

บทที่ 3

แนวคิดและหลักการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

เมื่อรัฐบาลได้เข้าบริหารประเทศในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 นั้น ประเทศไทยกำลังเผชิญปัญหาท้าทายสำคัญยิ่ง 2 ประการ คือ ทำอย่างไรประเทศไทยจึงจะสามารถหลุดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจได้ และทำอย่างไรจึงจะสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก รัฐบาลจึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจไทยใหม่ โดยมองภาพอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจไทยอย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ เน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานราก และการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทันภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ด้วยความเชื่อมั่นว่าสังคมไทยยังมีศักยภาพและสามารถพัฒนาขึ้นมาได้ รัฐบาลจึงหาทางที่จะสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระดับฐานราก โดยมีหลักคิดที่จะทำให้ทรัพย์สินที่มีอยู่เป็นทุนในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติทั้งนี้ต้องหาทางเปลี่ยนมุมมองของคนในชุมชน

ให้เห็นว่าสิ่งที่ตนเองมีอยู่นั้นคือ ทรัพย์สินที่มีราคา สามารถเพิ่มรายได้ หากรู้จักจัดการทรัพย์สินนั้นอย่างชาญฉลาด สินทรัพย์ของประชาชนและชุมชนที่มีอยู่ไม่ได้หมายถึง เงินทอง แต่หมายถึงความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ธรรมชาติ ความสงบ วิถีชีวิต พืชผลทางการเกษตรฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นทุนทางสังคมของชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่ได้สร้างสมและสืบทอดมาเป็นสมบัติของทุกคนในชุมชน แต่ขาดการบำรุงรักษาและไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบันและอนาคต ในวันที่สิ่งที่ประเทศไทยจำเป็นต้องทำอย่างยิ่งคือ การบูรณาการภูมิปัญญาเดิมแล้วต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่และองค์ความรู้ใหม่ เพื่อให้พื้นฐานของไทยแข็งแกร่งและดำรงอยู่ได้ต่อไปในโลกแห่งอนาคต ซึ่งโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการในแนวทางดังกล่าว

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต และเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้ จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินคืออยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน นอกจากนี้ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษากฎมัยปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไว้ชีวิตดูดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชน เกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development)

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล อาศัยหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริง ด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้าง กิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความทำทนาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

หลักการของขบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้าน โฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาด ชุมชนท้องถิ่นจะรับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดการขาย หรืออาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการคือ

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผน การตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กิจกรรมหลักที่สำคัญ คือ

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี การคิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น นั่นเอง ประชาชนเป็นผู้นำเอาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ระบบราชการบริหารส่วนท้องถิ่น บริษัท ความมีอยู่ของผู้นำ การรวมกลุ่มของประชาชนเป็นกลุ่มพลังต่างๆ มาสร้างพลังร่วม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการนี้เพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้นแทนที่จะเป็นการขึ้นำโดยภาครัฐ ขบวนการนี้เป็นการคิดและทำจากล่างสู่บน โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตามการขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงาน

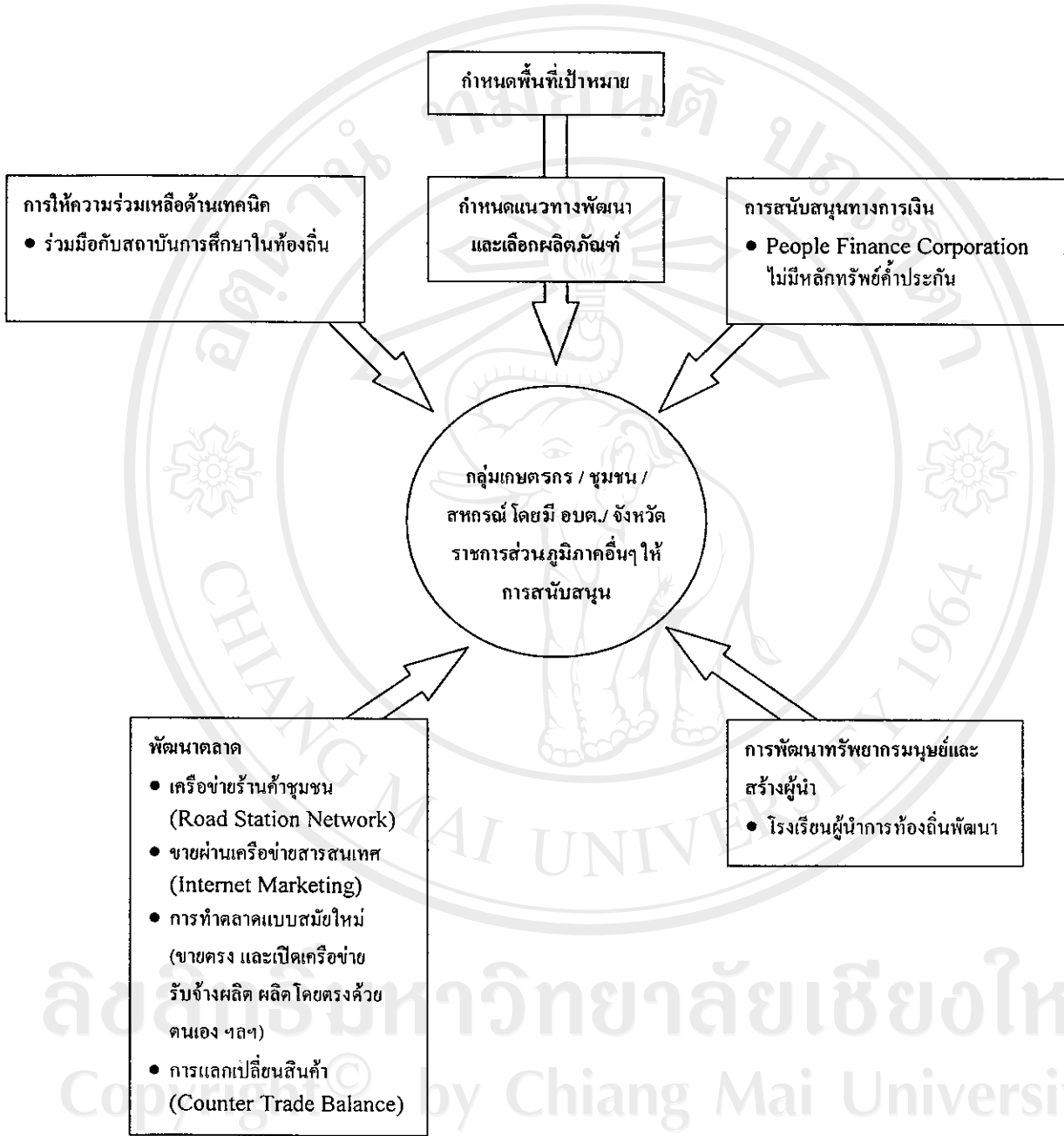
แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป ในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนา ระบบราชการ คือ ตัวจังหวัดเองเป็นฐานของระบบการปกครองไม่ได้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่างๆ ไว้รองรับโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็กๆ คอบรับเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนติดตามการฟื้นฟูท้องถิ่น ว่ามีความก้าวหน้าไปเพียงใด สำนักงานเล็กๆ ของจังหวัดนี้จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผล รวบรวมข้อมูลข่าวสารเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในระดับตำบล และหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารส่วนท้องถิ่น ต่างๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับล่าง เหล่านี้ของจังหวัดเป็นที่เลี้ยงเพื่อ ช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ภายใต้กระบวนการพัฒนาขั้นต่างๆ นี้ ภาคราชการต้องคอยช่วยเหลือเพื่อสอน เทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ นี้ จะใช้งบประมาณของหน่วยราชการซึ่งในระดับล่าง หรือ ตำบลหมู่บ้าน จะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่างๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้คอยให้ความ ช่วยเหลือ

2. *บริษัท* ทางจังหวัดต้องการ การมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบ และ แก้ปัญหาร่วมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

3. *ผู้นำ* ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนาเช่นนี้พอๆ กับการจัดตั้งองค์การที่ เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึง เฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้นำในการปกครอง เท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้นำธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่นๆ เช่น จากสหกรณ์ชาวนา ผู้บริหาร โรงงาน ผู้บริหารสถานที่บริการอื่นๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำ ตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความ ต้องการเหล่านั้นได้

4. *องค์กรประชาชน* ได้แก่ สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่างๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่างๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐาน ที่แต่ละฝ่ายเสนอ มา รวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใดๆ เพื่อการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

แผนภูมิที่ 1 แสดงแนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



ที่มา : หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ปี 2545.

นโยบายรัฐบาล

รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา ว่ารัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต

นโยบายตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้มีนโยบายในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

โดยสรุปนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่แถลงต่อรัฐสภา และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ.2544 เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

การจัดกลไกการบริหาร กระบวนการและโครงสร้างการดำเนินงาน

กอ.นตผ. มีกลไกการบริหารที่เชื่อมโยงกันลงไปถึงในระดับพื้นที่ เพื่อช่วยเหลือการปฏิบัติงานของ กอ.นตผ. ซึ่งตั้งขึ้นแล้วตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกอบด้วยกลไกการบริหารงานดังนี้

1. ส่วนกลาง

1.1 คณะกรรมการ กอ.นตผ. ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงแรงงาน

และสวัสดิการสังคม ปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ผู้อำนวยการสำนักงานประมาณ เลขานุการ คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนไม่เกิน 10 คน โดยมี ปลัดกระทรวงมหาดไทย เป็นกรรมการและเลขานุการ

