



ที่ อบ ๐๐๑๙/ว ๑๐๕๖

ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี
ถนนแจ้งสนิท อบ ๓๔๐๐๐

๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง การดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
เรียน นายอำเภอทุกอำเภอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เป้าหมายตัวชี้วัด รอบที่ ๑ และ ๒ จำนวน ๒ ฉบับ
๒. แนวทางการดำเนินการ จำนวน ๑ ชุด
๓. แบบสำรวจความพร้อมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ ฉบับ
๔. แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยกรมการพัฒนาชุมชนกำหนดให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์เป็นตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยกำหนดค่าเป้าหมายตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ร้อยละ ๑๐ มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์จากผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ ซึ่งจังหวัดจังหวัดอุบลราชธานี มีค่าเป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ ๑ จำนวน ๕๘๗ ผลิตภัณฑ์ และรอบการประเมินที่ ๒ จำนวน ๖๓๙ ผลิตภัณฑ์

เพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จังหวัดอุบลราชธานี จึงขอให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดำเนินการ ดังนี้

๑. ตรวจสอบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมด ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ ให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน

๒. ศึกษาแนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๓. สำรวจความพร้อมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๓ และจัดส่งให้จังหวัดภายในวันจันทร์ที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๔. รายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ รอบที่ ๑ ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๔ ให้จังหวัดทราบ ภายในวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

/๕. รายงานผล...

๕. รายงานผลความก้าวหน้าการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ รอบที่ ๒ ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๔ ให้จังหวัดทราบทุกวันที่ ๒๕ ของทุกเดือน
จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ



(นายศุภศิษย์ กอเจริญยศ)

รองผู้ว่าราชการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร./โทรสาร ๐ - ๔๕๓๔ - ๔๖๒๘

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ 1
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (เดือนตุลาคม 2563 - มีนาคม 2564)

จังหวัดอุบลราชธานี

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูลจำนวนผลิตภัณฑ์ ปี 2557 - 2563		จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 1 น้อยกว่าร้อยละ 7	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 2 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 3 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 8	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 4 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 9	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 5 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์						
1	เมืองอุบลราชธานี	220	536	32	38	43	48	54	
2	ศรีเมืองใหม่	117	231	14	16	18	21	23	
3	โขงเจียม	154	345	21	24	28	31	35	
4	เขื่องใน	130	301	18	21	24	27	30	
5	เขมราฐ	59	209	13	15	17	19	21	
6	เดชอุดม	224	472	28	33	38	42	47	
7	นาจะหลวย	67	171	10	12	14	15	17	
8	น้ำยืน	78	195	12	14	16	18	20	
9	บุณฑริก	85	225	14	16	18	20	23	
10	ตระการพืชผล	161	296	18	21	24	27	30	
11	กุดข้าวปุ้น	66	84	5	6	7	8	8	
12	ม่วงสามสิบ	130	298	18	21	24	27	30	
13	วารินชำราบ	214	546	33	38	44	49	55	
14	หินมืองสงหา	195	444	27	31	36	40	44	
15	ตาลชุม	63	211	13	15	17	19	21	
16	โพธิ์ไทร	102	172	10	12	14	15	17	
17	สำโรง	64	124	7	9	10	11	12	
18	ดอนมดแดง	44	71	4	5	6	6	7	
19	สิรินธร	90	174	10	12	14	16	17	
20	ทุ่งศรีอุดม	34	51	3	4	4	5	5	
21	นาเข	93	227	14	16	18	20	23	
22	นาตาล	65	153	9	11	12	14	15	
23	เหล่าเสือโก้ก	38	116	7	8	9	10	12	
24	สว่างวีระวงศ์	80	172	10	12	14	15	17	
25	น้ำขุ่น	84	127	8	9	10	11	13	
	รวม	2657	5951	357	417	476	536	595	

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ 2

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (เดือนเมษายน - กันยายน 2564)

