



ที่ นข ๐๐๑๙/ว ๓๐๐๐

ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่
ถนนเรืองวุฒิ นข ๒๔๐๐๐

๒๕๐ พฤษภาคม ๒๕๖๔

เรื่อง การดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการรอบที่ ๒
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

เรียน นายอำเภอ

อ้างถึง ๑. หนังสือจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ ๑๐๑๙/ว ๑๐๕๗ ลงวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔
๒. หนังสือจังหวัดเชียงใหม่ ที่ นข ๐๐๑๙/ว ๒๕๖๙ ลงวันที่ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๔

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เป้าหมายตัวชี้วัดการจัดเก็บรายได้ฯ จำนวน ๑ ฉบับ
๓. แนวทางการดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน ๑ ชุด
๔. แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฯ จำนวน ๑ ฉบับ

กรมการพัฒนาชุมชน กำหนดให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ และการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยกำหนดค่าเป้าหมายตัวชี้วัด รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ร้อยละ ๑๑ มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จากผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ และตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ร้อยละ ๑๐ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑ และ ๒)

เพื่อให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ และรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุค่าเป้าหมายตามตัวชี้วัด จึงขอให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดำเนินการ ดังนี้

๑. ศึกษาและดำเนินการตามแนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓)

๒. รายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๔) ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cdpadrew@hotmail.com

๓. รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ในระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๕ ของทุกเดือน โดยเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุรยุทธ์ แก้วกุลปรีชา)

รองผู้ว่าราชการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร. ๐-๓๘๕๑-๑๒๓๙
โทรสาร ๐-๓๘๕๑-๑๒๓๙

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ ๒
 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (เดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔)

ที่	อำเภอ	จังหวัดฉะเชิงเทรา					จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์		
		จำนวนผลิตภัณฑ์		คะแนน ๑	คะแนน ๒	คะแนน ๓							คะแนน ๔	คะแนน ๕
		ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓	จำนวนผู้ประกอบการ											
๑	เมืองฉะเชิงเทรา	๑๗๒	๔๖๘	๓๓	๓๗	๔๒	๔๗	๕๑	๕๓	๕๗	๕๑			
๒	บางคล้า	๙๐	๒๐๒	๑๔	๑๖	๑๘	๒๐	๒๔	๒๖	๒๖	๒๒			
๓	บางน้ำเปรี้ยว	๑๑๘	๒๓๗	๑๗	๑๙	๒๑	๒๔	๒๖	๒๖	๒๖	๒๖			
๔	บางปะกง	๑๐๒	๑๗๗	๑๒	๑๔	๑๖	๑๘	๒๑	๒๑	๒๑	๒๐			
๕	บ้านโพธิ์	๗๑	๑๕๕	๑๑	๑๒	๑๔	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๗			
๖	พนมสารคาม	๑๐๐	๒๕๙	๑๘	๒๑	๒๓	๒๖	๒๖	๒๖	๒๖	๒๘			
๗	ราชสาส์น	๓๓	๖๒	๔	๕	๖	๗	๗	๗	๗	๘			
๘	สนมชัยเขต	๕๐	๑๒๕	๙	๑๐	๑๑	๑๓	๑๓	๑๓	๑๓	๑๔			
๙	แปลงยาว	๔๖	๑๒๒	๙	๑๐	๑๑	๑๒	๑๒	๑๒	๑๓	๑๓			
๑๐	ท่าตะเกียบ	๘๐	๑๒๐	๘	๑๐	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๓			
๑๑	คลองเขื่อน	๕๐	๑๑๐	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๒			
	รวม	๙๑๒	๒,๐๓๗	๑๔๓	๑๖๓	๑๘๓	๒๐๖	๒๒๓	๒๒๖	๒๒๖	๒๒๔			

ประมาณการรายได้จากการจัดเก็บข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ปี 2564

จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่	อำเภอ	รายได้รวมปี 2563 (ไตรมาส 3-4)	เป้าหมายรายได้ 6 เดือน ปี 2564 (ไตรมาส 3-4)								เป้าหมายยอดรายได้ ปี 2564(ไตรมาส 3-4)
			เมษายน 64 (บาท)	พฤษภาคม 64 (บาท)	มิถุนายน 64 (บาท)	กรกฎาคม 64 (บาท)	สิงหาคม 64 (บาท)	กันยายน 64 (บาท)			
1	เมืองฉะเชิงเทรา	103,469,253	16,331,700	18,089,533	18,580,320	20,694,560	23,816,750	21,624,016	119,136,878		
2	บางคล้า	112,955,716	17,800,805	28,560,103	18,886,373	13,965,215	20,333,260	24,705,531	124,251,288		
3	บางน้ำเปรี้ยว	24,986,186	6,433,323	5,420,162	4,706,749	4,939,770	3,647,270	2,337,531	27,484,805		
4	บางปะกง	29,998,616	4,035,121	4,298,406	4,728,247	5,532,049	6,638,458	7,766,197	32,998,478		
5	บ้านโพธิ์	1,685,919,950	389,483,886	281,683,886	270,683,886	270,936,886	271,197,586	365,201,270	1,849,187,400		
6	พนมสารคาม	48,146,600	4,798,750	4,896,650	5,547,080	9,891,200	11,870,650	15,956,930	52,961,260		
7	ราชสาส์น	19,047,500	3,312,650	3,396,250	3,787,850	3,839,550	3,442,340	3,177,460	20,956,100		
8	สนมชัยเขต	17,120,040	3,258,420	3,316,500	3,036,440	3,003,528	2,970,165	3,246,991	18,832,044		
9	แปลงยาว	69,324,450	10,407,089	10,407,089	10,407,089	10,407,089	10,427,989	24,200,550	76,256,895		
10	ท่าตะเกียบ	9,897,000	2,002,000	1,974,500	1,984,950	2,125,750	1,401,400	1,398,100	10,886,700		
11	คลองเขื่อน	8,115,600	1,669,580	1,134,980	1,278,200	1,278,200	1,443,200	2,123,000	8,927,160		
	รวมทั้งสิ้น	2,128,980,911	459,533,324	363,178,059	343,627,184	346,613,796	357,189,069	471,737,576	2,341,879,008		

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ

รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระดับจังหวัด

แนวทางการดำเนินการ

๑. ดำเนินการสำรวจผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ และมีการนำผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นสู่ตลาดออนไลน์ เช่น Facebook , line , Instagram , OTOP Today , Shopee , Lazada ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องไม่ซ้ำกับข้อมูลผลิตภัณฑ์

OTOP ที่รายงานรอบแรก

๒. ดำเนินการจัดทำข้อมูลลงในแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ (เมษายน - กันยายน ๒๕๖๔) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยจัดส่งแบบรายงานให้จังหวัดฉะเชิงเทรา ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cdpadrew@hotmail

แนวทางการรายงานแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบสำรวจ
๒. ไม่ปรับเปลี่ยนแบบหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูล
๓. ช่องข้อมูลความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล
๔. ช่องข้อมูลความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล
๕. ข้อมูลช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์
 - ๕.๑ ให้ระบุเป็นช่องทางการจำหน่าย เช่น Facebook ให้ระบุชื่อ เพจ/ลิงค์เพจ Line ให้ระบุ ID Line
 - ๕.๒ ให้รายงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการจำหน่ายในตลาดออนไลน์ ในช่องทางที่ผู้ผลิตผู้ประกอบการจำหน่าย ช่วงระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔

แนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการ
ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ

รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์
OTOP ในตลาดออนไลน์

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความกล้าเริ่จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รอบที่ ๒ หน่วยวัด : จำนวน / นำหนัก : ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : ผู้ประกอบการ OTOP มีช่องทางตลาดด้วยตนเอง โดยการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการ OTOP การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น และลดการช่วยเหลือด้านจัดหาตลาดจากภาครัฐ

เกณฑ์การให้คะแนน : แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนน้อยกว่าร้อยละ ๘
๒	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘
๓	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙
๔	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐
๕	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๑ และต้องมีรายงานการสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมเข้าสู่ตลาดออนไลน์

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

หลักฐานเชิงประจักษ์

*เงื่อนไข : มีรายงานการสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด และ
ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมเข้าสู่ตลาดออนไลน์

ระดับคะแนน

หลักฐานเชิงประจักษ์

๑ - ๕

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการเผยแพร่และจำหน่ายในแพลตฟอร์ม หรือสื่อ
ออนไลน์อื่นๆ

