

การศึกษาวิจัยการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน¹

รศ.วุฒิสาร ตันไชย² ดร.ถวิลวดี บุรีกุล³

ผศ.ดร.มานวิภา อินทรทัต ผศ.ดร.ภาคภูมิ ฤกษ์เมธ ดร.บุญสม ธรรมศาสตร์พจน์⁴

ดร.สตีธร ธนาธิโชติ นายสังคม คุณคณาการสกุล น.ส.นิตยา โพธิ์นอก นายวิศิษฎ์ ชัชวาลทิพากร⁵

กว่าทศวรรษที่ผ่านมาจำนวนผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในพื้นที่มาใช้หรือที่เรียกว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ สร้างความเจริญเติบโตและความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความหลากหลาย ซับซ้อนในการบริหารจัดการ มีปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการที่หลากหลาย จึงจำเป็นต้องทบทวนการดำเนินงานของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนและกรมการพัฒนาชุมชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ทบทวนการดำเนินงานการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการดำเนินงานภายใต้นโยบายของรัฐที่สำคัญ ตั้งแต่ปี 2545 – ปัจจุบัน
2. ศึกษาแนวคิดและมาตรการในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทไทยและต่างประเทศ
3. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ที่เน้นการดำเนินงานในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

กรอบแนวคิด ตัวแบบและวิธีการศึกษา

กรอบแนวคิดในการศึกษาวางอยู่บนหลักการพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน เพื่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดี เศรษฐกิจมั่นคง มีการกระจายรายได้ ชุมชนพึ่งตนเองได้ เกิดการรวมกลุ่มที่ยั่งยืน โดยจะต้องมีพื้นฐานที่ดี 3 ประการ คือ

¹ สถาบันพระปกเกล้าดำเนินโครงการภายใต้การสนับสนุนกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

