

พช. พัฒนาชุมชน |

ทิศทางต่อไปของ "OTOP" สร้างศักยภาพและมาตรฐานอย่างยั่งยืน



ในแผนการทำงานของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ปี 2560 ซึ่งดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2560 – 2564 ที่สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาประเทศในระยะยาว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 รวมถึงนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้น

หนึ่งในปัจจัยเป้าหมายที่ขับเคลื่อนด้วยกลไกประชารัฐ ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงคือโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” ซึ่งมีวิสัยทัศน์หลักในการทำงานคือ เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และแสวงหาช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น

OTOP เป็นชื่อที่เราคุ้นหูกันอยู่แล้ว ทั้งนี้ "อภิชาติ โตดิลกเวชช์" อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กล่าวว่า "เป้าหมายสูงสุดของการดำเนินงานทั้งหมดคือต้องการให้เศรษฐกิจฐานราก มั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564" นั้น เป้าหมายสำคัญของ OTOPT จึงเป็นการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนราวสี่หมื่นกลุ่มให้เป็นห้าหมื่นกลุ่ม และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เหล่านี้ขึ้นมาให้ได้

"ยอดรวมของ OTOPT สูงขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี ในปี 2558 อยู่ที่ 100,000 ล้านบาท ซึ่งคือเศรษฐกิจฐานรากของประชาชนอย่างแท้จริง ปี 2559 ขยับขึ้นมา 125,000 ล้านบาท จึงได้วางเป้าหมายไว้ว่าจะต้องโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 ไปจนถึงปี 2562 จะทำให้ได้ถึง 200,000 ล้านบาทครับ" อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชนกล่าวอย่างมุ่งมั่น

กลยุทธ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพผู้ประกอบการ OTOPT นั้น พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เน้นย้ำไว้เมื่อครั้งลงพื้นที่ จ.ปราจีนบุรี เมื่อต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมา โดยมี 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1.แปรรูปเพิ่มมูลค่าของ OTOPT ให้ได้ 2.ผลิตตามความต้องการของตลาด 3.ให้รักษาคุณภาพหรือมาตรฐานไว้ และ 4. เชื่อมโยงเครือข่ายตลาดในอนาคต ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้รับแนวนโยบายของนายกรัฐมนตรีทั้ง 4 ประเด็นสำคัญนี้ มาขับเคลื่อนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรม เพื่อไปสู่เป้าหมายตามที่วางไว้ในปี 2562

นอกจากนี้กรมการพัฒนาชุมชน ยังมีเป้าหมายในการขยายฐานผู้ประกอบการเชิงรุก โดยตั้งเป้าขยายฐานจากราวสี่หมื่นกลุ่มให้ถึงห้าหมื่นกลุ่ม พร้อมกันนั้นก็สนับสนุนการสร้าง OTOPT Trader เพราะที่ผ่านมาปัญหาการขยายช่องทางการตลาดอย่างหนึ่ง



คือ ไม่มีตัวกลางเชื่อมต่อระหว่าง Demand กับ Supply เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ ทำมาหากิน ไม่ได้ทำมาค้าขาย เพราะฉะนั้น OTOPT Trader จึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นตัวเชื่อม โดยมาจากประธานเครือข่าย OTOPT ในแต่ละจังหวัด และขณะนี้ได้ตั้งเป็นบริษัทจำกัด ซึ่งตั้งไปแล้ว 41 จังหวัด มีการตั้งเป้าไว้ว่าภายในหนึ่งปีจะขยายให้ครบทุกจังหวัด ทั้งนี้จะเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายให้สอดคล้องกันได้ เพราะความต้องการของสินค้า OTOPT มีจำนวนมาก

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อน OTOPT ได้เป็นอย่างดีคือ การบูรณาการทุกภาคส่วน โดยเฉพาะ 7 กระทรวงหลักที่เป็นคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ซึ่งมี "ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์" รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

คณะกรรมการ โดยขณะนี้ได้เชื่อมโยงกับสถาบันอาหารของกระทรวงอุตสาหกรรม ส่วนการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็ทำงานร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC รวมถึง บริษัท ประชาธิปไตยสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังพยายามยกระดับมาตรฐาน OTOPT ให้มากขึ้นด้วยโครงการใหม่ๆ อย่าง OTOPT ขึ้นเครื่อง OTOPT แบรินด์เนมที่เป็นกระเป๋า หรือศิลปิน OTOPT เรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งใหม่ที่กรมการพัฒนาชุมชนกำลังพยายามทำอยู่

นอกจากนั้นแล้ว ในส่วนของช่องทางการตลาด ปกติสินค้า OTOPT จะขายตามงานแสดงสินค้า แต่จากนี้จะพบสินค้า OTOPT วางขายทุกวัน ในร้านค้าประชารัฐสุขใจ Shop ซึ่งมีอยู่ 148 ร้านค้าในปั้มน้ำมัน ปตท. ทั่วประเทศ รวมถึงยังมีความพยายามในการเชื่อมโยงเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวด้วยเพราะว่า OTOPT เมื่ออยู่ในพื้นที่กำลังซื้ออาจจะไม่พอ แต่ขณะนี้ได้มีการพานักท่องเที่ยวไปดูชุมชนหมู่บ้าน ดูกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการซื้อสินค้า เมื่อเห็นกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานและมีความเป็นเอกลักษณ์

ทั้งหมดนี้ก็เพื่อขับเคลื่อน OTOPT ซึ่งแสดงศักยภาพให้เห็นอย่างเด่นชัดอยู่แล้วว่าเป็นโครงการที่ตอบโจทย์เศรษฐกิจฐานราก และช่วยเหลือประชาชนได้อย่างแท้จริง...

www.facebook.com/prcdd | กรมการพัฒนาชุมชน ภูมิใจที่มีส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง และชุมชนพึ่งตนเองได้