คำนิยาม/คำอธิบาย

ผลิตภัณฑ์ OTOP หมายถึง ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓
ตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ หรือโฆษณาให้ผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นที่รู้จัก ตลอดจนการซื้อการขาย ซึ่งการทำ
การตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook โฆษณา line โฆษณา Google โฆษณา Youtube โฆษณา Instagram เว็บไซต์ หรือผ่านแพลตฟอร์มอื่น เป็นต้น

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แนวทางการดำเนินการ

๑. ดำเนินการสำรวจผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ และมีการนำผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นสู่ตลาดออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram, OTOPToday, Shopee, Lazada ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔
๒. ดำเนินการจัดทำข้อมูลลงในแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ (เมษายน - กันยายน ๒๕๖๔) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยจัดส่งแบบรายงานผลให้กรมการพัฒนาชุมชน ภายในวันจันทร์ที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๔ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Market2559@gmail.com ในรูปแบบไฟล์ Excel

หมายเหตุ :

ผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องไม่ซ้ำกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่รายงานรอบแรก

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แนวทางการรายงานแบบรายการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP

ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบสำรวจ
๒. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูลที่กรมการพัฒนาชุมชนจัดส่งให้
๓. ช่องข้อมูลความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล
๔. ช่องข้อมูลความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล
๕. ข้อมูลช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์
 ๑. ให้ระบุเป็นช่องทางจำหน่าย เช่น Facebook ให้ระบุ ชื่อเพจ/ลิงค์เพจหรือเฟซบุ๊ก Line ให้ระบุ ID Line Website ต่างๆ ให้ระบุ ลิงค์เว็บไซต์ นั้นๆ
 ๒. ให้รายงานยอดขายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการจำหน่ายในตลาดออนไลน์ ในช่องทางที่ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจำหน่าย ช่วงระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๑-๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวอย่างการจัดทำข้อมูล ส่วนที่ ๑

ที่	รหัสผู้ ประกอบ กิจการ	ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบ กิจการ-OTOP	ประเภท ผู้ประกอบการ	ชื่อ ผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุ ประเภท ผลิตภัณฑ์ ของกล่ม)	ประเภท ผลิตภัณฑ์	ที่อยู่					ความพร้อมผู้ประกอบการ เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์			ความพร้อมผลิตภัณฑ์ ในการเข้าสู่ออนไลน์			
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์ โทรศัพท์	ลักษณะ เกี่ยวกับ ตลาดออนไลน์	ขายของ ออนไลน์ อยู่แล้ว	ได้รับ มา ทันที เกี่ยวกับ ช่อง	ได้รับ ติด ตร 3-5 ดาว	ความ เหมาะสม เกี่ยวกับ ออนไลน์	
๑	๑๒๓๔๕๖	นาย ก	กลุ่ม	เสื้อลาย ไทย	ผ้า	๑๐	๒	บาง ม่วง	ปาก เกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑- ๑๒๓๔๕๖	กรรม หน่วย งานอื่น	๑	๑	๑	๑	๑
			กลุ่ม	กางเกง ลายไทย	ผ้า	๑๐	๒	บาง ม่วง	ปาก เกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑- ๑๒๓๔๕๖			๑	๑	๑	๑

1

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์
ที่มีผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นตลาดออนไลน์

2

ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้า
สู่ตลาดออนไลน์

3

ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อ
เข้าสู่ตลาดออนไลน์

โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

แนวทางการดำเนินงานตามมาตรการ
ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

หน่วยวัด : ร้อยละ / น้ำหนัก : ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : รายได้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนโครงการ OTOP ตามหลักการตลาดนำการผลิต และเป็นงานสำคัญตามยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว

เกณฑ์การให้คะแนน : แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑	น้อยกว่าร้อยละ ๗
๒	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗
๓	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘
๔	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙
๕	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐

คำนิยาม/คำอธิบาย

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP หมายถึง รายได้ในช่วงไตรมาส ๓ - ๔ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (เดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔) ของจังหวัด มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ - ๔)

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

สูตรการคำนวณค่าคะแนน

รอบที่ ๒



รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน
OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
(เฉพาะไตรมาส ๓ - ๔)

รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน
OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓
(เฉพาะไตรมาส ๓ - ๔)

X ๑๐๐

รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ - ๔)

วิธีการจัดเก็บข้อมูล

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด รายงานข้อมูลผ่าน “ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC)” กรมการพัฒนาชุมชนทุก ๆ สิ้นเดือน