² ที่ปรึกษาโครงการ

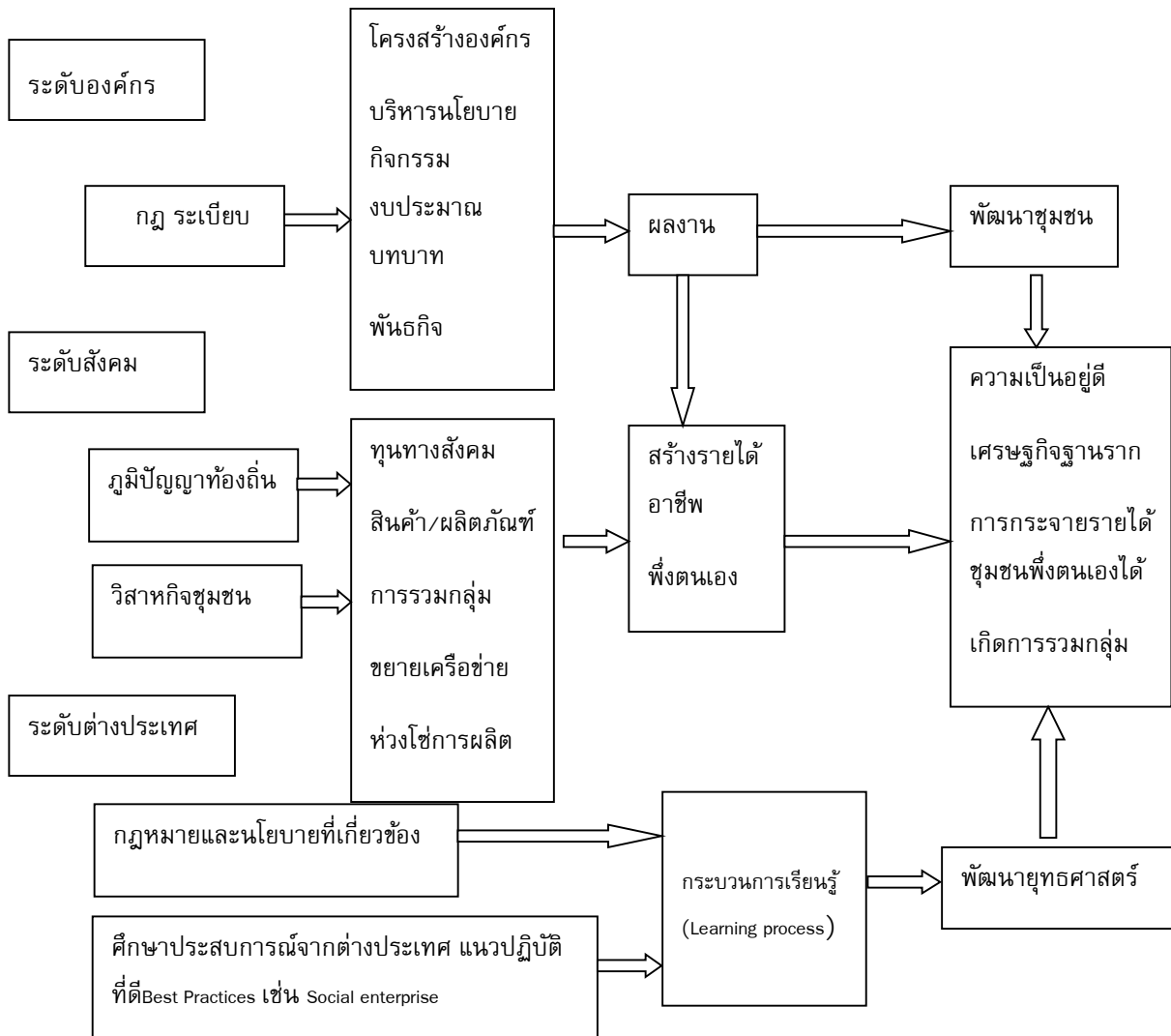
³ หัวหน้าโครงการวิจัย

⁴ ทีมวิจัย

⁵ ทีมวิจัย

1. การมีองค์กรที่ดี ซึ่งพิจารณาถึง กฎ ระเบียบ โครงสร้างองค์กร การบริหารนโยบาย กิจกรรมงบประมาณ บทบาท พันธกิจและผลงานด้านการพัฒนาชุมชน
2. บริบทแวดล้อมทางสังคมที่ดี ได้แก่ การสังสรรค์ปัญหาท้องถิ่น ทูทางสังคมเดิม การรวมกลุ่ม
3. มีการใช้กระบวนการและวิธีการที่ดีเหมาะสม

ดังกรอบแนวคิดในการศึกษาดังภาพ



การศึกษาเน้นการผสมผสานระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การออกแบบวิธีการศึกษาได้อาศัยแนวทางการประเมินนโยบายสาธารณะ วิธีวิจัยตามตัวแบบในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแบบการประเมินแบบไม่เน้นเป้าหมาย (Goal-Free Model) ใช้การสัมภาษณ์ประชุมกลุ่ม สังเกต ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและผู้บริหารกรมการพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 ภาคๆ ละ 2 จังหวัด

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้และของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่ยา ทั้งระดับ 1-2 ดาว 3 ดาว และ 4-5 ดาว นอกจากนี้ ยังสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ตัวแบบการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment Model) สืบค้นโดยสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากจังหวัดที่โดดเด่นและได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ปี พ.ศ. 2553 และปี พ.ศ. 2555 ครอบคลุมกลุ่มอาชีพ กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 4 ภาค 8 จังหวัด ภาคเหนือ เชียงใหม่และพิษณุโลก ภาคกลาง สมุทรปราการและอยุธยา ภาคตะวันออกฉะเชิงเทรา นครราชสีมาและอุบลราชธานี ภาคใต้ ภูเก็ตและสงขลา

นอกจากนี้ยังมีการดูงานพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนในประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น ญี่ปุ่น และ ฝรั่งเศส

ผลการศึกษา

การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นวิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังไม่ปรากฏในนโยบายของรัฐที่มีชื่อดังกล่าวโดยตรง แต่ปรากฏเป็นประเด็นหลักที่สำคัญในนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ทั้งสองนโยบายถูกตราเป็นพระราชบัญญัติในปี พ.ศ. 2543 และ พ.ศ. 2548 นอกจากนี้การพัฒนาดังกล่าวเป็นหน้าที่และพันธกิจในหลายหน่วยงานของภาครัฐ ดังนี้ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน (เกี่ยวข้องกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด เป็นหน่วยงานหลักทำยุทธศาสตร์ที่แผนการพัฒนาภูมิปัญญา วิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมสหกรณ์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและกระทรวงวัฒนธรรม

การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีหน่วยงานจำนวนมากเข้ามาเป็นภาคีเกี่ยวข้อง ในระยะเริ่มต้นพัฒนาสินค้าเป็นสินค้าประจำตำบล ต่อมามีการพัฒนาผู้ประกอบการเดิมพัฒนาด้านความรู้ ปัจจัยการผลิต ส่งเสริมการตลาด โดยใช้กระบวนการคัดสรรสินค้าเพื่อเข้ามาแสดงสินค้าและขายสินค้า ทำให้เกิดการพัฒนาค้าปลีกที่หลากหลาย เกิดผู้ประกอบการในพื้นที่จำนวนมาก เกิดเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง โดยมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ผลักดัน สนับสนุนพัฒนาเชิงตลาด แบ่งส่วนแบ่งตลาดเป็น 1-5 ดาว พัฒนาการบริหารธุรกิจ

ปัญหาจากการใช้ตัวแบบการตลาดและบริหารธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพียงบางตัวทำได้ ผู้ประกอบการบางส่วนหายไปเพราะผลิตภัณฑ์มีจำนวนมาก ไม่มีแหล่งจำหน่าย ไม่มีผู้ซื้อ การใช้แนวทางเชิงธุรกิจแต่ขาดระบบข้อมูลด้านอุปสงค์และอุปทาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ชาตรู้มีความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาดและบริหารธุรกิจ กรมพัฒนาชุมชนเป็นเหมือนผู้ประสานงานในพื้นที่และส่งเสริมการขายในส่วนกลางและภูมิภาค ไม่สามารถจัดการได้ด้วยตัวเองทั้งหมด เมื่อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการผลิตเชิงอุตสาหกรรม มีปริมาณผลผลิตมากขึ้น หลากหลายรูปแบบ ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการตั้งแต่กระบวนการผลิตจนจำหน่ายมีจำนวนมาก จะเห็นว่ามีหน่วยงานจำนวนมากเข้ามาเกี่ยวข้องแต่ขาดการแบ่งงานที่ชัดเจน เกิดความซ้ำซ้อนในกิจกรรมต่างๆ

ตัวแบบการตลาดและการบริหารธุรกิจขัดแย้งกับความเป็นจริง ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ฟิ่งฟิ่งรัฐ ผลิตภัณฑ์ 4-5 ดาวได้เปรียบ ผู้ประกอบการบางส่วนไม่สามารถพัฒนาสูงกว่า 3 ดาว ทำให้เกิดการขาดแรงจูงใจ ปัจจุบันแบ่งเป็น A B C D ตามคุณภาพและปริมาณที่สามารถผลิตได้ (A ดาวเด่น คุณภาพสูง ผลิตได้มาก B เอกลักษณ์ คุณภาพสูง ผลิตได้น้อย C พัฒนา คุณภาพปานกลาง ผลิตได้มาก D ปรับตัว ผลิตง่าย จำนวนผลิตน้อย) ซึ่งยากที่จะประสบความสำเร็จในระดับส่งออก

สิ่งที่ไม่ค่อยได้รับการพัฒนา คือ การส่งเสริมการรวมกลุ่มในลักษณะวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะช่วยให้สินค้าและผู้ประกอบการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน แทนการฟิ่งฟิ่งรัฐที่มีทรัพยากรจำกัดไม่สามารถช่วยเหลือได้ตลอดไป จะต้องพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาว

ผู้ให้สัมภาษณ์ในหน่วยงานสำคัญเห็นว่า ควรหันไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น ถ้าส่วนใดดำเนินงานในระบบตลาดได้ให้ดำเนินการตามตัวแบบธุรกิจ เน้นการผลิตโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลอุปสงค์ มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มี 3 ตัวแบบ⁶ .

1. การพัฒนาที่เน้นธุรกิจ (Business Model) เน้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีสิ่งบอกรหัสทางภูมิศาสตร์ (Geographic Indication: GI)
2. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise Model) การจัดการแบบวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมและทรัพยากรในพื้นที่

⁶ รายละเอียดตัวแบบทั้งหมดในยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน หน้า 7-9 ถึง 7-22 สถาบันพระปกเกล้า 2558. โครงการการศึกษาวิจัยส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

3. การพัฒนาแบบผสมผสาน (Mixed Model) เน้นด้านธุรกิจและวิสาหกิจชุมชน โดยการผลิตจะผลิตตามการคาดการณ์ทางการตลาด สินค้าที่ผลิตต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสุขภาพ ประหยัดพลังงาน ลดการสิ้นเปลืองในการผลิตและผลิตเพื่อชุมชน การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลและวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับ 3 ตัวแบบควรมีขั้นตอน