จังหวัดอุบลราชธานี

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูลจำนวนผลิตภัณฑ์ ปี 2557 - 2563		จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP					จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP				
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์	คะแนน 1 น้อยกว่าร้อยละ 8	คะแนน 2 น้อยกว่าร้อยละ 8	คะแนน 3 น้อยกว่าร้อยละ 9	คะแนน 4 น้อยกว่าร้อยละ 10	คะแนน 5 น้อยกว่าร้อยละ 11	คะแนน 1 น้อยกว่าร้อยละ 8	คะแนน 2 น้อยกว่าร้อยละ 8	คะแนน 3 น้อยกว่าร้อยละ 9	คะแนน 4 น้อยกว่าร้อยละ 10	คะแนน 5 น้อยกว่าร้อยละ 11
1	เมืองอุบลราชธานี	220	536	38	43	48	54	59					
2	ศรีเมืองใหม่	117	231	16	18	21	23	25					
3	โขงเจียม	154	345	24	28	31	35	38					
4	เขื่องใน	130	301	21	24	27	30	33					
5	เขมราฐ	59	209	15	17	19	21	23					
6	เดชอุดม	224	472	33	38	42	47	52					
7	นาจะหลวย	67	171	12	14	15	17	19					
8	น้ำยืน	78	195	14	16	18	20	21					
9	มณฑกริ	85	225	16	18	20	23	25					
10	ตระการทิพย์	161	296	21	24	27	30	33					
11	กุดขำปูน	66	84	6	7	8	8	9					
12	ม่วงสามสิบ	130	298	21	24	27	30	33					
13	วารินชำราบ	214	546	38	44	49	55	60					
14	พิบูลมังสาหาร	195	444	31	36	40	44	49					
15	ตาลชุม	63	211	15	17	19	21	23					
16	โพธิ์ไทร	102	172	12	14	15	17	19					
17	สำโรง	64	124	9	10	11	12	14					
18	ดอนมดแดง	44	71	5	6	6	7	8					
19	สิรินธร	90	174	12	14	16	17	19					
20	ทุ่งศรีอุดม	34	51	4	4	5	5	6					
21	นาเขย	93	227	16	18	20	23	25					
22	นาตาล	65	153	11	12	14	15	17					
23	เหล่าเสือโก้ก	38	116	8	9	10	12	13					
24	สว่างวีระวงศ์	80	172	12	14	15	17	19					
25	น้ำขุ่น	84	127	9	10	11	13	14					
	รวม	2657	5951	417	476	536	595	655					



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

แนวทางการดำเนินงานตามมาตรการ
ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

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

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP
ในตลาดออนไลน์

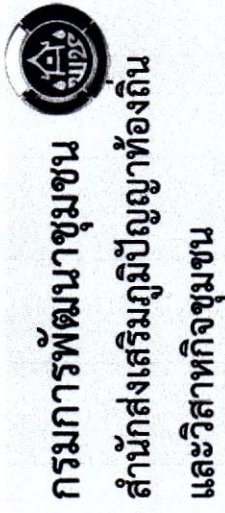
เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการ
ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๑ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOPI ในตลาดออนไลน์

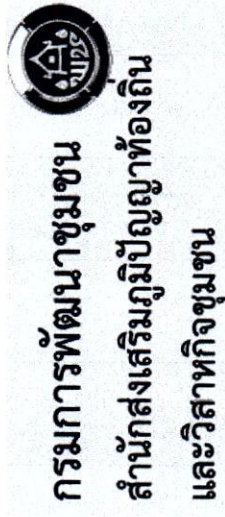
รอบที่ ๑ หน่วยวัด : จำนวน / น้ำหนัก : ร้อยละ ๑๐

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

เกณฑ์การให้คะแนน : แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑	มีผลิตภัณฑ์ OTOPI ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนน้อยกว่าร้อยละ ๗
๒	มีผลิตภัณฑ์ OTOPI ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗
๓	มีผลิตภัณฑ์ OTOPI ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘
๔	มีผลิตภัณฑ์ OTOPI ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙
๕	มีผลิตภัณฑ์ OTOPI ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ และต้องมีรายงานการสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมเข้าสู่ตลาดออนไลน์

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด



ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รอบที่ ๒ หน่วยวัด : จำนวน / น้าหนัก : ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : ผู้ประกอบการ OTOPT มีช่องทางตลาดด้วยตนเอง โดยการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการ OTOPT การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น และลดการช่วยเหลือด้านจัดหาตลาดจากภาครัฐ