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

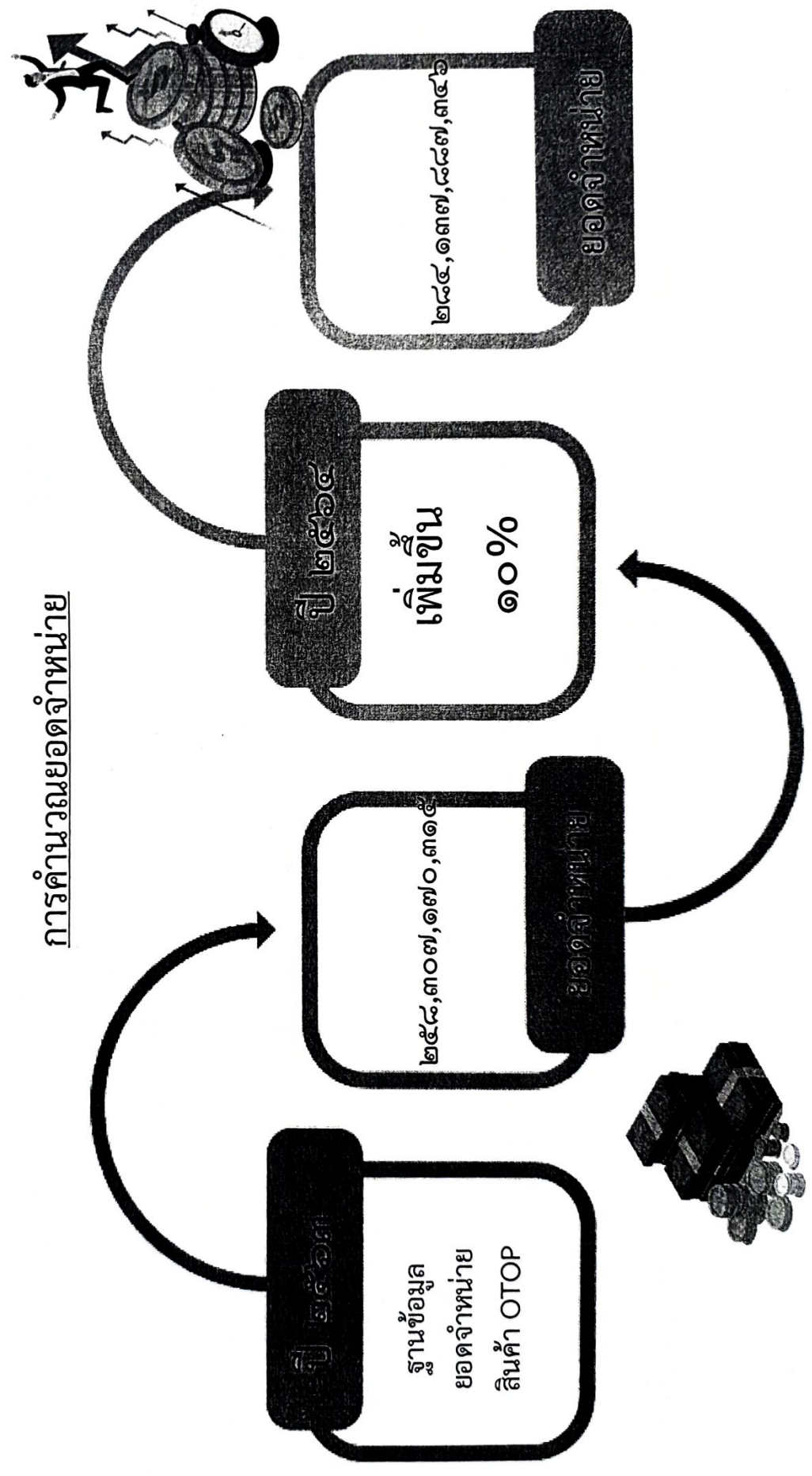




กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP



ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

แนวทางการรายงานข้อมูลผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

๑. จังหวัดแจ้งรายละเอียดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายให้อำเภอทราบ
๒. จังหวัดกำกับให้ระดับอำเภอดำเนินการจัดเก็บข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ (รต.๑) ทุกสิ้นเดือนและบันทึกข้อมูลในระบบงานศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC)
ตามห้วงเวลาที่กำหนด
๓. จังหวัดตรวจสอบความถูกต้องของรายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP จากอำเภอ
ในระบบงานศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) และยืนยันข้อมูลผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป
และเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานภายในวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๔