1. การจัดการข้อมูล การวิเคราะห์และการวางแผนการผลิต

1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารและวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) จัดทำข้อมูลพื้นฐาน (Profile) ผู้ประกอบการในแต่ละผลิตภัณฑ์ แต่ละกลุ่มทางการตลาด
- 2) วิเคราะห์อุปสงค์ของแต่ละผลิตภัณฑ์แยกตามเกรด A B C D
- 3) เป็นศูนย์ข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าไปขับเคลื่อนการผลิต ทำการวิจัยและพัฒนาการตลาด
- 4) เป็นศูนย์ข้อมูลให้ผู้ประกอบการ โดยใช้คำสั่งซื้อเพื่อนำไปผลิต
- 5) จัดระบบแจ้งเตือนให้ผู้ประกอบการ เพื่อไม่ให้เกิดการผลิตมากกว่าความต้องการ กระจายข้อมูลไปยังพัฒนาการจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 กำหนดเกณฑ์แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มเป้าหมาย A B C D โดยประเมินศักยภาพตามจริงและความเป็นไปได้

- 1) เป้าหมายระดับ A ใช้เกณฑ์วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมโดยสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรับรอง รองรับกลุ่ม OTOP 4-5 ดาว เจ้าภาพกระทรวงพาณิชย์
- 2) เป้าหมายระดับ B ใช้เกณฑ์วัดความสำเร็จด้านศักยภาพ โดยใช้เกณฑ์ศักยภาพ 4 ดาว หรือกำหนดเกณฑ์ใหม่โดยลดศักยภาพด้านตลาด แต่เน้นภูมิปัญญาและวัฒนธรรม รองรับ OTOP 3 ดาว เจ้าภาพ คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 3) เป้าหมายระดับ C ใช้เกณฑ์ความสำเร็จของสินค้าเกรด C เน้นการผลิตได้จำนวนมาก มีคุณภาพ ใช้ฐานภูมิปัญญาการผลิตมาต่อยอด
- 4) เป้าหมายระดับ D ใช้เกณฑ์พื้นฐาน คือ การสามารถเปลี่ยนจากอาชีพเสริมมาเป็นอาชีพหลัก รองรับกลุ่ม 1-2 ดาว กลุ่มที่ไม่ได้รับการคัดสรร กลุ่มที่ล้มเหลว เจ้าภาพ คือ กรมพัฒนาชุมชน ใช้เกณฑ์การใช้ทรัพยากรภูมิปัญญา

การสร้างนวัตกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ต้องระบุตลาดได้ชัดเจนโดยอาศัย ข้อมูลจากศูนย์วิเคราะห์มาใช้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- 1.3 การกำหนดเป้าหมายและวิธีการให้การสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ให้ถูกต้องตามผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม ดูจากตลาด ความต้องการของผู้บริโภคในภาพรวม และผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชุมชน ที่ผลิตได้มากใช้ในประเทศ ใช้ตราสินค้าตนเอง หรือ ใช้ตราสินค้าของลูกค้า และสามารถพัฒนาในเชิงท่องเที่ยวและวัฒนธรรม
- 1.4 กำหนดกรอบปริมาณการผลิต คุณภาพและวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับตลาดและยุติธรรมต่อผู้บริโภค
2. นำความต้องการ ทิศทาง แนวโน้ม แผนการตลาด ไปกระตุ้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่น
3. คัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในงานต่างๆ
4. ต่อยอดทางการตลาด จากหน่วยงานที่ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาแต่ไม่ทำเชิงพาณิชย์ เช่น ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand: CPOT) ของกระทรวงวัฒนธรรม โดยประเมินความต้องการ ทำวิจัยและพัฒนา พัฒนา คัดสรรผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย
5. สสำรวจสถานภาพองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และศึกษาวิจัยเนื้อหา (Content) และความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์
6. ประสานงานให้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ซ้ำซ้อนหลายหน่วยงาน
7. คัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและแหล่งดูงาน
8. จัดทำมาตรฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มตามผลิตภัณฑ์ ตามหน่วยงาน เช่น ควบคุม คุ่มครอง จดลิขสิทธิ์ ระบบอนุญาตให้ใช้ตรา OTOP กำหนดสิทธิประโยชน์ การเก็บค่าธรรมเนียม ฯลฯ
9. ส่งเสริมงานด้านการรับรองผลิตภัณฑ์บนฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
10. ส่งเสริมให้เป็นวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะกลุ่ม 1-2 ดาว ที่ประเมินว่าไปไม่ถึง 3-5 ดาว
 - 10.1 กระตุ้นการรวมกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์
 - 10.2 เน้นการผลิตใช้ในชุมชน จังหวัด
 - 10.3 เน้นสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาและต่อยอดภูมิปัญญา
 - 10.4 ปลุกฝังวิถีคิดและการบริหารจัดการแบบสหกรณ์