เกณฑ์การให้คะแนน : แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

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

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการทำงาน
รอบปี ๑-๒ 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 ตลอดจนการซื้อขาย ซึ่งการทำ
การตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook โฆษณา Google โฆษณา Youtube โฆษณา Instagram เว็บไซต์ หรือผ่านแพลตฟอร์มอื่น เป็นต้น

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



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แนวทางการดำเนินการ

๑. อำเภอสำรวจฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมด ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓
๒. อำเภอจัดทำข้อมูลลงในแบบสำรวจความพร้อมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
๓. อำเภอจัดส่งแบบสำรวจรอบที่ ๑ ให้จังหวัด
ภายในวันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

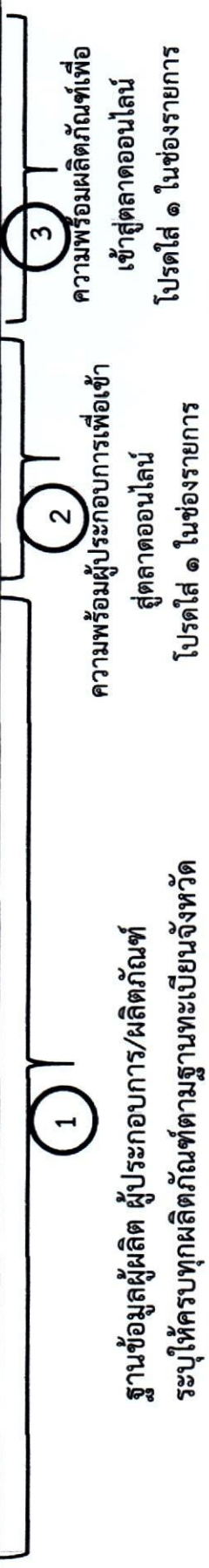
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๑-๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แบบสำรวจความพร้อมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

อำเภอ.....จังหวัด

ที่	รหัสผู้ประกอบการ	ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุก ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม)	ประเภท ผลิตภัณฑ์	ประเภท ผู้ประกอบการ	ที่อยู่				ความพร้อม ผู้ประกอบการ เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์	ความพร้อมผลิตภัณฑ์ ในการเข้าสู่ออนไลน์			ยอดจำหน่าย ออนไลน์		
						เลขที่ หมู่ที่ ตำบลอำเภอ จังหวัด	เบอร์ โทรศัพท์	ผ่าน การอบรม เกี่ยวกับ ตลาด ออนไลน์	ชายของ ออนไลน์ อยู่แล้ว		มี มาตรฐาน	ผ่าน การพัฒนา				
๑	๑๒๓๔๕๖	นาย ก	เสื้อผ้าไทย	ผ้า	กลุ่ม	บาง	ปาก	ม่วง	เกร็ด นนทบุรี	๑๑๑-๑๒๓๔๕๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑
			กางเกงลายไทย	ผ้า	กลุ่ม	บาง	ปาก	ม่วง	เกร็ด นนทบุรี	๑๑๑-๑๒๓๔๕๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑



1
ฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์
ระบุให้ครบทุกผลิตภัณฑ์ตามฐานทะเบียนจังหวัด

2
ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

3
ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

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



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

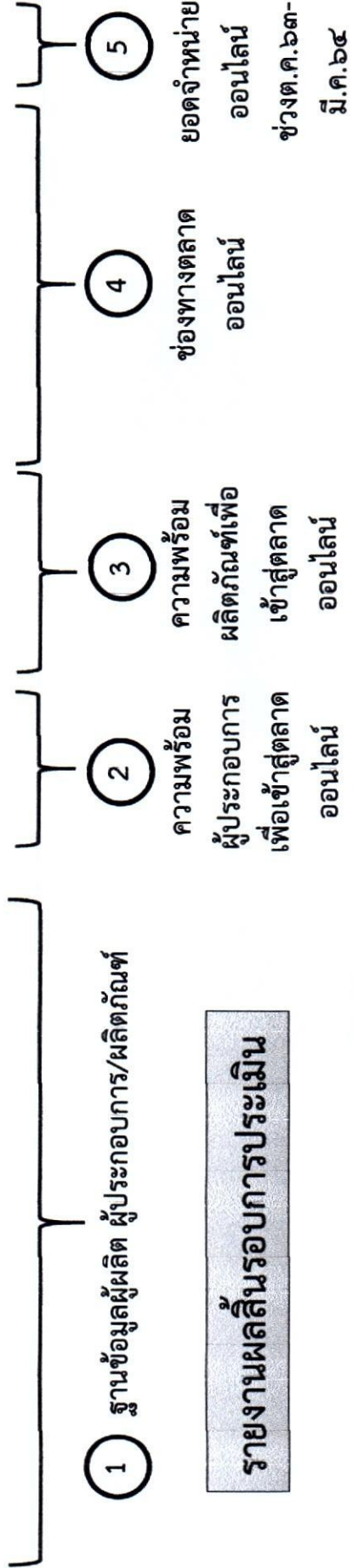
ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่.....

