



## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร Executive Summary

### 1. วัตถุประสงค์ นโยบายและยุทธศาสตร์ กลไกการดำเนินงาน และการใช้งบประมาณ

**วัตถุประสงค์** โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งเริ่มดำเนินการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน 2) การสร้าง ความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น 3) การส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ 5) การส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

**นโยบายและยุทธศาสตร์** โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาล จึงมีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนในเวลาเดียวกัน กล่าวคือในช่วงที่รัฐบาลซึ่งเป็นผู้ออกนโยบายดังกล่าวนี้บริหารประเทศ ก็มีผลทำให้โครงการได้รับความสำคัญในลำดับสูง ได้รับการจัดสรรทรัพยากรและการดูแลจัดการอย่างเพียงพอ แต่ในทางตรงกันข้าม เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลเป็นอีกด้านหนึ่ง โครงการดังกล่าวก็ไม่ได้ได้รับการสนับสนุน ให้มีความสำคัญ หรือมีการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานไปจากแนวทางเดิม ทั้งนี้ นโยบายและยุทธศาสตร์ โดยรวมคือการส่งเสริมให้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ การสนับสนุนให้มีการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน การส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งทุน การเชื่อมโยงให้สินค้า OTOP สามารถเข้าถึงตลาด และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

**กลไกการดำเนินงาน** กลไกการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือระดับนโยบาย มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ รับผิดชอบ ระดับประสานการเชื่อมโยง เพื่อแปลงนโยบายลงสู่ปฏิบัติ มีคณะกรรมการด้านต่างๆ รับผิดชอบ และระดับปฏิบัติงาน มีหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ

**การใช้จ่ายงบประมาณ** การดำเนินงานตามนโยบาย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2557 มีการใช้งบประมาณไปแล้วทั้งสิ้น 11,816.20 ล้านบาท (ไม่รวมรายจ่ายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) จำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับมีความผันผวนตามการลำดับความสำคัญของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรัฐบาล ดังนั้น การเมืองมีความสำคัญต่อการดำเนินงานนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก

### 2. ผลการดำเนินงานนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

**การสร้างผู้ประกอบการ** จำนวนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีการขยายตัวสูงในช่วงแรกๆ ที่เริ่มต้นของการดำเนินโครงการ ซึ่งมีการสร้างช่องทางตลาดอย่างกว้างขวางและเป็นรูปธรรม แต่หลังจากนั้นมีการขยายตัวเล็กน้อย ณ ปี พ.ศ. 2555 มีผู้ประกอบการจำนวน 36,092 ราย

**จำนวนผลิตภัณฑ์** ในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนรวมทั้งสิ้น 71,739 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตชุมชนจำนวน 47,079 ผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวจำนวน 22,855 ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผู้ผลิต SMEs จำนวน 1,805 ผลิตภัณฑ์ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.63 31.86 และ 2.52 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเมื่อ



พิจารณาแนวโน้มระหว่างปี พ.ศ. 2555 กับปี พ.ศ.2553 พบว่า มีจำนวนลดลง 13,434 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็น  
ลดลงร้อยละ 15.7 โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและกลุ่มผู้ผลิต SMEs มีจำนวนลดลง 3,796 ผลิตภัณฑ์ หรือ  
ลดลงร้อยละ 7.4 และ 3,132 ผลิตภัณฑ์หรือลดลงร้อยละ 63.4 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว  
มีการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้น 1,791 ผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5

**การกระจายตัวของผู้ประกอบการ** จำนวนผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนกับ  
กรมการพัฒนาชุมชนในแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งอาจมีปัจจัยบางประการที่มีผลกระทบต่อ  
การเกิดผู้ประกอบการและการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด นอกจากนี้ ข้อมูลใน  
ระดับจังหวัด บ่งชี้ว่าผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตรายเดียวเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญใน  
การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในทุกๆ พื้นที่จังหวัด ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs มี  
การกระจุกตัว 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา

**มาตรฐานและการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์** สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (สมอ.) อุตสาหกรรมได้  
จัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) โดยมีมาตรฐานที่ผู้ประกอบการสามารถยื่นขอการรับรองได้รวมทั้งสิ้น  
1,469 มาตรฐาน ในช่วงปี พ.ศ. 2546 – 2557 สมอ. ดำเนินการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีคุณสมบัติตาม  
มาตรฐาน มผช. รวม 60,490 ฉบับ (ผลิตภัณฑ์) โดยช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 มีการยื่นขอการรับรองและได้รับ  
การรับรองมากกว่า 8,000 ฉบับ/ปี แต่หลังจากนั้นมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

