

บทที่ 2

นโยบายของรัฐกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ขบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเอง เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่น สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self – reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังกาย ความคิดสร้างสรรค์ และความปรารถนา ที่จะใช้ทรัพยากรที่พบหาในท้องถิ่นได้เป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อม ๆ กับการเน้นท้องถิ่น⁵

ขบวนการนี้พยายามที่จะสร้างคุณค่าและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่โลก เสริมกับตลาดต่างประเทศ

การคิดค้นผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้นให้มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการทางด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนนั้น ๆ ได้ทางหนึ่ง

คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจกันให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้น ๆ สำเร็จได้ สิ่งที่มีมองเห็นได้ชัดคือ การคิดค้นและการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม สิ่งที่มีมองไม่เห็นคือพลังแห่งความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดจากความเชื่อมั่นในกันและกันนั่นเอง

แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นนี้ เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ตลอดไปสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกันกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้นอยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน

⁵ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. เอกสารเผยแพร่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ .กรุงเทพฯ,2544.

แนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาดทางการผลิต การบริหาร การจัดการ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากร และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทย

แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพไปอยู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้าน เป็นหน่วยของการพัฒนาเบื้องต้นและรวมเป็นเครือข่ายในตำบล เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของหมู่บ้าน ตำบลและรวมไปถึงระดับประเทศได้

ที่มาของนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์⁶

นโยบายนี้เป็นนโยบายที่รัฐบาลไทยได้รับแนวคิดมาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งในปี 1979 ขบวนการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านได้ถือกำเนิดขึ้น โดยมีความคิดพื้นฐานของการพัฒนาในเชิงกระบวนการ (Movement) นั่นก็คือ

- ท้องถิ่นแต่ทั่วโลก (Local but global)
- อิสระ สร้างสรรค์ และความคิดที่เป็นต้นตำรับ (Independent Creative and Original Ideas)
- ส่งเสริมให้ประชาชนพัฒนาชุมชนท้องถิ่นด้วยตัวเอง (to help people develop their local communities)

ซึ่งขบวนการพัฒนาแบบหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านนั้น ได้ส่งเสริมการทำผลิตผลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนเท่า ๆ กับการส่งเสริมวัฒนธรรม และการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเทศกาลต่าง ๆ ของชุมชน โดยมองว่าทั้งผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม และกิจกรรมทางสังคม สามารถเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ในการพัฒนาชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยประชาชนทุกคนจะต้องเรียนรู้และเข้าใจที่จะดำรงชีวิตอยู่อย่างเกื้อกูลกัน โดยเชื่อกันว่าทุกส่วนมิได้อยู่โดดเดี่ยวแต่พึ่งพิงอิงกันเป็นองค์รวมแห่งชีวิต (Symbiosis) มีการอยู่ร่วมและเกื้อกูลกันระหว่างธรรมชาติและประชาชนคนอื่น หมู่อื่น เหล่าอื่น

⁶ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. เอกสารเผยแพร่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ, 2544.

ซึ่งได้ใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดในเชิงบวกซึ่งกันและกัน โดยไม่ถูกจำกัดอยู่ในวงจำกัดของวัย ขอบเขตการปกครองและประเทศ ซึ่งเป็นการใช้พลังในเชิงบวกสู่ก้าวใหม่ของการพัฒนารายได้ คำขวัญที่ว่า “ นำจิตวิญญาณของหมู่บ้านสู่มหานคร ”

โดยทั้งหมดเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความคิดของผู้ว่าการของจังหวัดโออิตะ ชื่อ Morihiko Hiramatsu ซึ่งได้รับเลือกให้เป็นผู้ว่าการ ในปี 1979 ซึ่งนับจนปัจจุบันได้รับเลือกมาแล้ว 6 สมัย ซึ่งผู้ว่า Hiramatsu ได้เกิดความคิดจากเมืองชนบท (Machi) เล็กๆ แห่งหนึ่งซึ่งชื่อว่า Oyama โดยคนที่หมู่บ้านแห่งนี้ได้เกิดแนวคิดของการทำพัฒนาการผลิตด้านการเกษตรจากสิ่งที่มีและสามารถกระทำได้ โดยเริ่มจากโครงการพัฒนาของคนในท้องถิ่นที่เรียกว่า NPC Movement (New Plum and Chestnut Movement) ในปี 1961 โดยชาวชุมชน Oyama ทั้งหมดตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงชีวิตตนเองจากการเป็นชาวนามาสู่การผลิตบ๊วย (plum) และลูกเกาลัด (Chestnut) โดยทำให้ดีแต่อย่างเดียวและตั้งเป้าที่การขาย ซึ่งอีก 10 ปีต่อมาโครงการ NPC Movement ก็ประสบความสำเร็จ ไม่มีใครไม่รู้จัก บ๊วยคองของหมู่บ้าน Oyama ซึ่งจากแนวคิดนี้เองที่ทำให้เกิดการพัฒนามุมมองของผู้ว่า Hiramatsu ที่สามารถมองงานพัฒนาเป็นไปแบบองค์รวมของทั้งจังหวัด โดยใช้การจัดการด้านพื้นที่ เทคโนโลยีด้านการเกษตร และการผลิตเชิงอุตสาหกรรม การพัฒนาผู้นำท้องถิ่น และเทคนิคด้านการตลาด โดยให้แต่ละท้องถิ่นมีผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีระบบการตลาดและการคมนาคมที่เอื้อและเกื้อกูลกันในทุกส่วนของจังหวัด ทำให้เกิดการอยู่ร่วมกันตามแนวคิดแบบ Symbiosis ซึ่งเป็นที่มาของ One Tambon One Product Movement ในปัจจุบัน

การพัฒนาในรูปแบบขบวนการ ⁷

แนวคิดของการพัฒนาที่คนส่วนใหญ่เข้าใจต่อการพัฒนาตามแนวทางของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นั้นมักจะมองกันไปไปในแนวทางของการตลาด อาทิเช่นเรื่องของ เศรษฐกิจชุมชนหรือส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งเป็นการมองเห็นเพียงบางส่วนของพัฒนาตามแนวทางของโครงการนี้ ซึ่งมีลักษณะของการทำงานในแบบ Movement ซึ่งตำราภาษาไทยทางการพัฒนาชุมชนได้อธิบายว่าเป็นขบวนการของความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกันในแต่ละกิจกรรมของงานพัฒนา แต่ไม่จำเป็นต้องมีความต่อเนื่องกันในแบบเส้นตรงที่ต้องเริ่มจากขั้นที่ 1 , 2 , 3 และ 4 เป็นลำดับ แต่ตามความคิดของคนญี่ปุ่นที่ Oita มองถึงการผลิตว่าเป็นอุตสาหกรรมเสมอ เพราะอาจเป็นความคิดพื้นฐานของชาวญี่ปุ่นเองที่ไม่ว่าจะเป็นอะไรก็คือการผลิตเพื่อการขายเป็นหลัก การบริโภค

⁷ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. เอกสารเผยแพร่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ .กรุงเทพฯ,2544.