1.2 คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- คณะอนุกรรมการจัดทำแผนและงบประมาณ
- คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต
- คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์
- คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด
- คณะอนุกรรมการวิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี
- คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์
- คณะอนุกรรมการติดตามและประเมินผล
- คณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์
- คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดและอำเภอ/กิ่งอำเภอ

1.3 สำนักงานอำนวยการ กอ.นคผ. (ที่ทำเนียบรัฐบาล)

ภารกิจหลัก ของกลไกในส่วนกลาง เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” การกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือก และขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งการสนับสนุนเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท

2. ส่วนภูมิภาค

2.1 คณะอนุกรรมการ นคผ.จังหวัด ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|------------------------|
| - ผู้ว่าราชการจังหวัด | ประธานอนุกรรมการ |
| - หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง | อนุกรรมการ |
| - ภาคเอกชน/ผู้ทรงคุณวุฒิ | อนุกรรมการ |
| - พัฒนาการจังหวัด | อนุกรรมการและเลขานุการ |

2.2 คณะอนุกรรมการ นคผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย

- | | |
|--|------------------------|
| - นายอำเภอ/ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอ | ประธานอนุกรรมการ |
| - ผู้แทนส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง | อนุกรรมการ |
| - ภาคเอกชน/ผู้ทรงคุณวุฒิ | อนุกรรมการ |
| - พัฒนาการอำเภอ/กิ่งอำเภอ | อนุกรรมการและเลขานุการ |

ภารกิจหลัก ของกลไกส่วนภูมิภาคเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลต่างๆ เพื่อเสนอต่อ กอ.นตผ. การบูรณาการแผนงานและงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค เพื่อพัฒนาคุณภาพ/มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาดในระดับพื้นที่

ขั้นตอนที่ 1

- ระดับตำบล องค์การบริหารผิชอบ อบต./ท้องถิ่น มีหน้าที่หลักในกระบวนการจัดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุประสงค์ในท้องถิ่นและแผนชุมชน

ขั้นตอนที่ 2

- ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ องค์การบริหารผิชอบ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์เด่นตำบลต่างๆ ของอำเภอ/กิ่งอำเภอ การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