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

อำเภอ.....จังหวัด

ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผลิตภัณฑ์ (ประเภททุก ผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม)	ประเภท ผู้ประกอบการ	ที่อยู่				ความพร้อมผู้ประกอบการ เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์	ความพร้อมผลิตภัณฑ์ ในการเข้าสู่ออนไลน์			ช่องทางจำหน่าย ไปรษณีย์, ช่องทางการขายอื่น เช่น Link website, ID Line ฯลฯ	เลขที่ร้านค้า อำเภอ/ตำบล จังหวัด ปี.ค.ศ.	
			เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ		จังหวัด	สง ทะเบียน	มี มาตรฐาน			ผ่าน การพัฒนา



รายงานผลสิ้นรอบการประเมิน



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

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

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวอย่างการกรอกข้อมูลช่องทางตลาดออนไลน์

1. ระบุยอดรวมการจำหน่ายออนไลน์ ช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๓ - มีนาคม ๒๕๖๔
2. ในแบบสำรวจข้อมูลส่วนที่ ๔ ช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ ขอให้ระบุช่องทางทางการเข้าถึงการจำหน่ายออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ด้วย เช่น - Facebook ให้ระบุ : ชื่อเพจเฟสบุ๊ก หรือลิงค์เพจ
- Line ให้ระบุ : ID Line
- website ต่างๆ ให้ระบุ : ลิงค์เว็บไซต์

ช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์					
โปรแกรม : ช่องทางการจำหน่ายด้วย เช่น Link website, ID Line ฯลฯ					
Facebook	Line	Instagram	OTOP Today	Youtube	อื่นๆ โปรแกรม
OTOP TODAY โฉ ทอปทูเดย์	ID Line : 123456	-	https://www.otoptoday.com/	https://www.youtube.com/watch?v=bzdWuMYaUqo	-

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



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ประเด็นเนนยำ

๑. จัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ครบตามฐานการลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ของ
แต่ละจังหวัด
๒. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบสำรวจ
๓. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูลที่จังหวัดจัดส่งให้
๔. จัดส่งแบบสำรวจข้อมูลให้ทันตามเวลาที่กำหนด
ในรูปแบบไฟล์ Excel (รอบที่ ๑ ภายใน ๒๐ ก.พ. ๒๕๖๓)
๕. ส่งข้อมูลและกรอกข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่
ลงทะเบียน

แบบสำรวจความพร้อมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓

กรมการพัฒนาชุมชน

อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่					ความพร้อมผู้ประกอบการ (ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล)			ความพร้อมผลิตภัณฑ์ (ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล)			ยอดจำหน่ายออนไลน์ (ปีงบประมาณ ๒๕๖๓)	
					เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์	ขยายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับการคัดสรร ๓-๕ ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์		

หมายเหตุ

๑. ส่งแบบรายงานให้จังหวัด ทาง line เจ้าหน้าที่ OTOP (รอบที่ ๑ ภายในวันที่ ๒๒ ก.พ. ๒๕๖๔)
๒. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบสำรวจ
๓. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูลที่จังหวัดจัดส่งให้
๔. จัดส่งแบบสำรวจข้อมูลให้ทันตามเวลาที่กำหนด ในรูปแบบไฟล์ Excel
๕. สำรองข้อมูลและกรอกข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ลงทะเบียน
๖. ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์, ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล

ลงชื่อ.....ผู้รายงาน
(.....)

วันที่..... เดือน..... ๒๕๖๔