เป็นรอง และเมื่อผลิตเพื่อขายก็จะต้องทำของที่ได้คุณภาพเพื่อหวังผลเชิงการตลาดที่ดีและยาวนาน
คุณภาพจึงเริ่มตั้งแต่ตัวบุคคล วัตถุดิบ วิธีการผลิต โดยหากพิจารณาในความคิดของการผลิตเพื่อขาย
ของชาว Oita ได้แบ่งการผลิตออกเป็นอุตสาหกรรม 3 ประเภทได้แก่

อุตสาหกรรมขั้นต้น (Primary Industry) คือ การผลิตทางการเกษตร

อุตสาหกรรมขั้นที่ 2 (Secondary Industry) คือ การผลิตเชิงอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมขั้นที่ 3 (Thirdly Industry) คือ ด้านธุรกิจบริการ

ซึ่งจากความคิดทั่วไปของคนไทย จะมองเป็นขั้นๆ ของการพัฒนาประเทศว่าจากสังคม
ปฐมภูมิไปยังสังคมทุติยภูมิและสังคมตติยภูมิ ซึ่งได้มีการถกเถียงทางวิชาการโดยพิจารณากันว่า
สามารถจะก้าวข้ามกันได้หรือไม่แต่ก็ไม่ได้มีผลลัพธ์ใดๆ ปรากฏเป็นรูปธรรมแต่ความคิดของชาวญี่ปุ่น
ที่ Oita นั้นแตกต่างออกไป คนเหล่านั้นบอกว่าจากผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันสามารถมีพัฒนาการเกี่ยว
เนื่องกันได้โดยไม่จำเป็นต้องต่อเนื่อง ซึ่งในที่นี้จะได้ขอยกตัวอย่างของการทำบ๊วยของชาว Oyama

การผลิตบ๊วยของชาว Oyama สามารถครอบคลุมความคิดเชิงอุตสาหกรรมทั้ง 3 ระดับคือ

- อุตสาหกรรมขั้นต้น คือ การผลิตบ๊วยสดที่มีคุณภาพ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการทางเกษตร
กรรมล้วน ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมดิน พื้นที่ ปูย การคัดพันธุ์ การกำจัด โรค แมลง การควบคุมคุณภาพ

- อุตสาหกรรมขั้นที่สอง คือ การทำผลิตภัณฑ์จากบ๊วย เช่น การทำบ๊วยดอง การทำน้ำบ๊วย
การทำไวน์บ๊วย การทำขนมจากบ๊วย การทำผลิตภัณฑ์จากไม้บ๊วยที่หมักอายุนำมาทำเป็นเฟอร์นิเจอร์
เครื่องประดับ

- อุตสาหกรรมขั้นที่สาม คือ การตลาด การทำการขนส่ง การบริการนำเข้าวัตถุดิบให้แก่
ผู้ผลิต การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และการผลิตในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนาปุ๋ยชีวภาพ ซึ่งมี
การขายให้แก่สมาชิกและคนภายนอก

ซึ่งทั้งหมดเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็มีการพัฒนาในขั้นขอบเขตของขั้นต่างๆ คือ ภายในขั้นที่ 1 ขั้น
ที่ 2 และขั้นที่ 3 เพื่อให้กิจกรรมที่เกิดขึ้นสามารถอยู่รอดได้ในแต่ละขั้นหรือจะพัฒนาจากขั้นที่ 1 จน
สามารถมีการดำเนินการขั้นที่ 3 เพื่อให้กิจกรรมที่เกิดขึ้นสามารถอยู่รอดได้ในแต่ละขั้นหรือจะพัฒนา
จากขั้นที่ 1 จนสามารถมีการดำเนินการขั้นที่ 3 จนครบวงจรก็ได้ ขึ้นอยู่กับการพัฒนาบุคลากร วิธีการ
และเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วย โดยการพัฒนาในแต่ละขั้นก็มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ดังนั้นการ
พัฒนาในเชิงขบวนการจึงเป็นสิ่งที่แตกต่างจากการพัฒนาที่เป็นกระบวนการ ซึ่งต้องผ่านขั้นที่ 1 จึงเป็น
ขั้นที่ 2 และขั้นที่ 3 แต่แนวคิดของชาว Oyama และ Oita ได้มองอย่างลึกซึ้งในงานพัฒนาที่มีพื้นฐาน
จากแนวคิดเชิงอุตสาหกรรม

โดยทุกองค์ประกอบของจังหวัด Oita ได้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบที่ซับซ้อน (Complex
system) ไม่ใช่เพียงแต่ระบบเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear System) ที่รู้จักกันทั่วไป มิติของการ

มองชุมชนที่ต่างออกไปของชาวญี่ปุ่น ทำให้มุมมองของการอยู่ร่วมกันของชาว Oita นั้นมีลักษณะตรงกับแนวคิดแบบองค์รวม แต่ชาว Oita ได้นำเสนอในรูปของ Symbiosis อันเป็นการอยู่ร่วมกันกับส่วนอื่นๆ ของสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเอื้อและเกื้อกูลกันมิใช่เพียงแค่พึ่งพิงอิงกัน โดยการมองเห็นองค์ประกอบสำคัญของการดำรงอยู่ของคน โดยเห็นว่าคนเป็นส่วนหนึ่งขององค์รวมแห่งชีวิต เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธรรมชาติ การมีชีวิตอยู่จะต้องรู้จักและเข้าใจการอยู่ร่วมกับธรรมชาติและบุคคลอื่น และรู้จักที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลกันให้ประโยชน์ซึ่งกันและกันอย่างมีคุณภาพ

