



## แบบบันทึกองค์ความรู้รายบุคคล

๑. ชื่อองค์ความรู้ การส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วย การตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

๒. ชื่อเจ้าของความรู้ นางสาวเจนจิต จิระนนท์

ตำแหน่ง นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ

สังกัด กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย

๓. หมวดองค์ความรู้ที่บ่งชี้ องค์ความรู้หมวดการส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

### ๔. ที่มาและเป้าหมายของการจัดการความรู้

กรมการพัฒนาชุมชน เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ควบคู่ไปกับการตลาด รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้ได้รับความรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และการจำหน่ายให้ครอบคลุมกับการดำเนินกิจการ จากการเข้าไปส่งเสริมและให้ความรู้ในการบริหารจัดการ กรมการพัฒนาชุมชนยังมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยดำเนินการค้นหาค่าศักยภาพของผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ที่มีความพร้อมเข้าสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดนวัตกรรมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น พร้อมนำผลงานไปเผยแพร่ เพื่อเป็นต้นแบบให้กับหน่วยงานหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ และเพิ่มช่องทางการตลาด การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในการจัดแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้า

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการผลิตและการตลาดมากขึ้น การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคอย่างแพร่หลายและเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมช่องทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายในช่องทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ได้ ถือเป็นโอกาสทองของการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำได้อย่างเป็นรูปธรรม กรมการพัฒนาชุมชนจึงมีนโยบายขับเคลื่อน OTOP โดยการเพิ่มคุณภาพพัฒนามาตรฐานเพื่อการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลซึ่งการจะก้าวอย่างความสากลได้ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จะต้องรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการในปัจจุบัน อีกทั้งต้องเข้าใจระบบการตลาดสมัยใหม่

### ๕. วิธีการ/ขั้นตอนการจัดการความรู้

ในการดำเนินงานการส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) มีขั้นตอน ดังนี้

๑. นักวิชาการพัฒนาชุมชนที่รับผิดชอบงาน OTOP และพัฒนากรที่รับผิดชอบงาน OTOP ทุกอำเภอ เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเตรียมความพร้อม ศึกษาข้อมูล แนวทางและทำความเข้าใจในขั้นตอนของการจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

๒. จัดทำแผนการดำเนินงาน ประชุมเชิงปฏิบัติการ การให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๓. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม

๔. เตรียมความพร้อมด้านข้อมูล (Data) สินค้า OTOP

/๕. เตรียมความพร้อม...

๕. เตรียมความพร้อมผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้จัดเตรียมคอมพิวเตอร์ (โน้ตบุ๊ก) และรายละเอียดประกอบการสมัครสมาชิกการเปิดร้านค้าออนไลน์

๖. จังหวัดร่วมกับอำเภอจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๗. ติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงาน อย่างต่อเนื่อง

## ๖. ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการความรู้

### ๖.๑ เทคนิคและแนวทางในการทำงาน

๑. การดำเนินงานต้องมีการวางแผนและประสานงานกับกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเตรียมความพร้อมให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

๒. การคัดเลือกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่เข้าร่วมกิจกรรม ต้องคัดเลือกผู้ที่มีความพร้อม และมีความตั้งใจจริง พร้อมทั้งมีความเสียสละในการทำเพื่อส่วนรวม

๓. การฝึกปฏิบัติ ควรแบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันอย่างใกล้ชิด

๔. ควรมีการติดตามและประเมินผล ให้คำปรึกษาให้กำลังใจประชาชนและครัวเรือนเป้าหมายอย่างใกล้ชิด

### ๖.๒ ข้อพึงระวัง

ควรคัดเลือกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีความสมัครใจและตั้งใจในการเข้าร่วมโครงการ และเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่สามารถพัฒนาตนเองได้ ต้องการที่จะเพิ่มความรู้ในการพัฒนาอาชีพและรายได้ของตนเองอย่างแท้จริง

### ๖.๓ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

๑. การประสานงาน ทำงานร่วมกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๒. การทำงานเป็นทีม ใช้หลักการการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างทีมงานที่ดี

๓. การบริหารจัดการ ให้ความสำคัญกับทุกกระบวนการ

๔. ความร่วมมือ ร่วมใจ ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๕. เจ้าหน้าที่ติดตามให้กำลังใจ และเป็นທີ່ปรึกษาที่ดีให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

### ๖.๔ ปัญหาและวิธีการแก้ไข

๑. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ยังไม่มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรม ไม่มีเวลาหรือไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้พร้อมเพรียงกัน การแก้ไขปัญหา เจ้าหน้าที่ต้องทำความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้เข้าร่วมกิจกรรมให้ครบทุกกระบวนการ

๒. การฝึกปฏิบัติด้านการตลาดออนไลน์ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ไม่มีพื้นฐานหรือความชำนาญในเรื่องการตลาดออนไลน์ วิทยากร/เจ้าหน้าที่ ต้องใส่ใจและให้ความรู้อย่างใกล้ชิด

### ๖.๕ ผลลัพธ์จากการแก้ปัญหาและการพัฒนาเรื่องนั้น

ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สามารถจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ด้วยช่องทางการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำความรู้กลับไปพัฒนาสินค้าให้มีรูปลักษณ์ที่โดดเด่นทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

.....