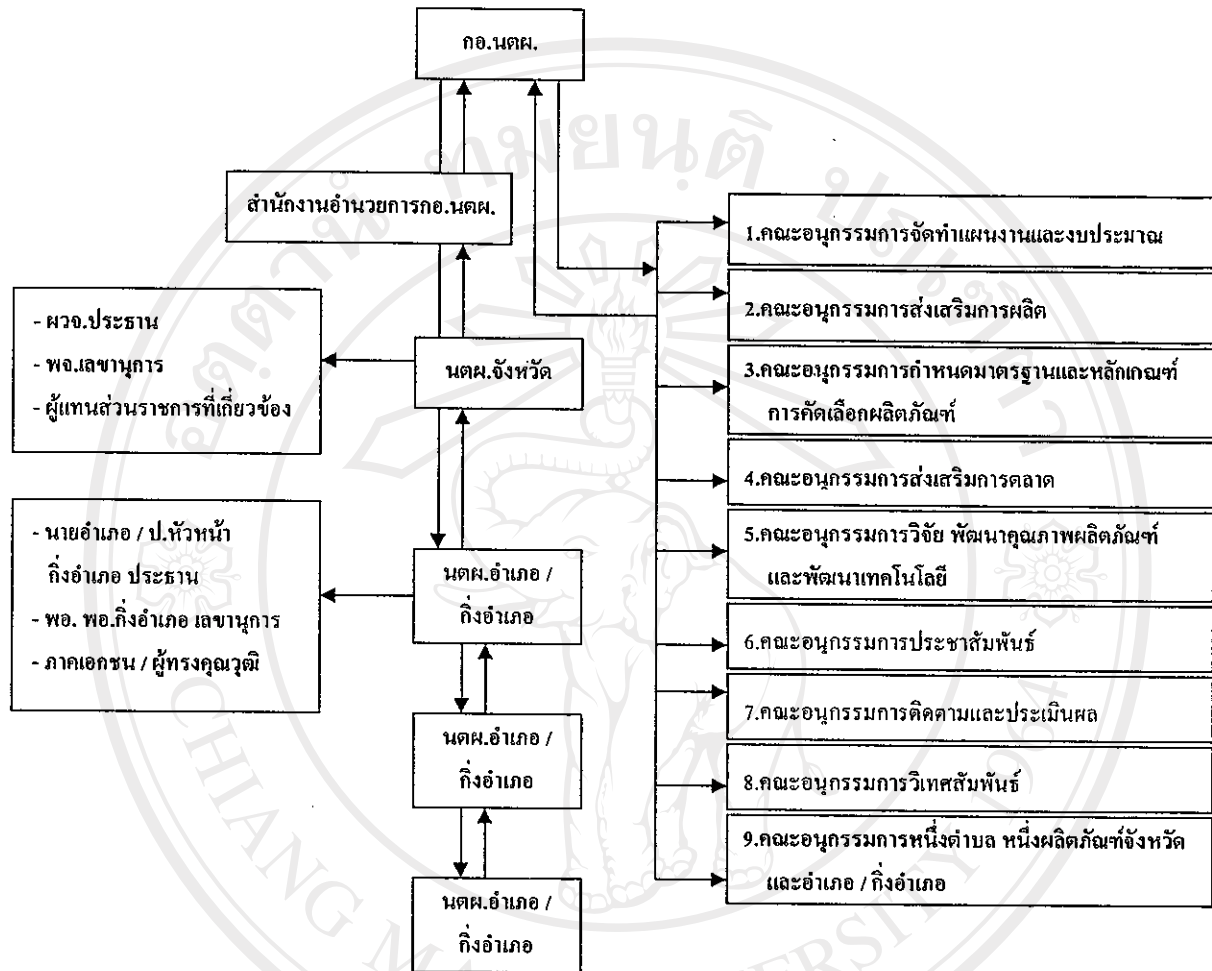
ขั้นตอนที่ 3

- ระดับจังหวัด องค์การบริหารผิชอบ นตผ.จังหวัด มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นอำเภอต่างๆ ของจังหวัด การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 4 และ 5

- ระดับส่วนกลาง องค์การบริหารผิชอบ กอ.นตผ. มีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือก/ขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล และเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท

แผนภูมิที่ 2 กลไกการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”



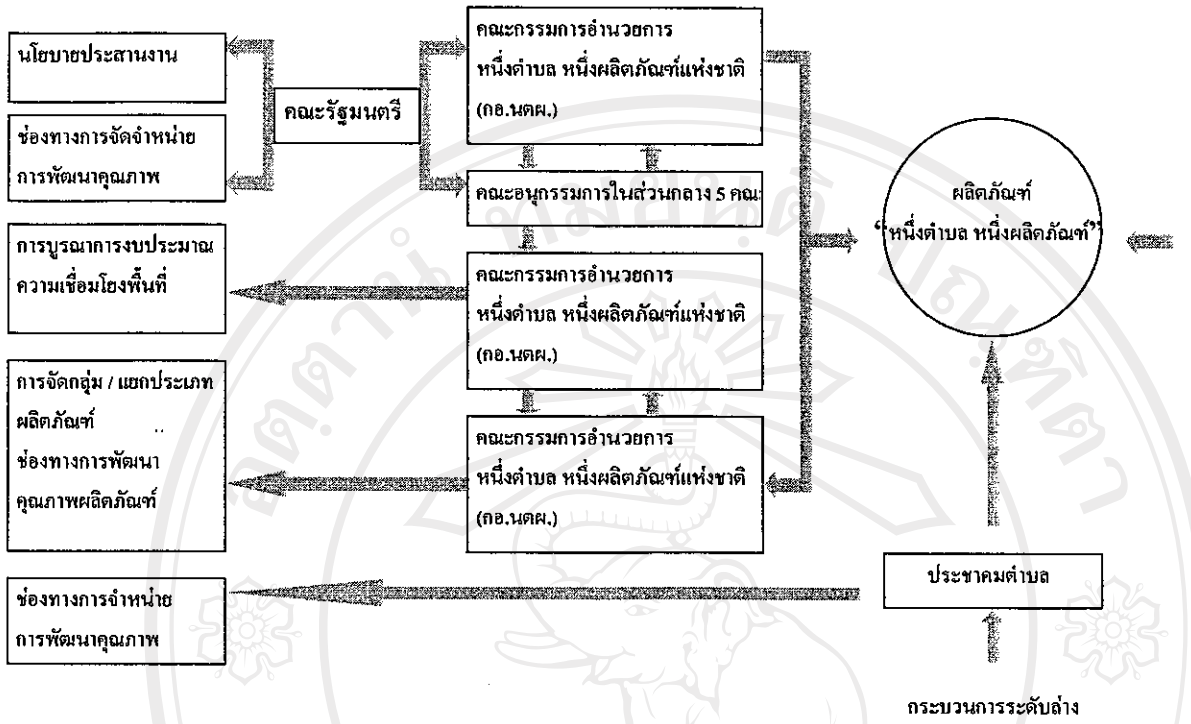
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ที่มา : หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ปี 2545.