การพัฒนาที่เป็นขบวนการมีการกระทำในทุกระดับ

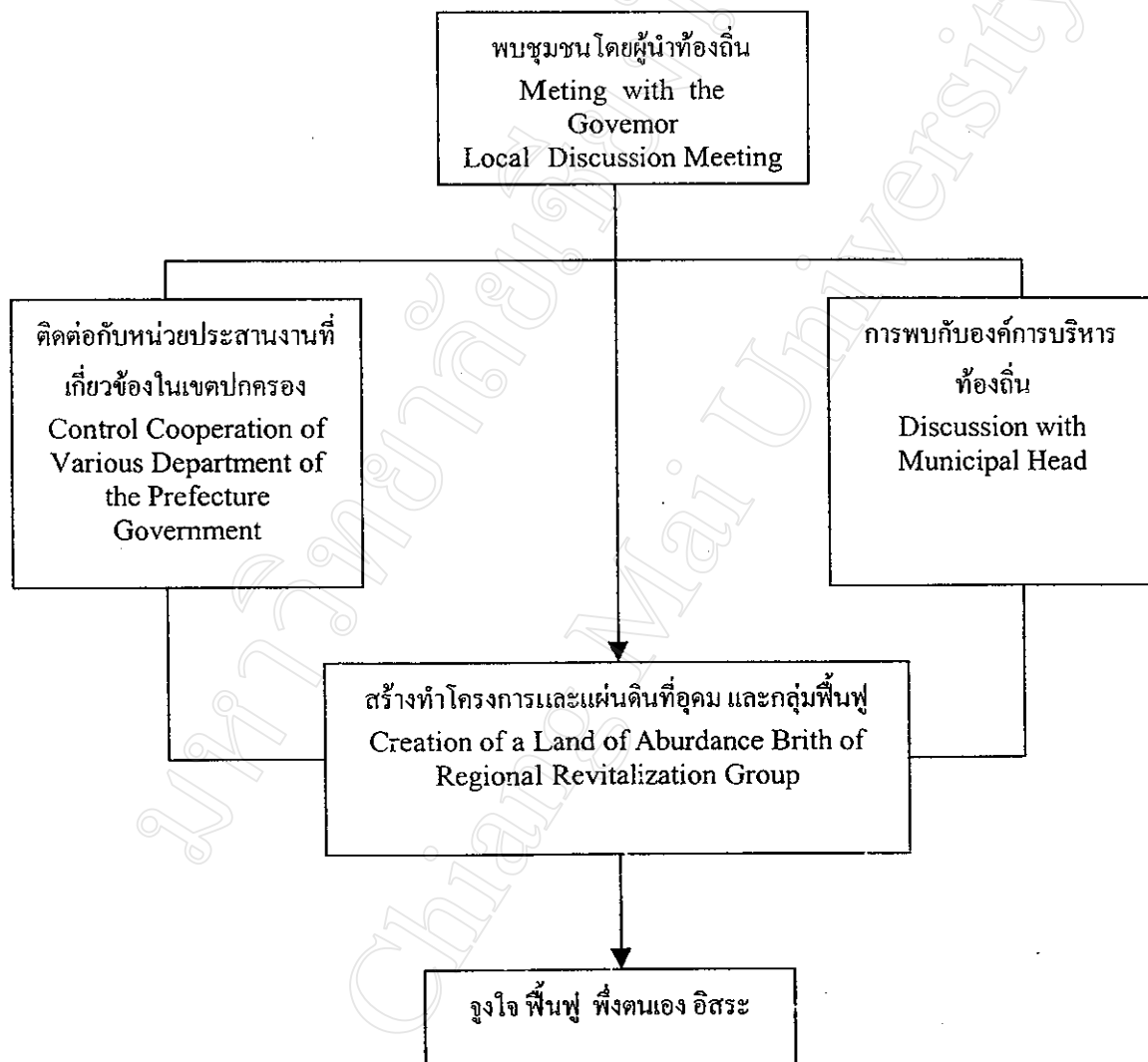
ในระบบการบริหารราชการของญี่ปุ่นนั้นมีความแตกต่างจากประเทศไทยเป็นอย่างมากคือพื้นที่ของประเทศทั้งหมดนั้นได้แบ่งออกเป็น 17 เขตการปกครอง (prefecture) ซึ่งหลายที่แปลว่าจังหวัดซึ่งจังหวัดของญี่ปุ่นนั้นจะมีขนาดใหญ่กว่าของประเทศไทยซึ่งเป็นจังหวัดแบบ Province และในแต่ละ Prefecture ก็จะมีรัฐบาลปกครองตนเอง ทำการบริหารราชการแผ่นดินอย่างอิสระ โดยมีหน่วยการปกครองรองลงมาคือ shi หรือเมือง เทียบได้กับเขตหรืออำเภอ แต่ญี่ปุ่นเรียกว่า City และหน่วยการปกครองที่เล็กที่สุดคือ Machi เทียบได้กับ Town และ อบต. ของไทย แต่ที่แตกต่างคือ ระบบของญี่ปุ่นเป็นระบบการกระจายอำนาจอย่างแท้จริงนอกจากนี้ยังมีหน่วยหมู่บ้านที่มีการดูแลโดยกรรมการชุมชนเรียกว่า Mura

การทำกิจกรรมการพัฒนาของ Oita prefecture นั้นเป็นการกระทำในทุกระดับที่มีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน แต่กิจกรรมจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมลักษณะของตลาด ทรัพยากร การคมนาคม โดยประชาชนจะทำงานร่วมกับองค์กรการเกษตรซึ่งมีอยู่ทุกระดับ ที่เรียกว่า JA หรือ Japan Agriculture Association ซึ่งมีสำนักงานตั้งแต่ระดับชาติ prefecture Shi และ Machi ซึ่ง JA จะเป็นแกนสำคัญที่ช่วยให้การทำงานทางด้านการเกษตร ประสบผลสำเร็จด้วย เพราะ JA หรือสหกรณ์ของญี่ปุ่นนั้นนอกจากจะเป็นแหล่งทุนแล้วยังบริการด้านเทคโนโลยีการให้คำปรึกษา มีนักส่งเสริมการเกษตร มีการจัดระบบการทำบรรจุภัณฑ์ควบคุมคุณภาพสินค้ามีบริการห้องเย็นและขนส่งให้แก่สมาชิกอีกด้วย

ลักษณะการส่งเสริมการพัฒนาโดยขบวนการของ One Village One Product ในระดับ Prefecture เป็นการส่งเสริมในเรื่องของการให้เงินทุนสนับสนุน การจัดโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมและแสวงหาด้านเทคโนโลยีที่สนับสนุนงานผลิตเชิงอุตสาหกรรมทั้ง 3 ระดับ โดยส่งเสริมการทำงานให้กับรัฐบาลระดับเมือง Shi และเมืองชนบทที่เป็น Mashu ซึ่งการทำงานในระดับ Shi และ Mashu ก็มีความสอดคล้องเกื้อหนุนกัน ซึ่งมีการเคลื่อนไหวไปพร้อมๆ กัน ในขณะเดียวกันในระดับของชุมชน

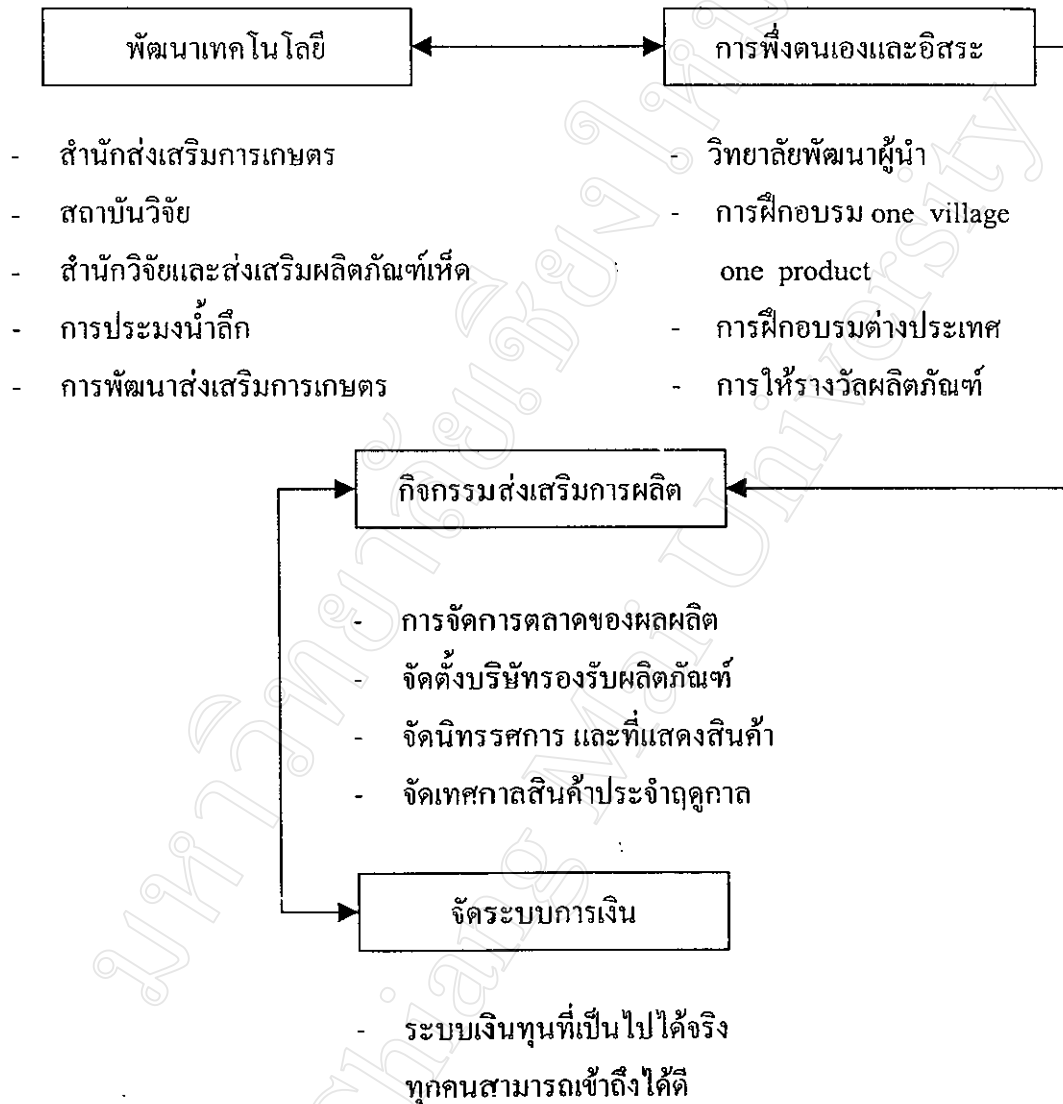
ประชาชนก็มีการยอมรับและดำเนินการในเชิงปฏิบัติด้วยดี ดังภาพที่ 1 แสดงการส่งเสริมขบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 1 แสดงการส่งเสริมขบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