- 10.5 พัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ เชื่อมโยงกิจกรรมกับการท่องเที่ยว
- 10.6 เน้นการพึ่งพาตนเอง

ข้อเสนอสำหรับกรมพัฒนาชุมชน

1. จัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ให้กับทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ A B C D
2. ประสานในพื้นที่ในการให้ข้อมูล เพื่อจำแนกกลุ่มการพัฒนา
3. ทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมการผลิตในพื้นที่ให้ตรงตามใบสั่งซื้อและตามแผนการผลิตที่ได้วิเคราะห์ไว้
4. เปลี่ยนบทบาทกรมมาทำภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม เน้นผลิตภัณฑ์เพื่อสังคม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ภายในชุมชนและจังหวัด
5. เป็นตัวกลางและให้ข้อมูลความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ในการพัฒนา
อย่างไรก็ตาม ทางกรมการพัฒนาชุมชนมีข้อจำกัดด้านความรู้ ความเข้าใจในด้านการผลิต การตลาด ด้านธุรกิจ ควรผลักดันงานส่วนนี้ให้หน่วยงานอื่นที่มีความเชี่ยวชาญ
6. บทบาทของกรมการพัฒนาชุมชน ที่สำคัญ คือ
 - 6.1 การประสานงานระหว่างหน่วยงาน ต้องมีการปรึกษาหารือเพื่อแยกแยะงาน และประสานงานกับผู้ปฏิบัติให้มีความชัดเจน
 - 6.2 เสริมสร้างการทำงานร่วมกันที่ยั่งยืน โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
 - 6.3 ควรมีผู้บริหารสูงสุด (CEO) ด้านภูมิปัญญา วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการเฉพาะ
 - 6.4 มีคู่มือปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อใช้ได้จริงและมีความเหมาะสม ให้จัดทำเป็นประกาศหรือกฎระเบียบรองรับ

ที่สำคัญคือ รูปแบบการบริหารงานแบบเชื่อมประสาน (Interactive Governance) โดยกรมการพัฒนาชุมชนเป็นเจ้าภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ปรับโครงสร้างคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เพิ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน ภาคเอกชน (ตามแบบประเทศญี่ปุ่น)

2. มีนโยบายส่งเสริมการทำงานแบบเชื่อมประสาน บูรณาการ และส่งเสริมรูปแบบการทำงานแบบวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม มีภาษีจูงใจ มีเงินสนับสนุน

3. กระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามาสีบเทาเทามากขึ้นในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากทั้งในด้านบทบาท ภารกิจ ทรัพยากรบุคคล งบประมาณ ความเป็นอิสระในการกำหนดรูปแบบ และวิธีการดำเนินงาน

4. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เข้ามารับผิดชอบร่วมในการสนับสนุน ส่งเสริม พัฒนาผู้ประกอบการชุมชนที่ต้องใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและการสหกรณ์

5. เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การปฏิรูปประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้ประชาชนและลดความเหลื่อมล้ำ

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน

1. จัดแบ่งภารกิจและความรับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อให้การทำงานและการใช้งบประมาณไม่ซ้ำซ้อน

ผลิตภัณฑ์ระดับ A กระทรวงพาณิชย์

ผลิตภัณฑ์ระดับ B กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์ระดับ C กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงมหาดไทย รับผิดชอบหลัก โดยร่วมกับภาคเอกชน

ผลิตภัณฑ์ระดับ C และ D กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

หน่วยงานเครือข่าย เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้า

2. จัดทำฐานข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อใช้ร่วมกัน และมีการปรับให้ทันสมัย เข้าถึงได้อย่างทั่วถึง ผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นกรรมการ กรมการพัฒนาชุมชนเป็นเจ้าภาพ

3. มีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น

4. จัดหาและพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. สร้างกระบวนการบริหารงานแบบเชื่อมประสาน โดยกรมการพัฒนาชุมชนเป็นผู้เชื่อมประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าสู่กระบวนการปรึกษาหารือ (Deliberation) เพื่อกำหนดแนวนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติในแต่ละปีร่วมกัน

6. จัดทำวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน หรือจัดตั้งสหกรณ์ สมาคมผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ส่งเสริมการจดทะเบียนบัญชีภูมิศาสตร์และมีการพิทักษ์ทรัพย์สินทางปัญญา