บทบาท ภารกิจ ของกระทรวง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

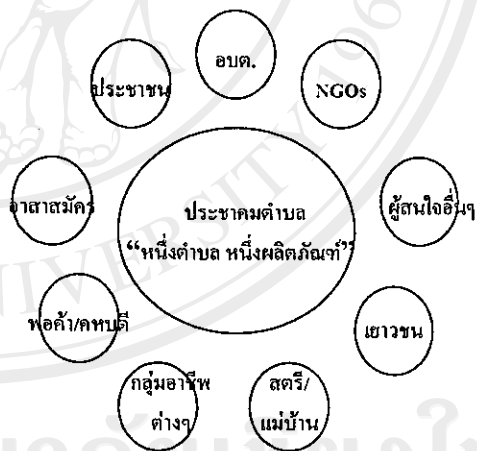
| ที่ | บทบาท / ภารกิจ | หน่วยงานหลัก | หน่วยงานสนับสนุน |
|-----|---|---|---|
| 1 | การประชาสัมพันธ์/ข้อมูลพื้นฐานการเตรียมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มคน/ชุมชน | กระทรวงมหาดไทย (จังหวัดและอำเภอ /กิ่งอำเภอ) | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงานฯ |
| 2 | การส่งเสริมการผลิต/วัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การศึกษาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | กระทรวงเกษตรฯ | กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ |
| 3 | การกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ | กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงแรงงานฯ |
| 4 | การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้า | กระทรวงพาณิชย์ ภาคเอกชน | กระทรวงการต่างประเทศ ททท., NECTEC กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการเกษตรฯ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงคมนาคม |
| 5 | การวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเทคโนโลยี การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ | กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ภาคเอกชน | กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข ทบวงมหาวิทยาลัย สภาวิจัยแห่งชาติ สกว. กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรฯ |
| 6 | การประชาสัมพันธ์ | สำนักนายกรัฐมนตรี | กระทรวงการต่างประเทศ ททท. กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย |
| 7 | การติดตาม การประเมินผล | ภาคเอกชน กระทรวงมหาดไทย สภาพัฒน์ | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ฯ กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ สภาวิจัยแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข |
| 8 | วิเทศสัมพันธ์รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคจากต่างประเทศ สัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน | สำนักนายกรัฐมนตรี | กระทรวงการต่างประเทศ กรมวิเทศสหการ |

แผนภูมิที่ 3 กระบวนการและโครงสร้างการดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”



- หลักการพื้นฐาน 3 ประการ
1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ตลาดสากล
 2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
 3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์

- ประเด็นการจัดประชาคม
1. ความประทับใจของชุมชน/ คิดอย่างสร้างสรรค์
 2. ทรัพยากรท้องถิ่นที่ชุมชนมีอยู่
 3. ศักยภาพ ภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน
 4. ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำกลุ่ม/ เครือข่าย
 5. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ/ ความสามัคคี
 6. ความต้องการของชุมชน
 7. ความเป็นไปได้/ ความต่อเนื่อง
 8. แผนของชุมชนที่เป็นรูปธรรม เน้นรายได้
 9. การติดตามประเมินผลโดยชุมชน



แผนภูมิที่ 3 กระบวนการและโครงสร้างการดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (ต่อ)

ขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้/ประชาสัมพันธ์โครงการ

1) ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน

2) ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญา

3) แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานจังหวัด /อำเภอ ตำบล

4) กำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินงานเน้นหลักการ “บูรณาการ” การทำงาน “พหุพาลิ”

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์

1) คณะทำงานระดับตำบล /อำเภอ /จังหวัด ร่วมจัด ประชาคมตำบล

ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่น ในแต่ละท้องถิ่น

2) คัดเลือก /จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของ ตำบล

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

1) วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

- ด้านการบริการจัดการ

- การแปรรูปผลิตภัณฑ์

- การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ

- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มอก. รหัสสากลฮาลาล

2) สนับสนุนแหล่งเงินทุน

3) ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

4) วิจัยผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การขยายตลาด (กระจายสินค้า)

1) วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายใน ภายนอก ประเทศ

2) วางแผนการขนส่ง จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3) ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อ E-Commerce

4) การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก

5) จัดประกวดผลิตภัณฑ์ มอบประกาศเกียรติคุณ

6) จัดงานมหกรรมสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

7) วิจัยการตลาด

ขั้นตอนที่ 5 การติดตาม / การประเมินผล

1) กำหนดเกณฑ์ชี้วัด และมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

2) ติดตาม ประเมินผล โดยคณะกรรมการจังหวัด /อำเภอ

3) เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่มา : หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ปี 2545.

ขั้นตอนการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (นตผ.)

ขั้นที่ 1 เตรียมการและเผยแพร่ทำความเข้าใจ

- 1.1 กอ.นตผ.อนุมัติหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และส่งหลักเกณฑ์ฯ ให้นตผ.จังหวัด
- 1.2 จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ภาค
- 1.3 จังหวัดจัดการประชุม นตผ.จังหวัด และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อ
 - ชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
 - รวบรวมบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น เพื่อนำไปใช้ในการประกอบการจัดประชาคมตำบล
 - กำหนดแผนการดำเนินงานระดับจังหวัด
 - สร้างทีมวิทยากรระดับจังหวัด เพื่อให้เป็นวิทยากรชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน นตผ.
- 1.4 นตผ.จังหวัด จัดประชุมชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์และแนวทางการดำเนินงานแก่นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ
- 1.5 อำเภอ/กิ่งอำเภอ จัดประชุม นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อ
 1. ชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
 2. กำหนดแผนการดำเนินงานระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ
 3. สร้างทีมวิทยากรระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ เพื่อให้เป็นวิทยากรร่วมกับทีมวิทยากรจังหวัดในการชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน นตผ.

