

บันทึกองค์ความรู้รายบุคคล

๑. ชื่อองค์ความรู้ การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)

๒. ชื่อเจ้าของความรู้ นายชำนาญ ตาสี ตำแหน่ง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

๓. หมวดองค์ความรู้ที่บ่งชี้ (ตามแนวทางการจัดการความรู้ของหน่วยงาน)

องค์ความรู้หมวดเทคนิคการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ตัวชี้วัดที่ ๒ ระดับความสำเร็จในการจัดการความรู้ตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว

๔. ที่มาและเป้าหมายของการจัดการความรู้

จังหวัดลำปาง มีผู้ลงทะเบียนเป็น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวน ๖๐๕ ราย มีผลิตภัณฑ์รวมทั้งหมด ๑,๐๖๒ ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ระดับอำเภอๆ ละ ๑ เครือข่าย ๑๓ อำเภอ ๑๓ เครือข่าย และมีเครือข่ายระดับจังหวัด จำนวน ๑ เครือข่าย รวมทั้งสิ้น ๑๔ เครือข่าย ซึ่งเครือข่ายทั้ง ๑๔ เครือข่ายมีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน

เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น เป็นที่รู้จักและนิยมของประชาชนทั่วไป และให้เครือข่ายมีการดำเนินการด้านการตลาดของเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) อย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการส่งเสริมผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดลำปาง และเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ ในการขับเคลื่อนกิจกรรมไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

๕. วิธีการ/ขั้นตอนการจัดการความรู้ (อธิบายพอสังเขป)

๑) จัดประชุมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดกิจกรรม การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP

๒) จัดทางงบประมาณในการจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ให้กับเครือข่าย ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

๓) จัดหาสถานที่ในการจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ให้กับเครือข่าย ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

๖. ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการความรู้

๖.๑ เทคนิคและแนวทางในการทำงาน

ในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย การจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เปิดโอกาสให้กับกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทุกประเภทสินค้า ทุกกลุ่มได้เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้ทุกกลุ่มได้มีประสบการณ์ในด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

๖.๒ ข้อพึงระวัง (ถ้ามี)

ควรเปิดโอกาสให้กับผู้ผลิตผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน OTOP ทุกกลุ่มได้ร่วมกิจกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่ควรให้สิทธิกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

๖.๓ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ผู้ประกอบการร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการกลุ่ม OTOP เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายและหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะจัดกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP

๖.๔ ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา ด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

วิธีการแก้ไข

ด้านการตลาด กลุ่มควรมีการรวมกลุ่มกันประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และการขายโดยการตั้งกรรมการดูแลด้านการตลาด และหาช่องทางตลาดใหม่ ๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

ด้านบุคลากร ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้กลุ่มควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจากเงินทุนของกลุ่มในแต่ละปี มีศูนย์เรียนรู้ มีการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มและนอกกลุ่ม การฝึกอบรม การศึกษาดูงานและทัศนศึกษา

๖.๖ ผลลัพธ์จากการแก้ปัญหาและการพัฒนาเรื่องนั้น

กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน มีเครือข่ายเพิ่มขึ้น มีศักยภาพสูงขึ้น ได้รับการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น