โดยเงื่อนไขสำคัญของการทำงานคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการจัดตั้งโรงเรียนและวิทยาลัย ในการสอนเรื่องแผ่นดินอุดม การสอนเทคนิคการเกษตร การสอนเรื่อง One Village One Product รวมทั้งมีการอบรมกลุ่มสตรี ที่มีสมาชิกเกินกว่า 3,100 คน ซึ่งการดำเนินงานของจังหวัดจะเป็นไปในลักษณะของผู้สนับสนุน ดังภาพที่ 2 แสดงการสนับสนุนกิจกรรมปฏิบัติการ

ภาพที่ 2 แสดงการสนับสนุนกิจกรรมปฏิบัติการ



ซึ่งระบบการบริหารทั้งหมดจะถูกกำหนดและวางแผนร่วมกันในทุกระดับแต่ผู้ดำเนินการจะเป็นผู้รับผิดชอบต่างๆ กันไป ตามแต่ระดับตัวอย่างเรื่องของเทคโนโลยีและ โรงเรียนต่างๆ จะทำร่วมกันทั้งในระดับ Machi และ Prefecture การดูแลเรื่องเงินทุน แหล่งตลาดจะทำร่วมกันทั้งในระดับ Machi และ Prefecture แต่การดูแลกิจกรรมการผลิตและการใช้เงินทุนจะเป็นความสลับซับซ้อนของระดับ Machi โดยมีองค์กรสหกรณ์การเกษตรเป็นองค์กรประสานงานระหว่างประชาชนกับรัฐบาลท้องถิ่น

กิจกรรมและผลผลิตของโครงการ

กิจกรรมที่เกิดขึ้นใน Oita โดยแต่ละชุมชน หมู่บ้าน และเมือง จะมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองเช่น บัวคอง เห็ดหอม ของ Oyama ไข่ นมสด และเนื้อวัว จาก Kuju และน้ำพุร้อน รวมทั้งผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ที่ผ่านกระบวนการนำแร่จากน้ำพุร้อนได้รวมทั้งสถานที่ พักผ่อนจะเป็นของ Yufuin โดยตัวอย่างทั้ง 3 ที่นั้นเป็นที่ที่ชื่อเสียง เมื่อกล่าวถึงชื่อ Oyama , Kuju และ Yufuin คนญี่ปุ่นจะทราบทันทีว่ามีสินค้าเป็นเอกลักษณ์อะไรบ้าง ทั้งยังมีความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพอีกด้วย

โดยผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะมีครบทั้ง 3 ระดับ ของความเป็นอุตสาหกรรมคือ

- อุตสาหกรรมปฐมภูมิ เช่น บัว , เนื้อวัว , ไข่ , ปลา , นม
- อุตสาหกรรมทุติยภูมิ เช่น ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ จากนม เนย
- อุตสาหกรรมตติยภูมิ เช่น การจัดการท่องเที่ยว สถานสุขภาพ และการประกวดผลิตภัณฑ์ ,

ศูนย์ฝึกอบรมนานาชาติ , มหกรรมดนตรี , ภาพยนตร์

นอกจากนี้ การที่ประเทศญี่ปุ่น ประสบความสำเร็จได้ ก็เพราะปัจจัยหลายด้านที่เอื้ออำนวย ต่อนโยบายที่รัฐเสนอ และประชาชน ตอบสนองต่อนโยบายนั้นเป็นอย่างดี เช่น บทบาทผู้นำที่มีความตั้งใจอย่างแท้จริง ความเป็นไปได้ของนโยบาย ความร่วมมือร่วมใจของฝ่ายที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ตลอดจนระบบสังคมที่เอื้อต่อการดำเนินนโยบายด้วย

การนำนโยบายจากเมืองโออิตะมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย

สำหรับนายกรัฐมนตรีนคร.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร มีนโยบาย และแนวคิด เรื่อง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับ เมือง Oita คือการช่วยเหลือเกื้อกูลเพื่อให้ประชาชนช่วยเหลือตนเองได้ และผลักดันให้ท้องถิ่นเกิดความคิดร่วมกัน ทำร่วมกัน กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวที่จะสร้างอาชีพเป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น โดยมีแนวทางในการบริหารงาน โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. เริ่มต้นจากการพห้หน้เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกร ได้มีช่วงในการคิด และตั้งหลักในการสร้างชีวิตใหม่
2. เริ่มต้นด้วยการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ท้องถิ่นช่วยกันคิดว่าจะทำอะไร และกู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน ไปสร้างอาชีพตามความถนัดและศักยภาพของแต่ละคน แต่ละครอบครัว

3.การจัดทำ Internet Tambon สำหรับเป็นช่องทางให้ประชาชนได้ขายสินค้าอีกทั้งแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่าน Internet หากมีครบทุกตำบล ก็จะสามารรถเชื่อมโยงความรู้ที่อยากรู้หรือแม้กระทั่งเชื่อมโยงไปถึงผู้ว่าราชการจังหวัดโดยอาจจะสอบถามว่าสิ่งที่ทำนั้นถูกหรือไม่ ซึ่งจะพัฒนาได้ถูกทางและต่อเนื่องนโยบายทุกนโยบายเป็นการสร้างชีวิตใหม่ให้ประชาชนพึ่งตนเองได้ ในอนาคตข้าง

