



๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๔

เรื่อง การดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

เรียน นายอำเภอ ทุกอำเภอ

- | | |
|--|--------------|
| สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ | จำนวน ๑ ชุด |
| ๒. เป้าหมายตัวชี้วัดการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน | จำนวน ๑ ชุด |
| ๓. แนวทางการดำเนินการการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ | จำนวน ๑ ชุด |
| ๔. แนวทางการดำเนินการการจัดเก็บรายได้ | จำนวน ๑ ชุด |
| ๕. แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ | จำนวน ๑ ฉบับ |

ด้วยกรมการพัฒนาชุมชน 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 (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑) และตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ร้อยละ ๑๐ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒)

เพื่อให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ และการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุค่าเป้าหมายตามตัวชี้วัด จึงขอให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดำเนินการ ดังนี้

- ศึกษาและดำเนินการตามแนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓ และ ๔)
- รายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๕) ภายในวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๔ โดยผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องไม่ซ้ำกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่รายงานรอบแรก
- รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ในระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป โดยเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๔

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

(นายถวิล ยี่สุนแสง)
พัฒนาการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดสระแก้ว

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๓๗๔๒-๕๐๕๗-๘

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รอบการประเมินที่ 2 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564 (เดือน เมษายน - กันยายน 2564)

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ ปี 2557 - 2563		ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP (1 คะแนน)	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP (2 คะแนน)	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP (3 คะแนน)	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP (4 คะแนน)	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP (5 คะแนน)
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP					
1	เมืองสระแก้ว	138	412	29	33	37	41	45
2	คลองหาด	65	164	11	13	15	16	18
3	ตาพระยา	57	152	11	12	14	15	17
4	วังน้ำเย็น	84	267	19	21	24	27	29
5	วัฒนานคร	149	264	18	21	24	26	29
6	อรัญประเทศ	73	224	16	18	20	22	25
7	เขาฉกรรจ์	112	204	14	16	18	20	22
8	โคกสูง	60	87	6	7	8	9	10
9	วังสมบูรณ์	70	147	10	12	13	15	16
รวม (จ.สระแก้ว)		808	1,921	134	154	173	192	211

เป้าหมายตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

รอบการประเมินที่ 2 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564 (เดือน เมษายน - กันยายน 2564)

ที่	อำเภอ	ข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2563 (1 เม.ย. - 30 ก.ย. 63) (บาท)	ฐานข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2564 น้อยกว่าร้อยละ 7 (1 คะแนน)	ฐานข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2564 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 (2 คะแนน)	ฐานข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2564 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 8 (3 คะแนน)	ฐานข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2564 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 9 (4 คะแนน)	ฐานข้อมูลยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี 2564 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 (5 คะแนน)
1	เมืองสระแก้ว	68,302,860	72,401,032	73,084,060	73,767,089	74,450,117	75,133,146
2	คลองหาด	51,329,000	54,408,740	54,922,030	55,435,320	55,948,610	56,461,900
3	ตาพระยา	38,490,500	40,799,930	41,184,835	41,569,740	41,954,645	42,339,550
4	วังน้ำเย็น	32,023,200	33,944,592	34,264,824	34,585,056	34,905,288	35,225,520
5	วัฒนานคร	56,133,031	59,501,013	60,062,343	60,623,673	61,185,004	61,746,334
6	อรัญประเทศ	83,999,900	89,039,894	89,879,893	90,719,892	91,559,891	92,399,890
7	เขาฉกรรจ์	18,113,128	19,199,916	19,381,047	19,562,178	19,743,310	19,924,441
8	โคกสูง	22,201,820	23,533,929	23,755,947	23,977,966	24,199,984	24,422,002
9	วังสมบูรณ์	2,172,561,200	2,302,914,872	2,324,640,484	2,346,366,096	2,368,091,708	2,389,817,320
รวม (จ.สระแก้ว)		2,543,154,639	2,695,743,917	2,721,175,464	2,746,607,010	2,772,038,557	2,797,470,103

แนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการ
ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ



สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓

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 : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รอบที่ ๒ หน่วยวัด : จำนวน / น้ำหนัก : 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 หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ

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, OTOP Today, 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

แนวทางการรายงานแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ 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. ให้ระบุเป็นช่องทางการจำหน่าย เช่น Facebook ให้ระบุ ชื่อเพจ/ลิงค์เพจหรือเฟซบุ๊ก
Line ให้ระบุ ID Line
Website ต่างๆ ให้ระบุ ลิงค์เว็บไซต์ นั้นๆ
 ๒. ให้รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการจำหน่ายในตลาดออนไลน์ ในช่องทางที่
ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจำหน่าย ช่วงระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔

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

กรมการพัฒนาชุมชน



สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวอย่างการจัดทำข้อมูล ส่วนที่ ๑

ที่	รหัสผู้ประกอบการ	ชื่อผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่						ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์		ความพร้อมผลิตภัณฑ์ในการเข้าสู่ออนไลน์			
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์	ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับตัดดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวกับออนไลน์	
๑	๑๒๓๔๕๖	นาย ก	กลุ่ม	เสื้อผ้าไทย	ผ้าฯ	๑๐	๒	บางม่วง	ปากเกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑-๑๒๓๔๕๖	๑	๑	๑	๑	๑	
			กลุ่ม	กางเกงลายไทย	ผ้าฯ	๑๐	๒	บางม่วง	ปากเกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑-๑๒๓๔๕๖	๑			๑	๑	๑