**สถานภาพของทรัพย์สินทางปัญญา** ณ ปี พ.ศ. 2557 ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
รวมทั้งประเทศ มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญารวมทั้งหมด เท่ากับ 6,961 รายการ ในจำนวนนี้ เป็น  
การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามากที่สุด จำนวน 4,843 รายการ (ร้อยละ 69.57) รองลงไปเป็นการจด  
ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น เท่ากับ 1,055 รายการ (ร้อยละ 15.16) ส่วนทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่นๆ เช่น  
ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า อนุสิทธิบัตร และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังมีจำนวนการจดทะเบียนไม่มากนัก  
คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.19 2.63 2.15 และ 2.03 ตามลำดับ สำหรับในส่วนของทรัพย์สินทางปัญญา  
ประเภทสิทธิบัตรการประดิษฐ์และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มี  
ความสำคัญค่อนข้างมากนั้น ในส่วนของการผลิตสินค้า OTOP ยังมีการจดทะเบียนน้อยมาก คิดเป็นสัดส่วน  
เพียงร้อยละ 0.65 และ 1.78 ของจำนวนการจดทะเบียนทั้งหมดเท่านั้น

**รายได้** ในช่วงปี พ.ศ.2545-2556 มียอดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP รวมทั้งสิ้น  
736,878.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยสะสมร้อยละ 5.86 ต่อปี โดยรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP  
ในปี พ.ศ. 2556 สูงกว่าปี พ.ศ. 2545 จำนวน 70,269.31 ล้านบาท หรืออีกนัยหนึ่งในช่วง 11 ปี ของโครงการ  
OTOP มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้นประมาณ 5.20 เท่า

**การจ้างงาน** ในปี พ.ศ. 2557 ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจ้างงานทั้งหมด 37,086 คน  
มีการจ้างงานเฉลี่ยประมาณ 1 คนต่อรายเท่านั้น และค่าเฉลี่ยดังกล่าวไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่าง  
จังหวัดต่างๆ

**การจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้กับชาวต่างประเทศ** ในปีงบประมาณ  
พ.ศ. 2556 มีรายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์ฯ ไปจำหน่ายต่างประเทศ จำนวน 10,172.11 ล้านบาท หรือ  
คิดเป็นร้อยละ 11.69 ของรายได้รวม ในขณะที่มีรายได้จากการจำหน่ายให้คนไทย 76,812.04 ล้านบาท



(ร้อยละ 88.31) โดยกลุ่มสินค้า OTOP ที่มียอดรายได้สูงสุด ได้แก่ สินค้ากลุ่มอาหาร รองลงมาได้แก่ กลุ่มของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย

การดำเนินงานพัฒนาเครือข่าย ณ ปี พ.ศ.2555 มีเครือข่ายผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 959 เครือข่าย ประกอบด้วยเครือข่ายระดับอำเภอ 878 อำเภอ ระดับจังหวัด 76 จังหวัด ระดับภาค 4 ภาค และระดับประเทศ 1 เครือข่าย ปัญหาที่สำคัญของการสร้างเครือข่ายคือ คณะกรรมการเครือข่ายส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการเครือข่าย มักมีปัญหาคความขัดแย้งกันภายใน ปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดกฎเกณฑ์และรูปแบบการดำเนินงานที่ยังไม่ชัดเจน

### 3. การประเมินผลการดำเนินงานนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลสำเร็จของการดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม โดยพิจารณาจากค่าของตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้น พบว่าประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ในระดับปานกลาง ทั้งในด้าน การสนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้แก่ชุมชน การสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น การส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ผลการพัฒนาที่ได้ในปัจจุบันอาจจะยังไม่มีความยั่งยืนที่แท้จริงมากนัก เมื่อใดก็ตามที่งบประมาณเพื่อดำเนินการตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ลดลง รายได้ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ก็อาจจะลดลงตาม

### 4. การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

#### 4.1 จุดอ่อน

##### ด้านนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

1) เนื่องจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยพรรคการเมือง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจึงมีผลกระทบต่อนโยบาย ยุทธศาสตร์ และงบประมาณ ทำให้การพัฒนาขาดความต่อเนื่องในบางช่วงเวลา

2) การบูรณาการเพื่อพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของหน่วยงานยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งระหว่างหน่วยงานส่วนกลางด้วยกันเอง หน่วยงานส่วนกลางกับหน่วยงานในพื้นที่หรือจังหวัดหรือระหว่างหน่วยงานภายในพื้นที่หรือจังหวัดเดียวกัน