หน้า ถ้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รุดหน้าขึ้นไป ก็สามารถตั้งร้านค้าตัวอย่างของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ซึ่งเรียกว่า Golden Place หรือสุวรรณชาติ ให้เครือข่ายที่จะขายสินค้าทั้งในและนอกประเทศได้

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อผลิตแล้วต้องขายได้ ทำอย่างไรจึงจะขายได้ อยากให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเรียนวิชาการตลาดและต้องเป็นเซลล์แมนในประเทศส่วนนายกรัฐมนตรีเป็นเซลล์แมนขายสินค้าสาขาต่างประเทศ

นอกจากนี้หลักการสำคัญที่จะทำให้นโยบายนี้ประสบความสำเร็จโดยที่ไม่ล้มเหลวและสูญเปล่าเหมือนโครงการสาธารณะอื่น ๆ คือการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญให้ประชาชนรู้สึกรัก และหวงแหนทรัพยากรของตน เห็นว่าเป็นสิ่งมีค่าไม่ใช่ได้มาโดยรัฐหยิบยื่นให้อีกต่อไป อาศัยหลักการคือการให้การสนับสนุนมากกว่าการให้เงินช่วยเหลือ

หลักการของกระบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน แก่ท้องถิ่น เนื่องจากการช่วยเหลือดังกล่าวทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงต้องการให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาชุมชน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์การค้า ท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะนำแนวทางการเกษตรและประมง ในด้านการตลาดเพื่อจะเพิ่มยอดขายอาจตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ

นโยบายหลัก 3 ประการ

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่เลื่องลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว

ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นทรัพยากรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น ให้สอดคล้องเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้าน หรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป

3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี

การสร้างบุคคลที่มีความคิดก้าวไกลมีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กิจกรรมหลัก

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่นภาคเมืองและตลาดโลก

2. ผลิตคิดค้นขึ้นเองได้ในท้องถิ่น

โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชนให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง ทบวง กรม กอง เป็นผู้คอยแนะนำและคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี และการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

ท้องถิ่นนั้นๆ ต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนในระยะยาวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation)

ขั้นตอนการเปิดตัวของแนวคิด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไปสู่การปฏิบัติ

แม้ว่าการคิดค้นจะประสบความสำเร็จว่าควรมีผลิตภัณฑ์อะไรจึงจะเหมาะสมก็ไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จถ้าปราศจากการกระจายสินค้าเหล่านี้ออกสู่ตลาด เพื่อให้การจำหน่ายสินค้าเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องมีกระบวนการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืน จึงขอเสนอขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1

ขั้นตอนของการพัฒนา ต้องมีใจที่จะทำให้ได้เพื่อการนี้อาจจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสเท่าที่จะเป็นไปได้โดยสร้างกระแสว่า ทำไมหมู่บ้านข้างๆ เขาถึงพัฒนาได้หมู่บ้านเราจะต้องทำให้ได้บ้าง ต้องทำด้วยหัวใจที่อยากทำ อยากสู้ ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรมและการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้าง หลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่าตลาดมีความต้องการหรือไม่ โดยทำการสำรวจตลาดทำการวิจัยเพื่อค้นหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง อาจดูจากท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศ ตลอดจนจากต่างประเทศ โดยทำการเลียนแบบดูบ้างว่าในขั้นนี้ควรจัดตั้ง “ ศูนย์แนะนำการเกษตรและประมง ” เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัยด้านเทคนิคการผลิต , การฝึกอบรม , การแนะแนว , ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ขั้นที่ 3

การกระจายสินค้าในการนี้หน่วยงาน ในระดับต่าง ๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาดและทำการวิจัยตลาด รวมทั้งทำการค้าขายด้วย

ขั้นตอนทั้ง 3 ขั้นตอน แสดงด้วยตารางที่ 1 ขั้นตอนการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

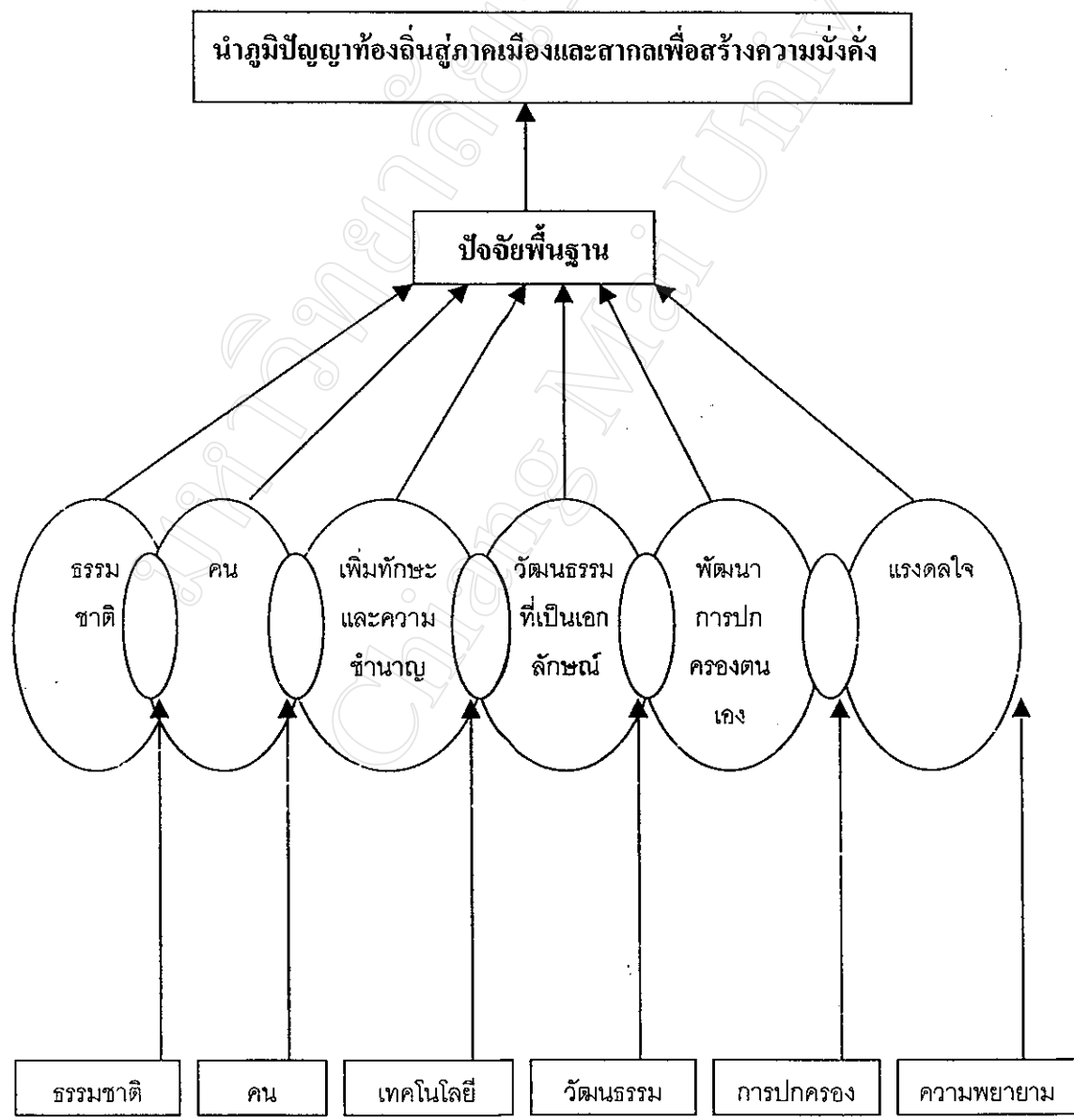
ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