ขั้นที่ 2 การจัดประชาคมตำบล เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.

การจัดประชาคมตำบล ใช้เวลา 1 วัน ดังนี้

- 2.1 การให้การศึกษาแก่ประชาคมตำบล โดยทีมวิทยากรจังหวัดและอำเภอ/กิ่งอำเภอในประเด็นชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วย

1. โครงสร้างกลไก และนโยบายในการดำเนินงาน นตผ.
2. หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ. ตามที่ กอ.นตผ. กำหนด
3. แนวทางการจัดประชาคมตำบลเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.
4. แนวทางการจัดทำแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ นตผ.
5. การติดตามและประเมินผล

2.2 การจัดประชาคมตำบลเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.

1. ประธานประชาคมตำบลดำเนินการจัดประชาคมตำบล

2. ประเด็นพูดคุยในเวทีประชาคม คือ

- ประชาคมตำบลวิเคราะห์ศักยภาพของตำบลที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุน

กิจกรรม นตผ.

- ทำบัญชีรวบรวมผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาศึกษาทบทวนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์

ได้แก่

1. บัญชีผลิตภัณฑ์เดิมของตำบล

2. บัญชีผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ

3. บัญชีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของตำบล

- ประชาคมตำบลใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.ของตำบล

3. ประชาคมตำบลมีมติเห็นชอบผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล

และส่งรายชื่อผลิตภัณฑ์ให้ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ

ขั้นที่ 3 การประเมินตามหลักเกณฑ์

นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประชาคมตำบลแล้ว มาประเมินหาค่าคะแนน และจัดลำดับผลิตภัณฑ์ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอและส่งผลิตภัณฑ์ที่จัดลำดับเรียบร้อยแล้ว ให้นตผ.จังหวัด

ขั้นที่ 4 การให้ความเห็นชอบ

นตผ.จังหวัด พิจารณาจัดลำดับผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด โดยใช้ระดับคะแนนการคัดเลือก ผลิตภัณฑ์ของ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ ประกอบการพิจารณา แล้วส่งบัญชีผลิตภัณฑ์ให้ กอ.นตผ.

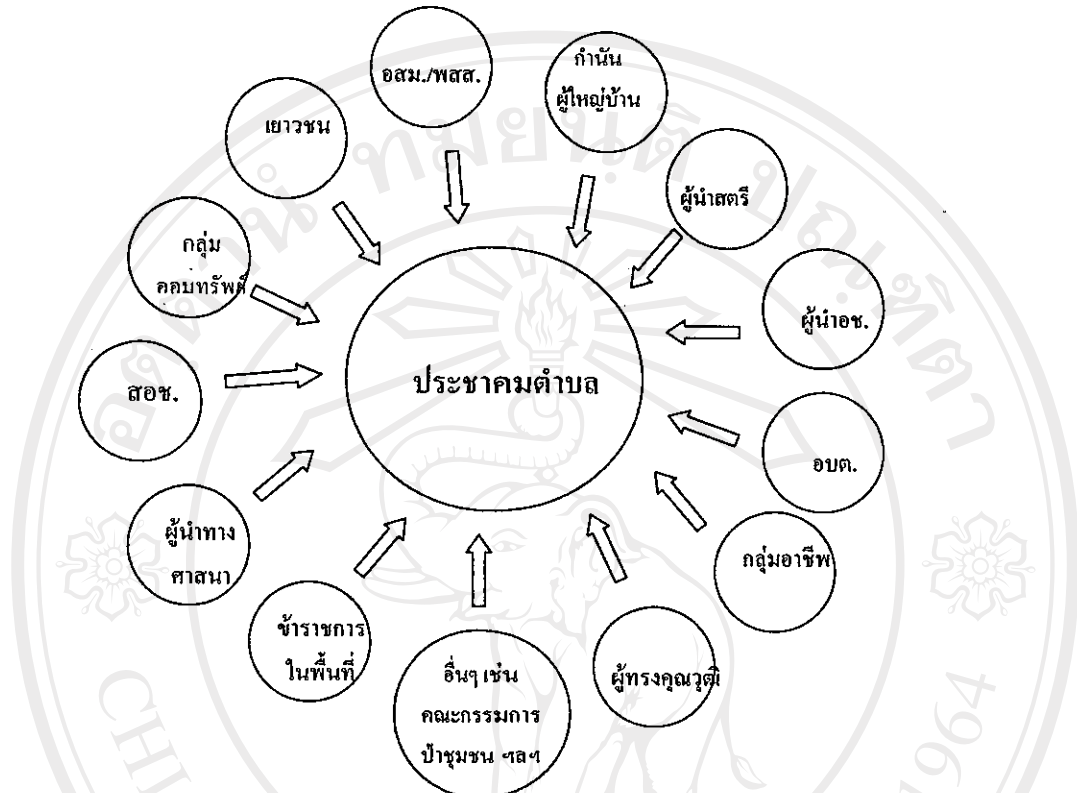
ขั้นที่ 5 การตรวจสอบประเมินผลิตภัณฑ์

5.1 คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฯ แต่งตั้งคณะทำงานฯ จำนวน 4 คณะ เพื่อตรวจสอบ ผลิตภัณฑ์ตามบัญชีผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด ในแต่ละภาค รวม 4 ภาค

5.2 คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฯ ประชุมพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบของ คณะทำงานฯ แล้วเสนอ กอ.นตผ.