3) ยุทธศาสตร์และแผนงานต่างๆ ไม่ได้ถูกนำไปปฏิบัติอย่างครบถ้วน รวมทั้งไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาได้ครอบคลุมทุกด้านที่กำหนดไว้

4) ขาดการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการกำหนดให้เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานใด เพื่อใช้สำหรับการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานว่าบรรลุตามตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาหรือไม่

5) การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มักจะขาดการวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนา



6) การคัดเลือกและการดำเนินโครงการต่างๆ ในระดับจังหวัด ส่วนใหญ่ขาดการกำหนดกลยุทธ์ และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการต่างๆ ไปของผู้ประกอบการมากกว่า การพิจารณาถึงความต้องการที่แท้จริง

7) บุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีจำกัดและมีภาระงานตามหน้าที่ของหน่วยงาน ทำให้ไม่สามารถดูแลกิจกรรมได้อย่างเต็มที่และต่อเนื่อง

#### ด้านผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1) กลุ่มผู้ประกอบการใหม่บางส่วนเน้นขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์จากภาครัฐ แต่ไม่สนใจเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนากิจการให้ดีขึ้น

2) ผู้ประกอบการไม่สามารถวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาดได้เอง และไม่มีผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลือ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด และมักพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามใจตัวเองโดยไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาด

3) ผู้ประกอบการจำนวนมากเป็นชาวบ้านที่ขาดองค์ความรู้และศักยภาพในด้านการทำธุรกิจ ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้อย่างล่าช้า

#### 4.2 จุดแข็ง

1) มีผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนมากที่มีศักยภาพด้านการผลิต

2) มีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลายจำนวนมาก และมีจำนวนมากที่เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

3) การพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานต่างๆ มีความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ และฐานข้อมูลผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนา

#### 4.3 โอกาส

1) ผู้บริโภครู้จักและยอมรับในคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับหนึ่ง ทำให้มีตลาดรองรับที่ค่อนข้างกว้างขวาง

2) ในท้องถิ่นและชุมชนต่างๆ มีภูมิปัญญาจำนวนมากที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้ชัดเจน

3) การเติบโตอย่างรวดเร็วของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งจากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงถึง 24.7 ล้านคน และมีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศอีก 166.9 ล้านคน-ครั้ง ตลาดนักท่องเที่ยวจึงเป็นตลาดสำคัญที่รองรับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4) ความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตและระบบโทรศัพท์มือถือทำให้เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งมีข้อจำกัดด้านการตลาด สามารถเข้าถึงผู้บริโภคง่ายขึ้น โดยการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์และจำหน่ายในรูปแบบ e-Commerce



#### 4.4 อุปสรรค

- 1) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่รองรับนโยบายจากทั้งระดับประเทศ จังหวัด อำเภอ ตำบล ซึ่งได้ดำเนินการในเรื่องการส่งเสริมการให้ความรู้ แต่การสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ มีข้อจำกัดในการดำเนินการ เนื่องจากสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินได้ตีความว่าไม่ใช่อำนาจหน้าที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น
- 2) การนำสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มาใช้ในธุรกิจต่างๆ ของพื้นที่ยังมีน้อยมาก และหากมีการสั่งสินค้าเพิ่มในปริมาณมากก็ไม่สามารถผลิตได้ เนื่องจากติดปัญหากำลังการผลิตต่ำ
- 3) ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แม้กระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4-5 ดาวก็ไม่สามารถส่งออกได้ เนื่องจากขั้นตอนการส่งออกยุ่งยากสำหรับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออกของแต่ละประเทศยังคงมีหลายมาตรฐาน รวมถึงการขาดแหล่งเงินทุนในการผลิตสินค้าจำนวนมากๆ เพื่อส่งออก
- 4) การปรับค่าแรงขั้นต่ำสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สูงขึ้น สินค้าไม่สามารถแข่งขันได้ และประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากส่วนหนึ่งหันไปรับจ้างในภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรมและบริการซึ่งมีรายได้ดีกว่า

#### 5. ข้อเสนอแนะ

##### 5.1 การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับแผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด มี 3 แนวทางดังนี้ (เลือกแนวทางใดแนวทางหนึ่ง)

- 1) การนำแผนงานและหรือโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จังหวัดต้องดำเนินการเป็นประจำอยู่แล้วไปผนวกไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด หรือมอบให้จังหวัดไปดำเนินการภายใต้แผนของจังหวัด วิธีการนี้มีข้อดีคือ ทำให้นโยบายหรือโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีการดำเนินการในทุกพื้นที่
- 2) การกำหนดให้การจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดในทุกจังหวัดจะต้องมีแผนงานการส่งเสริมและพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และหรือวิสาหกิจชุมชนไว้ด้วยเสมอ ซึ่งแนวทางนี้ต่างจากแนวทางแรก ที่จังหวัดมีอิสระที่จะกำหนดแนวทางเองที่เหมาะสมโดยไม่จำเป็นต้องเอาแผนงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดทำโดยส่วนกลางมาดำเนินการ
- 3) การกำหนดเป็นแผนงาน/โครงการที่ต้องทำร่วมกันทั้งภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และแผนพัฒนาจังหวัด ข้อดีของแนวทางนี้คือ ก่อให้เกิดการใช้งบประมาณร่วมกันที่คุ้มค่า และสามารถนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเดียวกัน



## 5.2 แนวทางการสร้างกลไกเพื่อให้เกิดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1) ควรสร้างศูนย์คลังความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน ในระดับพื้นที่ เพื่อเป็นแหล่งสะสมองค์ความรู้ท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ และกระจายความรู้ไปยังผู้ที่สนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในท้องถิ่น

2) องค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นความรู้จากบรรพบุรุษที่สั่งสมกันมานานและถ่ายทอดกันเฉพาะภายในครอบครัว และเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าสูง นั้น ควรหาทางให้มีการสืบทอดต่อเนื่องกันไปยังสมาชิกอื่นๆ ในครอบครัว หรือในกรณีไม่มีผู้ประสงค์สืบทอด ภาครัฐควรมีการซื้อสิทธิบัตรและรวบรวมไว้ในคลังความรู้เพื่อเผยแพร่ต่อไป

3) ควรส่งเสริมการจดสิทธิบัตรของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการปรับปรุงรูปแบบ วิธีการที่เหมาะสมและสะดวกรวดเร็วในการจดทะเบียน

4) ควรมีการสนับสนุนเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับองค์ความรู้สมัยใหม่เพื่อพัฒนาสินค้าที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์บนพื้นฐานของภูมิปัญญา

## 5.3 แนวทางการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

### 5.3.1 การปรับปรุงกลไกการบริการและดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

#### 1) ระดับนโยบาย

1.1) ควรมีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เชื่อมโยงกับแผนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยให้ทุกหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ภาคธุรกิจและผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผน ทั้งนี้แผนแม่บทที่จัดทำขึ้นควรเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อมีมติเห็นชอบและกำหนดให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติ

1.2) กอ.นตผ. ควรมีบทบาทและหน้าที่ที่แท้จริงในการอนุมัติแผนงาน โครงการที่ต้องเป็นไปตามแผนแม่บทการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการอนุมัติงบประมาณ การยกเลิก ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงการได้ตามความเหมาะสม

1.3) เพิ่มบทบาทหน้าที่ของฝ่ายเลขานุการของ กอ.นตผ. ที่จะต้องมีการทำงานเชิงลึกทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยควรจัดตั้งสำนักประสานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาอย่างเป็นทางการเพื่อทำหน้าที่บูรณาการการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

#### 2) ระดับประสานแผนปฏิบัติการ

2.1) กำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการประจำปี ทั้งนี้ให้ กอ.นตผ. กำหนดให้หน่วยงานที่เสนอขอใช้งบประมาณเพื่อดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มายังฝ่ายเลขานุการฯ จะต้องดำเนินโครงการที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ และสำนักงบประมาณควรกำหนดให้หน่วยงานที่มีภารกิจประจำที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา



หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ของงบประมาณผ่าน กอ.นตผ. จะต้องดำเนินโครงการให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแผนแม่บทการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.2) กำหนดให้ฝ่ายเลขานุการของ กอ.นตผ. มีบทบาทในการเป็นหน่วยงานหลักในการประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนปฏิบัติ โดยรายงานให้ กอ.นตผ. ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ และผลการดำเนินงานของโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณดำเนินการ รวมทั้งการรายงานตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการแต่ละชุด

### 3) ระดับปฏิบัติงาน

3.1) ควรกำหนดให้มีหน่วยงานกลางในระดับจังหวัด (เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด) เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ประสานการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด รวมทั้งการประสานกับหน่วยงานกลางที่ดำเนินโครงการ/กิจกรรมในจังหวัด เพื่อให้การดำเนินงานของทุกหน่วยงานขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันและลดความซ้ำซ้อน