<p>ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้และสร้างสรรค์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● สนับสนุนการสร้างสรรค์และประชาสัมพันธ์ ● เปิดตัวต่อสาธารณะ ● การฝึกอบรม ● การประกาศเกียรติคุณ 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดประชุมระหว่างฝ่ายราชการกับประชาชนในท้องถิ่น ให้ข่าว หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เขียนบทความประชาสัมพันธ์ลงแผ่นพับหนังสือพิมพ์ ● ส่งเยาวชนไปดูงานต่างประเทศ ● มอบรางวัลเกียรติคุณด้านต่าง ๆ
<p>ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● กำหนดผลิตภัณฑ์เป้าหมายและวิธีเป้าหมายและ วิธีการผลิต ● การทำวิจัย ● ผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> ● รายละเอียดผลิตภัณฑ์สอบถามความเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ● ตรวจสอบพฤติกรรมผู้บริโภค ● ตรวจสอบภาพลักษณ์ของท้องถิ่น ● สำรวจความเป็นไปได้ในจังหวัดที่เคยทำ ● สำรวจการกระจายสินค้า / ตลาดวิจัยเทคนิคการผลิตแปรรูป / วิจัยตลาด ● วิจัยการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ ● ขอ ใบอนุญาตผลิต / แปรรูป ประเมินผล ผลิตภัณฑ์ที่ได้ ● กำหนดปริมาณการผลิตเป้าหมาย ● การจัดหาอุปกรณ์การผลิต ● ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในมุมมองต่าง ๆ กัน
<p>ขั้นตอนที่ 3 การกระจายสินค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ● การประเมินความต้องการ (ขนาดตลาด) ● ขาย 	<ul style="list-style-type: none"> ● การใช้โปสเตอร์ ● ชุมขายผลิตภัณฑ์ ● จัดงานแฟร์ ● ใช้สื่อสารมวลชน ● จัดงานแฟร์ด้านการเกษตร ป่าไม้ ประมง ● จัดงานแสดงสินค้า ● ตลาดท้องถิ่น ● ขายส่ง ขายพ่อค้าคนกลาง ● ออกร้านในท้องถิ่น ● ตรวจสอบตลาด อบรมการตลาด

วัตถุประสงค์ของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงสู่เมือง

1. สร้างเสริมและพัฒนาท้องถิ่นให้มั่นคง
 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในทุกกิจกรรม
 3. กิจกรรมครอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่
- ดังภาพที่ 3 แสดงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ภาคเมือง

ภาพที่ 3 แสดงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ภาคเมือง



แนวคิด 5 ประการที่ส่งเสริมนโยบาย

ประการที่ 1 การทำความเข้าใจถึงความหมายของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หมายถึงการให้บริการ การขายบริการ การดูแลอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว การปลูกป่าแล้วให้มีคนไปเที่ยวเชิงอนุรักษ์รวมทั้งการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นสิ่งเหล่านี้คือผลิตภัณฑ์ไม่ใช่สินค้าแต่เพียงอย่างเดียว

ประการที่ 2 เรื่องการตลาดสินค้าและบริการจะต้องเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต้องมีเครื่องหมายรับรอง อาทิเช่น อย. รับรอง และต้องสามารถตรวจสอบให้ได้ว่าในแต่ละเดือน มีสินค้าเข้าสู่ระบบ อย. กี่ชนิดนอกจากการเข้าสู่ระบบ อย. แล้ว ยังสามารถนำเข้าสู่ระบบการจดทะเบียนสิทธิบัตรของกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะถูกต่างชาตินำไปจดทะเบียนสิทธิบัตรได้ ดังนั้นกรมทรัพย์สินทางปัญญาควรให้ความรู้ที่จะมุ่งเข้าสู่ระบบการให้บริการเชิงรุก

ประการที่ 3 ความเชื่อมโยง รัฐบาลควรมีนโยบายอย่างชัดเจนให้กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งละ 1 ล้านบาท กรรมการกองทุนหมู่บ้านควรมีการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ไปสู่หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้จะทำให้เกิดการต่อยอดและเกิดการพัฒนามูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น ๆ

ประการที่ 4 ความเป็นอิสระ ความมีประสิทธิภาพ การเชื่อมโยงและการขยายผล การต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มนั้น แนะนำให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างความคิดในการรักษาภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ที่ระดับภูมิปัญญาให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ในการขยายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดในฐานะเป็นผู้ช่วยนายกรัฐมนตรีย สามารถจัดทำการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อหาแนวทางที่จะให้สินค้าที่ผลิตสามารถขยายผลหรือเชื่อมโยงต่อกันได้ ยกตัวอย่าง การผลิตผ้าขาวม้าทุกตำบล ผลิตอย่างเดียวกันจะทำให้สินค้าขายไม่ได้ ให้คิดต่อไปว่าจะทำอะไรได้อีกที่จะนำผ้าขาวม้ามาทำอย่างอื่นได้ นอกจากนำมาเย็บติดกันเป็นผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูที่นอน ตัดเสื้อ นี่คือการหลากหลายที่จะต้องขยายผลต่อไป ถ้าไม่คิดถึงความเชื่อมโยงการขยายผลก็จะติดอยู่กับที่

ประการที่ 5 การบูรณาการงบประมาณปี 2544 ขณะนี้ มี 16 หน่วยงาน ที่ทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใช้งบประมาณ 500 ล้านบาทราชการจังหวัดเป็นผู้พิจารณาว่าหน่วยงานใดทำเรื่องหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์บ้างบางครั้งอาจพบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกัน

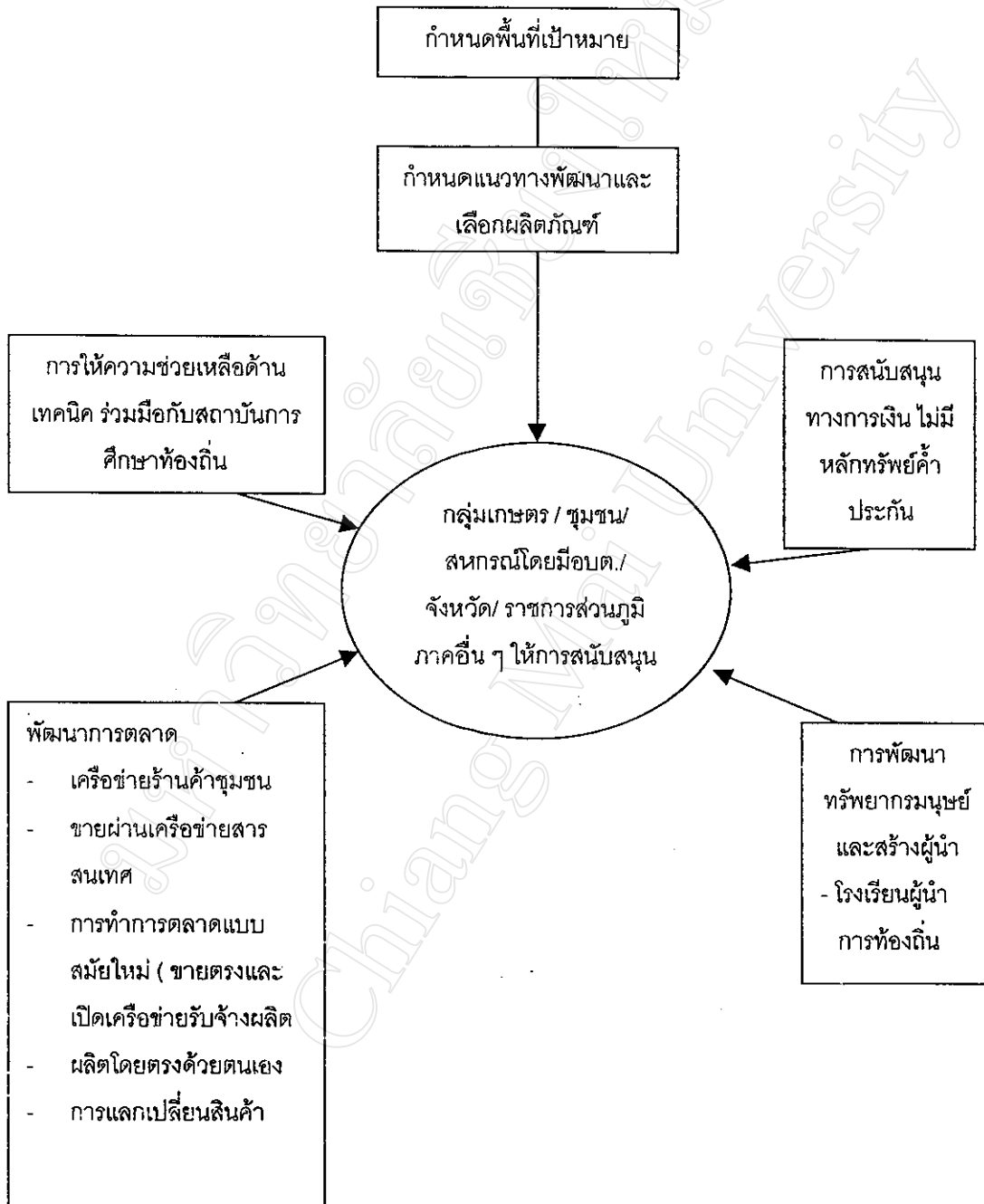
และพื้นที่เดียวกันแต่ต่างท้องที่กันผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละจังหวัดในฐานะหัวหน้าผู้ประสานงานระดับจังหวัดสามารถก่อให้เกิดบูรณาการประสานงานได้ และงานต้องไปสู่เป้าหมายสุดท้ายคือความเป็นชาตินิยมเหมือนกับการบริหารงานของผู้ว่า Oita ที่เริ่มจากท้องถิ่นนิยมแล้วเข้าสู่ชาตินิยม ตัวอย่างที่เห็นชัดว่าผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นจุดเด่น ได้มีหลายประเภทที่แสดงให้เห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งมีค่าสามารถสร้างผลิตภัณฑ์เด่นๆ ขึ้นมาได้เช่น

- ข้าวโพดหวานที่จังหวัดกาญจนบุรีซึ่งผลิตได้มากล้นตลาดหากคนบริโภคและหาตลาดจำหน่ายไม่ได้แต่ในชุมชนมีผู้นำที่มีความรู้ความสามารถคือ ภรรยานายทหารท่านหนึ่งได้คิดค้นการแปรรูปข้าวโพดโดยการนำมาทำนมสดและยังเอาซังไปทำเป็นอาหารสัตว์ เอาเปลือกข้าวโพดมาผูกเป็นริบบิ้นติดกระเช้า

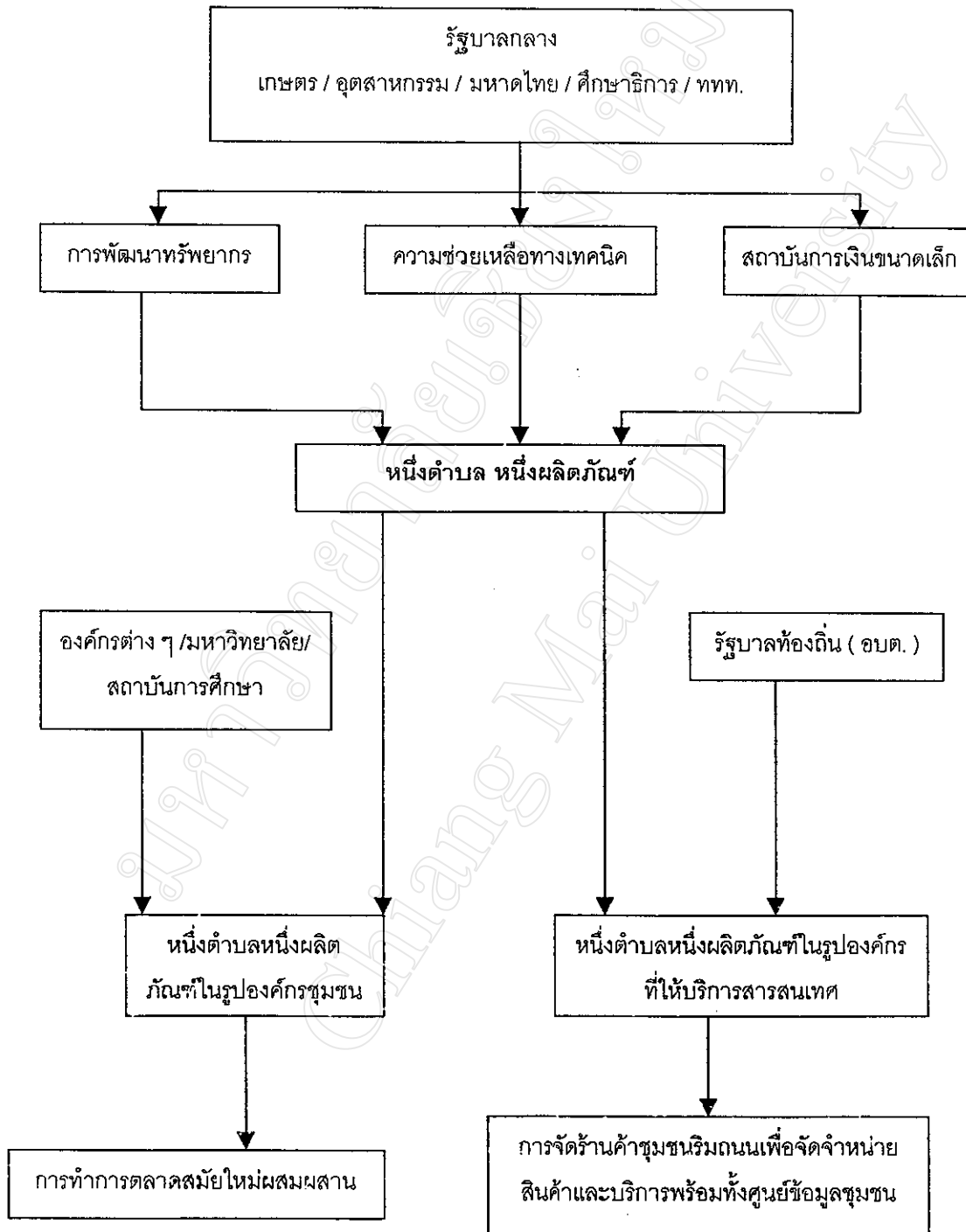
- น้ำมันมะพร้าวที่ประจวบคีรีขันธ์ ชาวบ้านสามารถนำเอาน้ำมันมะพร้าว 20 ส่วน น้ำมันก๊าด 80 ส่วนมาผสมกันทำเป็นน้ำมันดีเซลทำให้เปิด Bio – Desel ที่ป้อนน้ำมันมะพร้าวแห่งหนึ่งแห่งแรกที่ประจวบคีรีขันธ์