5.3 กอ.นตผ. ประกาศขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แผนภูมิที่ 4 ตัวแบบประชาคมตำบล ตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



ที่มา: หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ปี 2545.

แผนแม่บทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (พ.ศ.2545-2549)

คณะกรรมการจัดทำแผนงานและงบประมาณ ซึ่งมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้จัดทำแผนแม่บทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (พ.ศ.2545-2549) โดยแผนแม่บทดังกล่าวได้กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ (Goal)

- 1.1 เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น
- 1.2 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้

2. เป้าหมาย (Purpose)

2.1 เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 1.1 จึงกำหนดเป้าหมายสร้างรายได้ให้ประชาชนในชุมชนและท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้พื้นเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน (มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท/คน/ปี) และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.2 เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2549 สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน จนสามารถพึ่งตนเองได้ร้อยละ 60 ของชุมชน (ตำบล/เทศบาล)ที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศ

3.ยุทธศาสตร์ (Strategies)

- 3.1 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.2 การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ
- 3.3 การเสริมสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาคและท้องถิ่น
- 3.4 การสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพที่เข้มแข็ง
- 3.5 การมีส่วนร่วมของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการผลิตผลิตภัณฑ์
- 3.6 การพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรในท้องถิ่น

ร่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมนโยบายเน้นหนัก หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546

คณะทำงานประสานการดำเนินงาน กอ.นตผ ได้จัดทำร่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมนโยบายเน้นหนักหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยจะนำเสนอขอรับความเห็นชอบจาก กอ.นตผ ในเดือน พฤศจิกายน 2546

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
แนวทางการดำเนินงาน

การดำเนินงานในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้ผลิตภัณฑ์ จะดำเนินงาน โดยเน้นการต่อยอดในเรื่องมาตรฐาน (Standard) รูปแบบ (Design) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ดังนี้

1.1 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพด้านการตลาด (Champion product) โดยการ

- การประกวดผลิตภัณฑ์ดีเด่น

1.2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนในด้านกระบวนการผลิต มาตรฐาน รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ โดยการ

- จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน โดยใช้สถาบันการศึกษาในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและมหาวิทยาลัยรวมทั้งหน่วยงานวิจัยที่มีอยู่แล้วในพื้นที่เป็นศูนย์การเรียนรู้แก่ชุมชนและการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

1.3 การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Grading) โดยการ

- ตรวจสอบและกลั่นกรองผลิตภัณฑ์จาก 75 จังหวัดเพื่อประกาศขึ้นบัญชีเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลต่างๆ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดให้ครบทุกตำบล

1.4 การส่งเสริมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของผู้บริโภค โดยการ

- เร่งรัดดำเนินการเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน อย. หรือ มอก. และอื่นๆ โดยมีเป้าหมายจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน

1.5 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการ

- นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประกาศขึ้นบัญชีและมีศักยภาพด้านการตลาดมาวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างรายได้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2545 ด้วยการส่งเสริมการตลาดแนวทางการดำเนินงาน

2.1 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการ

- จัดงานมหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
- ส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเทศกาลต่างๆ ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของทุกจังหวัด

- พัฒนาและสร้าง ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ส่งเสริมรูปแบบการค้าแบบหักบัญชี

2.2 เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและกระจายสินค้า (Outlets) โดยการ

- ส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ในเรื่องลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรของผลิตภัณฑ์ชุมชน
- จัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคเน้นเมืองหลักและเมืองท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยพัฒนาจากศูนย์ที่ดำเนินการอยู่แล้ว

2.3 ให้มีกลไกบริหารจัดการด้านการตลาด (Trading Firm) สำหรับสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการ

- จัดตั้งบริษัท หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งประเทศไทย (Thai Trade Company) เพื่อประสานงานกับภาคธุรกิจเอกชนในเชิงพาณิชย์ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

2.4 ส่งเสริมระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเผยแพร่และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยการ

- จัดทำเว็บไซต์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

- เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตตำบล และ E-commerce ของกระทรวงต่างๆ

๒๑๓
๖๕๗
เลขหมู่...๔๑.....๐ 362 ๗
๔.๓
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างภาคี / พันธมิตรในการสนับสนุนการดำเนินงาน
แนวทางการดำเนินงาน**