3.2) เพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของ นตผ. จังหวัด และ นตผ. อำเภอ/กิ่งอำเภอ ทั้งการพัฒนาบุคลากรและงบประมาณที่เหมาะสม รวมทั้งการเพิ่มอำนาจในการตรวจติดตามการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของหน่วยงานต่างๆในระดับพื้นที่ ทั้งนี้ กอ.นตผ. ควรมีบทบาทในการเข้าไปกำกับติดตามการดำเนินงานของ นตผ. จังหวัด และ นตผ. อำเภอ/กิ่งอำเภออย่างใกล้ชิด รวมทั้งการจัดงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงาน

3.3) ควรจัดตั้งหน่วยงานหรือศูนย์บริการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ครอบคลุม มีหน้าที่หลัก เช่น การช่วยผู้ประกอบการ OTOP ในการวิเคราะห์และประเมินสภาพปัญหาและร่วมกำหนดแนวทางแก้ไข การให้บริการคำแนะนำปรึกษาต่างๆ ไปในเบื้องต้น และการเชื่อมโยงบริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้ประกอบการ

#### 5.3.2 การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1) ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางสำหรับการบริหารหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยข้อมูลแผนงาน โครงการ และกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนา ที่อยู่ในแผนปฏิบัติการ รายละเอียดข้อมูลโครงการและกิจกรรมที่หน่วยงานต่างๆ ดำเนินการ รวมทั้งให้หน่วยงานต่างๆ รายงานผลการดำเนินการผ่านระบบทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถติดตามการดำเนินงานของทุกหน่วยงานได้อย่างใกล้ชิด และระบบนี้ควรมีข้อมูลตัวชี้วัดที่จำเป็นสำหรับการบริหารงาน เพื่อให้ กอ.นตผ. และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้ามาติดตามการดำเนินงานการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

2) ระบบฐานข้อมูลการจดทะเบียนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้พัฒนาเป็นระบบที่สามารถเก็บรายละเอียดข้อมูลผู้จดทะเบียน รวมทั้งสามารถประเมินเพื่อจัดกลุ่มผู้ประกอบการนั้น ควรเป็นฐานข้อมูลที่มีลักษณะของฐานการจดทะเบียนถาวร ไม่ควรเริ่มต้นจดทะเบียนใหม่ทุก 2 ปี เพื่อให้สามารถติดตามการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และระบบฐานข้อมูลดังกล่าวควรมีรายละเอียดการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน เป็นต้น รวมทั้งความต้องการความช่วยเหลือ ตลอดจนจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และรายละเอียดของผลิตภัณฑ์



ที่ผลิต เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่หน่วยงานอื่นที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนา สามารถเข้ามา  
คัดสรรกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมโครงการได้สะดวกรวดเร็วและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3) พัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการตลาด โดยระบบฐานข้อมูลควมมีรายละเอียดเกี่ยวกับ  
ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งมีการจำแนกหมวดหมู่และสถานที่ตั้งอย่างชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวก  
สะดวกแก่ผู้ผลิตในการปรับปรุงข้อมูล (update) ผลิตภัณฑ์ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการค้า รวมถึง  
การแสดงความต้องการ เช่น ต้องการหาผู้แทนจำหน่าย หาผู้ร่วมธุรกิจ เป็นต้น

4) จัดทำระบบฐานข้อมูลเฉพาะด้านเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
เช่น ศูนย์ข้อมูลงานวิจัย ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น และให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานราชการ  
ผู้ประกอบการ นักวิชาการ และประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเชิงลึก

5) พัฒนาระบบศูนย์ความรู้และข้อมูลข่าวสาร OTOP (OTOP Knowledge Center หรือ  
OTOP KC) ซึ่งอย่างน้อยควรประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้ (1) ส่วนที่เป็นระบบที่รวบรวมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา  
OTOP (2) ส่วนที่เป็นสื่อสำหรับฝึกอบรมที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปเรียนรู้ด้วยตนเอง (3) ส่วนที่เป็นเวที  
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยกัน เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
และผู้สนใจอื่นๆ (4) ส่วนที่เป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ที่จัด  
โดยหน่วยงานต่างๆ (5) ส่วนที่เป็นคลินิก เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรึกษาปัญหาผ่านทางระบบออนไลน์

### 5.3.3 การพัฒนาศักยภาพการประกอบการ

1) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนการสร้าง  
ความรู้ความเข้าใจในการทำงานเป็นกลุ่ม และการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้นำกลุ่ม

2) ควรสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย โดยการพัฒนาระบบการคัดสรรผู้นำเครือข่าย/  
คณะกรรมการเครือข่าย การเสริมสร้างศักยภาพผู้นำ/คณะกรรมการเครือข่าย การกำหนดบทบาทหน้าที่ของ  
เครือข่าย การบริหารจัดการเครือข่ายอย่างยั่งยืน ฯลฯ ซึ่งสามารถดำเนินการผ่านกระบวนการอบรม ศึกษา  
ดูงานเครือข่ายต้นแบบ จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาเครือข่ายเพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา/ที่ปรึกษาในการพัฒนา  
เครือข่ายให้เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งและยั่งยืน

3) การพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรดำเนินการโดยการร่วมมือกับ  
หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านจัดทำโครงการพัฒนาแบบบูรณาการ โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของ  
แต่ละหน่วยงานให้ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินโครงการ/กิจกรรมทั้งหมดเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

### 5.3.4 การสร้างโอกาสทางการตลาด

1) จัดให้มีตลาดสินค้าชุมชนในชุมชนต่างๆ โดยเฉพาะชุมชนเมือง ซึ่งมีผู้อยู่อาศัยหนาแน่น  
และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในชุมชนมีโอกาสนำสินค้าไปจำหน่าย

2) จัดทำร้านค้าชุมชน OTOP โดยให้ชุมชนที่มีศักยภาพแห่งใดแห่งหนึ่งหรือหลายแห่งที่มี  
ศักยภาพรวมตัวกันในการสร้างร้านค้าชุมชนเพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของชุมชน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ  
จะต้องช่วยเป็นที่ปรึกษาหรือจัดหาที่ปรึกษาคอยช่วยเหลือแนะนำการประกอบการของร้านค้าชุมชนและ  
วางระบบเพื่อให้สามารถพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน



- 3) จัดหาสถานที่ของหน่วยราชการที่อยู่ในชุมชนหรือที่มีผู้มาติดต่อราชการจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย
- 4) สร้างความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าในจังหวัดในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีพื้นที่สำหรับการจำหน่ายสินค้า โดยไม่คิดค่าเช่าหรือคิดในอัตราถูกเป็นพิเศษ
- 5) จัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประจำจังหวัด เพื่อให้เป็นสถานที่จัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เด่นๆ และเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า OTOP ของจังหวัด โดยศูนย์ฯ ที่จัดตั้งขึ้นควรเกิดจากการบูรณาการของหน่วยงานราชการ โดยวางระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- 6) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับการท่องเที่ยว โดยการสร้างความร่วมมือกับเจ้าของหรือผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ในพื้นที่ในการจัดหาพื้นที่สำหรับให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นำสินค้าไปจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
- 7) สร้างความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยการร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว ในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 8) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จัดทำเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าในรูปแบบของ e-Commerce เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด
- 9) จัดทำเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายในรูปแบบของ e-Commerce ของจังหวัด โดยคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่โดดเด่นและน่าสนใจ เพื่อมุ่งจำหน่ายให้กับชาวต่างประเทศ โดยเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นนี้ควรทำเป็นหลากหลายภาษา และมีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวหรือเว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวนิยมค้นหาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว
- 10) ส่งเสริมให้มีการผลิตนักรถตลาดหรือผู้ค้าสินค้า OTOP หรือ OTOP Trader เพื่อทำธุรกิจจำหน่ายสินค้า OTOP เพื่อจะได้มาเติมเต็มสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีศักยภาพด้านการตลาด
- 11) เพิ่มอุปสงค์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยหน่วยงานภาครัฐช่วยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนเพื่อนำมาเป็นของที่ระลึกหรือของใช้ให้กับหน่วยงานราชการ เช่น การใช้ผ้าทอพื้นเมืองจากกลุ่มผู้ประกอบการภายในจังหวัด เป็นต้น
- 12) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในจังหวัด เช่น ร้านอาหาร โรงแรม สถานบริการ เป็นต้น ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับการให้บริการแก่ลูกค้า
- 13) สร้างตราสินค้า OTOP ให้โดดเด่นและแตกต่างจากสินค้า OTOP ทั่วไป โดยพัฒนาระบบการจัดการจัดดาวให้เข้มข้น โดยกำหนดให้สินค้า OTOP ที่ได้รับดาวมี 4 ระดับ คือ OTOP 3 ดาว OTOP 4 ดาว OTOP 5 ดาว และ OTOP Premium