคิดและภาพรวมของการพัฒนา. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา. University Business Incubator. (มปป.ช.). ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สุรินทร์ : คณังนาวิทยา.
- พัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์. (มปป.ช.). การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำปี ๒๕๕๒. <http://cddweb.cdd.go.th/surin/> (สืบค้นเมื่อ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๑).
- ไทยตำบล. (มปป.ช.). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. <http://www.tisi.go.th/otop/otop.html#topic๑> (สืบค้นเมื่อ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๑).