3.1 เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างไทยและต่างประเทศด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการดำเนินงานตามโครงการต่างๆ ดังนี้

- โครงการความร่วมมือด้านวิชาการ ไทย - โออิตะ
- โครงการร่วมมือ ไทย - ญี่ปุ่นด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- โครงการร่วมมือ ไทย - ประเทศอื่นๆ ผ่านเอกอัครราชทูตไทยโดยระบบ

ทูตCEO

3.2 เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยการ

- กำหนดแนวทางความร่วมมือกับหอการค้าไทย และภาคธุรกิจเอกชนในด้านการตลาดและการเพิ่มช่องทางกระจายสินค้า

**ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน
แนวทางการดำเนินงาน**

4.1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่น โดยการ

- จัดเวทีประชาคมให้ครบ 7,255 ตำบล เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล

4.2 เสริมสร้างความสามารถของชุมชนในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ โดยการ

- จัดอบรม สัมมนา แก่กลุ่มผู้ผลิต โดยใช้ศูนย์การเรียนรู้ในแต่ละชุมชน

4.3 สนับสนุนการเพิ่มทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการ

- จัดตั้งกองทุนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในส่วนกลาง เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิต ศูนย์

จำหน่ายผลิตภัณฑ์เยี่ยม โดยปลอดดอกเบี้ย หรือ คิดดอกเบี้ยต่ำ

4.4 ขยายขอบเขตการดำเนินงานตาม โครงการให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและ
กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยการ

- ดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่กรุงเทพ และ ชุมชนเมือง

- ส่งเสริมกลุ่มผู้พิการ ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์

การดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลปัจจุบันเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน
ประกอบด้วย 5 โครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการพักชำระหนี้เกษตรกรรายย่อยเป็นเวลา 3 ปี การจัดตั้ง
กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กองทุนละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในหมู่บ้านและ
ชุมชนเมือง โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เป็นการลดรายจ่ายของประชาชนในการดูแลรักษา
สุขภาพโดยเสียค่าใช้จ่าย 30 บาท ต่อครั้ง การจัดตั้งธนาคารประชาชน เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกใน

การลดการพึ่งพาแหล่งเงินกู้จากระบบ และโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า

การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา เป็นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในด้าน (1) การพัฒนาการเรียนรู้ ด้วยการเปิดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การขยายเครือข่าย การถ่ายทอดความรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้าน (2) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมและขยายเครือข่ายกลุ่มอาชีพที่สอดคล้องกับศักยภาพภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมการทำเกษตรแบบยั่งยืน การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายในต่างประเทศ (3) การปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเหมาะสมและ (5) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ด้วยการส่งเสริมการรวมตัวของชุมชนเพื่อบริหารจัดการชุมชนอย่างสามารถคิดเอง ทำเอง มีระบบ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นหลัก ผลงานที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นการแสดงพลังที่มุ่งมั่น และความเป็นปึกแผ่นในการร่วมมือกันระหว่างประชาชน กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้ผลิต นักธุรกิจผู้ค้าปลีกและผู้ส่งออก ภาคเอกชน ภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ จากทุกภาคส่วน ร่วมกันขับเคลื่อนนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาสู่สากล ทั้งยังส่งผลให้คนไทยตระหนักในคุณค่าความภาคภูมิใจ และกระตุ้นให้เกิดกระแสความนิยมไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้น

ความก้าวหน้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์¹ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น นับว่าประสบผลสำเร็จดีทั้งด้านจำนวนผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีคุณภาพดีขึ้น โดยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครบทุกตำบล มีผลิตภัณฑ์ดีเด่นตามหลักเกณฑ์จำนวน 7,753 ผลิตภัณฑ์ และได้รับเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัดจำนวน 925 ผลิตภัณฑ์ ส่วนการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับชาติมีเพียง 461 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งนับว่ายังมีสัดส่วนน้อย จากการสำรวจพบว่า ในด้านการพัฒนาการตลาด กลุ่มที่ประสบผลสำเร็จด้านการเพิ่มยอดขายและแหล่งจำหน่ายเพิ่มขึ้น มีประมาณร้อยละ 85.2 และร้อยละ 57.6 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมดตามลำดับ ส่วนการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้ายังอยู่ในระดับเริ่มต้น โครงการนี้ยังมีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากขึ้นจากการรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพ การมีเครือข่ายและการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้นประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มทั้งหมด มีงานทำมากกว่าการขยายเวลาการผลิตทั้งหมดขึ้นร้อยละ 5 ขณะเดียวกันชุมชนมีความสามัคคีและเอื้ออาทรต่อกันมากขึ้นและยังช่วยบรรเทาปัญหาทางสังคมอีกทางหนึ่งด้วย

¹ หนังสือพิมพ์มติชน.ปีที่ 26 ฉบับที่ 9245 วันที่ 2 กรกฎาคม 2546 หน้า 2.