1 ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ที่มีผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นตลาดออนไลน์

2 ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

3 ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

แนวทางการดำเนินงานตามมาตรการ
ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ



สิ่งที่ส่งมาด้วย ๔

กรมการพัฒนาชุมชน

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

กรมการพัฒนาชุมชน



สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

หน่วยวัด : ร้อยละ / น้ำหนัก : ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : รายได้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนโครงการ OTOP ตามหลักการการตลาดนำการผลิต 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 ปีงบประมาณพ.ศ. ๒๕๖๔ (เดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔) ของจังหวัด มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ - ๔)

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

กรมการพัฒนาชุมชน



สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

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)

× ๑๐๐

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



วิธีการจัดเก็บข้อมูล

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด รายงานข้อมูลผ่าน “ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC)” กรมการพัฒนาชุมชนทุก ๆ สิ้นเดือน

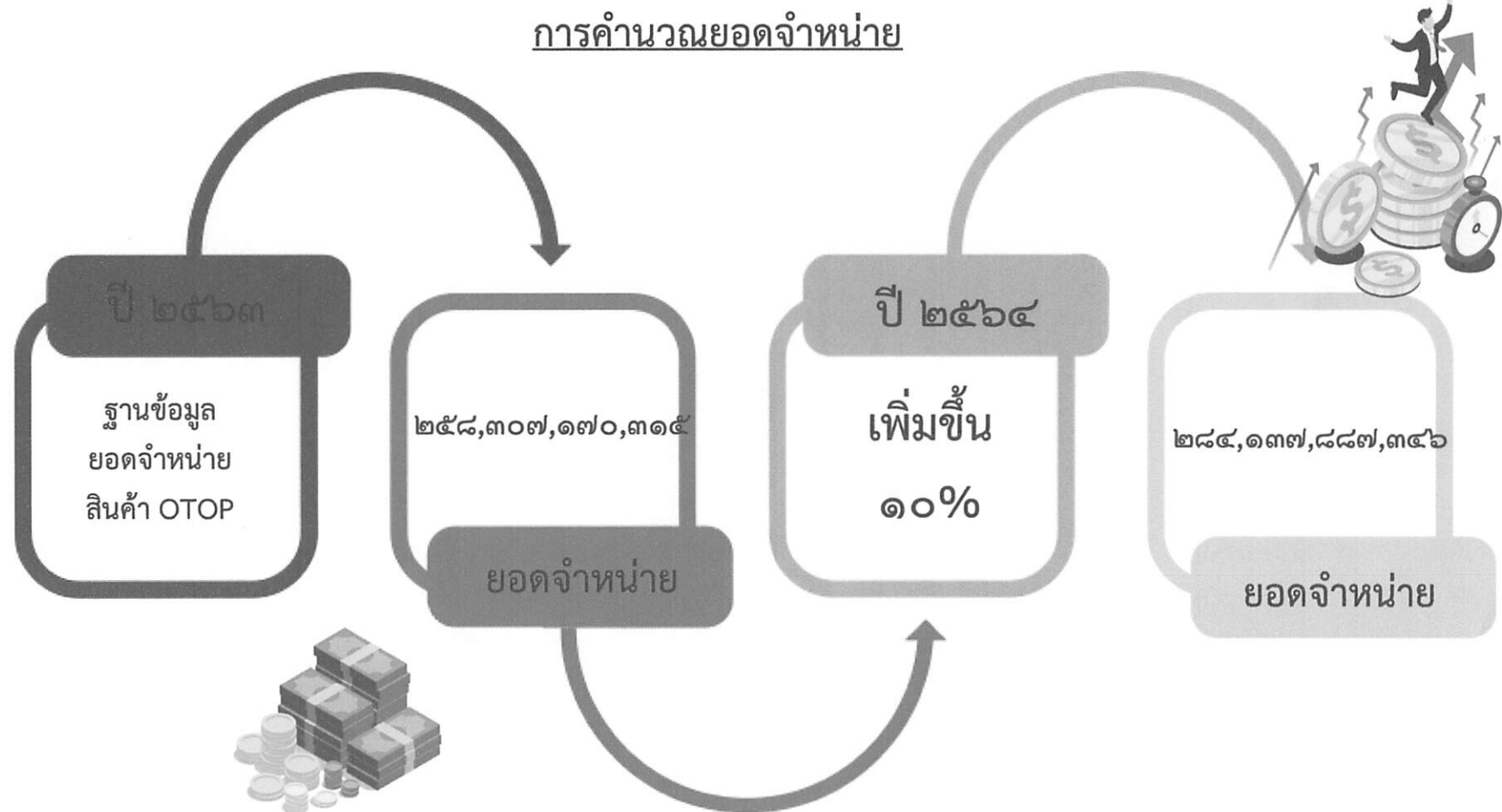
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

กรมการพัฒนาชุมชน




สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP



ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

กรมการพัฒนาชุมชน 
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

แนวทางการรายงานข้อมูลผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

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