จากแนวคิด 5 ประการ ที่ได้นำเสนอไปแล้วสรุปได้ว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือสินค้าและต้องผลิตในท้องถิ่นใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้ประชาชนหรือท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจเองและผลิตภัณฑ์ในที่นี่หมายถึงสินค้ารวมทั้งศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ และจะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องสามารถเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายและจะต้องมีคุณภาพสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ ดังภาพที่ 4 แสดงแนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม และ ภาพที่ 5 แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ของรัฐบาลกลางกับท้องถิ่น

ภาพที่ 4 แสดงแนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม



ภาพที่ 5 แสดง โครงสร้างความสัมพันธ์ของรัฐบาลกลางกับท้องถิ่น



กระบวนการดำเนินงานตามนโยบาย

พลังขับเคลื่อนสำคัญของการดำเนิน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเอง ได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ระบบราชการ
2. บริษัท
3. ผู้นำ
4. องค์กรประชาชน

กระบวนการดำเนินงานปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย

1. ระบบราชการ

เนื่องจากกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้นแทนที่จะเป็นการชี้แนะโดยภาครัฐ ขบวนการนี้เป็นการคิดและทำจากล่างขึ้นบน โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นคนคอยติดตามการขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงานแต่ละจังหวัด อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป

ในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนา ระบบราชการคือตัวจังหวัดเอง เป็นฐานะของระบบการปกครองไม่ให้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่างๆ ไว้รองรับโดยตรงอาจมีเพียงงานเล็กๆ คอยรองรับเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนการติดตามฟื้นฟูท้องถิ่นว่ามีความก้าวหน้าเพียงใด สำนักงานเล็กๆ ของจังหวัดนี้จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผลรวบรวมข่าวสารเท่านั้น

ในระดับตำบลและหมู่บ้าน ตลอดจนองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับล่างเหล่านี้ของจังหวัดเป็นที่เลี้ยงเพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ของโครงการได้อย่างไม่ติดขัด

ภายใต้การดำเนินงานนี้ศูนย์ที่คอยช่วยเหลือเพื่อสอนเทคนิคการผลิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะใช้งบประมาณของหน่วยงานราชการซึ่งในระดับล่างหรือตำบลหมู่บ้านจะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่างๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ

2. บริษัท

ทางจังหวัดต้องการมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อนถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัท ในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบและแก้ปัญหาาร่วมกันกับประชาชนในพื้นที่

3. ผู้นำ

ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนาเช่นนี้พอๆ กับ การจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็งอย่างไรก็ตามผู้นำที่นี้ไม่ได้หมายถึงก้านั้น ผู้ใหญ่บ้านที่เป็นผู้นำในการปกครองเท่านั้นแต่ก็ยังรวมถึงผู้นำทางธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่นๆ เช่น จากสหกรณ์ชาวนา ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานทีอื่นๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการและผู้นำเหล่านี้จะเป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความต้องการเหล่านี้ได้

4. องค์กรประชาชน

ได้แก่สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่างๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ของประชาชนต่างๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐานที่แต่ละฝ่ายเสนอมารวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใดใด เพื่อการผลิตการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ด้านการตลาดเป็นต้น

กระบวนการทำงานมี 2 ระดับคือ

1. กระบวนการระดับล่าง

ระดับตำบล

1. ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แนวคิดหลักการปรัชญาสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานราชการประชาชน เอกชนในระดับตำบล
2. จัดเวทีประชาชนตำบลบนหลักการปรัชญาพื้นฐานการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้สากกล พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นในแต่ละท้องถิ่นเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่นรวมทั้งการคัดเลือกการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของตำบล
3. จัดทำบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ดีเด่นประจำตำบลส่งให้คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับอำเภอ

ระดับอำเภอ

1. คณะทำงานระดับอำเภอประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญาสร้างความเข้าใจ ระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน ในระดับอำเภอ
2. ประชุมจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ แยกประเภทผลิตภัณฑ์ ในระดับอำเภอ เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ที่สามารถขยายตลาดได้ และประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องพัฒนาคุณภาพ

3. บูรณาการงานงบประมาณของส่วนราชการต่างๆ ในพื้นที่
4. จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับอำเภอ
5. จัดส่งบัญชีประเภทผลิตภัณฑ์ดีเด่นในระดับอำเภอและแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับอำเภอ ส่งให้คณะกรรมการ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ระดับจังหวัด

1. คณะทำงานระดับจังหวัดประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญาสร้างความเข้าใจ ระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน ในระดับจังหวัด
2. ประชุม จัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ แยกประเภทผลิตภัณฑ์ ในระดับจังหวัด เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ที่สามารถขยายตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ และประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องพัฒนาคุณภาพ
3. บูรณาการ งบประมาณ กับหน่วยงานราชการ เอกชน ในจังหวัด พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
4. เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของประเภทผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด เพื่อสร้างจุดขายของจังหวัด
5. จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด
6. ส่งบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดแยกประเภทและคุณภาพเรียบร้อยแล้ว พร้อมแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดให้ศูนย์พัฒนาธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในส่วนกลาง

2. กระบวนการระดับบน

คณะกรรมการอำนวยการ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. กำหนดนโยบายการสนับสนุน ส่งเสริมการดำเนินงาน โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดที่สำนักงานศูนย์พัฒนาธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2. ประสานการดำเนินงานและความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยเฉพาะการบูรณาการงบประมาณ การร่วมทุน แนวทางการดำเนินงานกับหน่วยธุรกิจเอกชนเพื่อส่งผลให้เกิดรายได้ต่อประชาชนอย่างแท้จริง

ศูนย์พัฒนาธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในส่วนกลาง

1. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญา สร้างความเข้าใจ ระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชนในระดับส่วนกลาง
2. พิจารณาคัดเลือก และกำหนดผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งมาจาก 75 จังหวัด เพื่อแยกประเภทผลิตภัณฑ์ที่สามารถขยายตลาดได้และผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ต้องพัฒนาคุณภาพ
3. บูรณาการ งบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. จัดทำแผนงานพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด
5. ประสานการดำเนินงานระหว่างคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และคณะทำงานระดับจังหวัด
6. กำหนดแนวทางร่วมทุนระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นไปสู่ตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Chiang Mai University