

ด่วนที่สุด

ที่ บร ๐๐๑๙/ว ๓๑๓๙

ถึง อำเภอทุกอำเภอ



กรมการพัฒนาชุมชน กำหนดให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์และการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔ โดยได้กำหนดค่าเป้าหมายตัวชี้วัด รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ร้อยละ ๑๑ มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์จากผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ กำหนดให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP และตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ร้อยละ ๑๐

จังหวัดบุรีรัมย์ ขอให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ดำเนินการดังนี้

๑. ศึกษาแนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑)

๒. จัดทำรายละเอียดตามแบบฟอร์มข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ส่งรายงานตามแบบฟอร์มฯ ให้จังหวัดทราบภายในที่ ๒๕ ของทุกเดือน (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒)

๓. จัดทำข้อมูลตามแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ตามเป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ฯ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ส่งรายงานตามแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ฯ ให้จังหวัดทราบ ภายในวันที่ ๒๕ ของทุกเดือน โดยเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้ส่งรายงานตามแบบรายงานฯ ให้จังหวัดทราบภายในวันจันทร์ที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓)

๔. รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ตามเป้าหมายตัวชี้วัดการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ฯ ในระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป โดยเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานให้แล้วเสร็จภายในวันจันทร์ที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๔)

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ



สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร./โทรสาร ๐ ๔๔๖๖ ๖๕๑๒

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good



ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

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 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, 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/ลิงค์เพจหรือเฟชบุ๊ก
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	ชื่อผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่						ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์		ความพร้อมผลิตภัณฑ์ในการเข้าสู่ออนไลน์			
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์	ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อ	ได้รับตัดสรร 3-5 ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวกับออนไลน์	
๑	๑๒๓๔๕๖	นาย ก	กลุ่ม	เสื้อผ้าไทย	ผ้าฯ	๑๐	๒	บางม่วง	ปากเกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑-๑๒๓๔๕๖	๑	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



กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 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

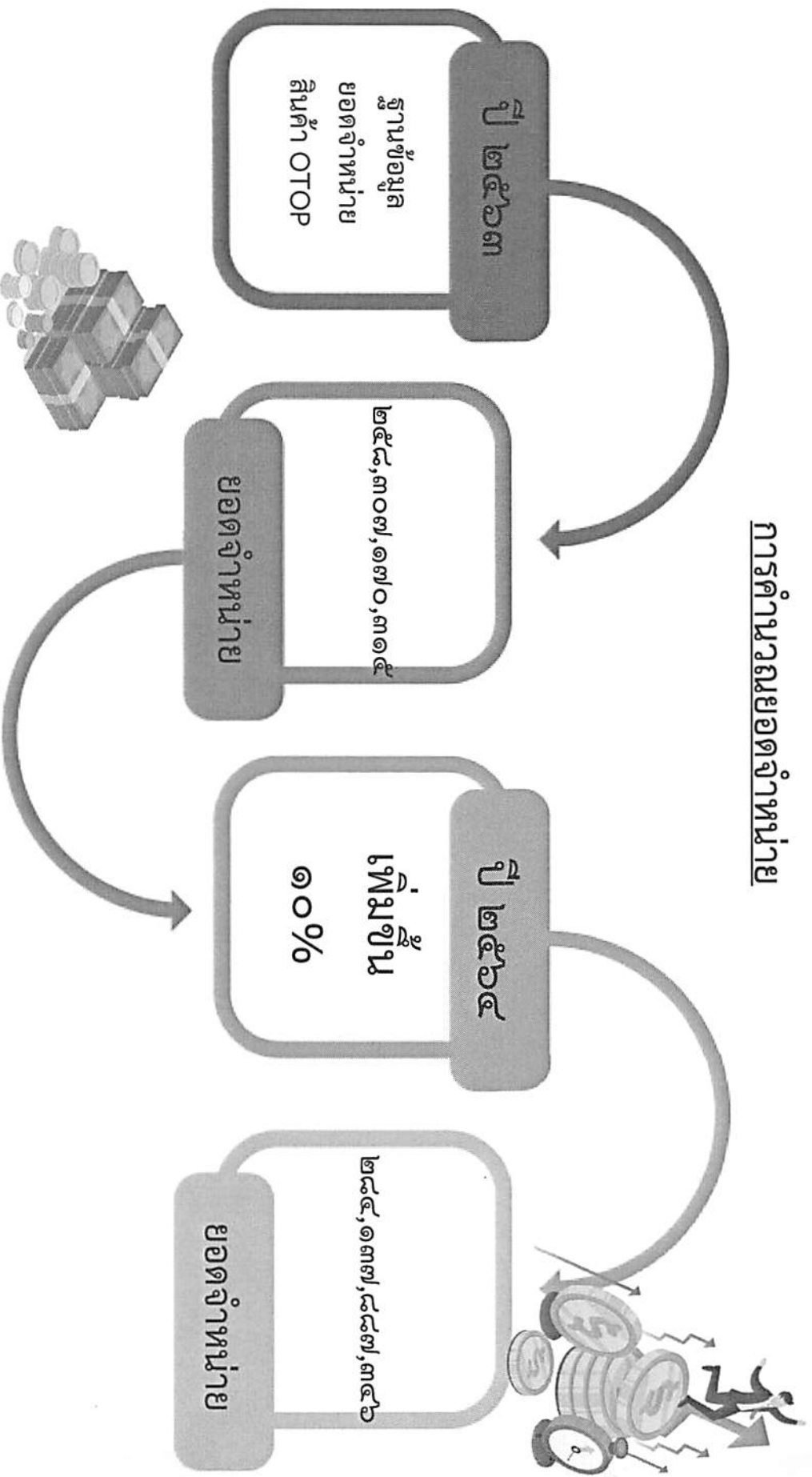
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติงานราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับจังหวัด

กรมการพัฒนารัฐวิสาหกิจ
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวิสาหกิจชุมชน




ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

การคำนวณยอดจำหน่าย



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 จากอำเภอ
ในระบบงานศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) และยืนยันข้อมูลผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป
และเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานภายในวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๔

แบบกรอกข้อมูลผลิตภัณฑ์



(ภาพถ่ายที่มีความชัดเจน)

ชื่อกลุ่ม.....

ชื่อผู้ประกอบการ.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....

ชื่อผลิตภัณฑ์.....

เรื่องราว/สตอรี่ผลิตภัณฑ์.....

ขนาด.....

น้ำหนัก.....

ราคาผลิตภัณฑ์.....

Facebook.....

Line.....

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ 2

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เดือนพฤษภาคม - กันยายน 2564

จังหวัดบุรีรัมย์

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ ปี 2557-2563		จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP						
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP	เป้าหมาย	พ.ค.64	มิ.ย.64	ก.ค.64	ต.ค.64	ก.ย.64	รวม
1	เมืองบุรีรัมย์	410	734	81	16	16	16	16	17	81
2	คูเมือง	171	260	29	5	6	6	6	6	29
3	กระสัง	151	263	29	5	6	6	6	6	29
4	นางรอง	169	414	46	9	9	9	9	10	46
5	หนองกี่	111	138	15	3	3	3	3	3	15
6	ละหานทราย	121	205	23	4	4	5	5	5	23
7	ประโคนชัย	256	775	85	17	17	17	17	17	85
8	บ้านกรวด	117	188	21	4	4	4	4	5	21
9	พุทไธสง	102	256	28	5	5	6	6	6	28
10	ลำปลายมาศ	121	281	31	6	6	6	6	7	31
11	สตึก	153	324	36	7	7	7	7	8	36
12	ปะคำ	96	159	17	3	3	3	4	4	17
13	นาโพธิ์	116	164	18	3	3	4	4	4	18
14	หนองหงส์	224	444	49	9	10	10	10	10	49
15	พลับพลาชัย	128	178	20	4	4	4	4	4	20
16	ห้วยราช	123	204	22	4	4	4	5	5	22
17	โนนสุวรรณ	78	158	17	3	3	3	4	4	17
18	ชำนิ	98	114	13	2	2	3	3	3	13
19	บ้านใหม่ไชยพจน์	96	163	18	3	3	4	4	4	18
20	โนนดินแดง	49	75	8	1	1	2	2	2	8
21	บ้านค่าน	89	229	25	5	5	5	5	5	25
22	แคนดง	83	147	16	3	3	3	3	4	16
23	เฉลิมพระเกียรติ	115	249	27	5	5	5	6	6	27
รวม		3,177	6,122	674	126	129	135	139	145	674

เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบการประเมินที่ 2

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

จังหวัดบุรีรัมย์

สถิติ ล้างอกด้วย ๓

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ ปี 2557-2563		ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 1	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 2	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 3	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 4	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน 5
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP					
1	เมืองบุรีรัมย์	410	734	51	59	66	73	81
2	คูเมือง	171	260	18	21	23	26	29
3	กระสัง	151	263	18	21	24	26	29
4	นางรอง	169	414	29	33	37	41	46
5	หนองกี่	111	138	10	11	12	14	15
6	ละหานทราย	121	205	14	16	18	21	23
7	ประโคนชัย	256	775	54	62	70	78	85
8	บ้านกรวด	117	188	13	15	17	19	21
9	พุทไธสง	102	256	18	20	23	26	28
10	ลำปลายมาศ	121	281	20	22	25	28	31
11	สตึก	153	324	23	26	29	32	36
12	ปะโคน	96	159	11	13	14	16	17
13	นาโพธิ์	116	164	11	13	15	16	18
14	หนองหงส์	224	444	31	36	40	44	49
15	พลับพลาชัย	128	178	12	14	16	18	20
16	ห้วยราช	123	204	14	16	18	20	22
17	โนนสุวรรณ	78	158	11	13	14	16	17
18	จำปี้	98	114	8	9	10	11	13
19	บ้านใหม่ไชยพจน์	96	163	11	13	15	16	18
20	โนนดินแดง	49	75	5	6	7	8	8
21	บ้านค่าน	89	229	16	18	21	23	25
22	แคนหลวง	83	147	10	12	13	15	16
23	เฉลิมพระเกียรติ	115	249	17	20	22	25	27
รวม		3,177	6,122	429	490	551	612	673

เป้าหมายตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP
 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (ตุลาคม ๒๕๖๓ - กันยายน ๒๕๖๔)
 จังหวัดบุรีรัมย์

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่าย สินค้า OTOP ปี ๒๕๖๓	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP ปี ๒๕๖๔ (เพิ่มขึ้น ๑๐%)	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP คะแนน ๑ ๖%	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP คะแนน ๒ ๗%	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP คะแนน ๓ ๘%	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP คะแนน ๔ ๙%	ฐานข้อมูล ยอดจำหน่ายสินค้า OTOP คะแนน ๕ ๑๐%
๑	เมืองบุรีรัมย์	๓๑๖,๙๒๒,๒๖๐	๓๔๘,๖๑๔,๔๘๖	๓๓๕,๙๓๗,๕๙๖	๓๓๙,๑๐๖,๘๑๘	๓๔๒,๒๗๖,๐๔๑	๓๔๕,๔๕๕,๒๖๓	๓๔๘,๖๑๔,๔๘๖
๒	คูเมือง	๗๓,๓๘๘,๗๘๐	๘๐,๗๒๗,๖๕๘	๗๗,๗๙๒,๑๐๗	๗๘,๕๒๕,๙๙๕	๗๙,๒๕๙,๘๘๒	๗๙,๙๙๓,๗๗๐	๘๐,๗๒๗,๖๕๘
๓	กระสัง	๒๓๘,๕๖๙,๖๒๔	๒๖๒,๔๒๖,๕๘๖	๒๕๒,๘๘๓,๘๐๑	๒๕๕,๒๖๙,๔๙๘	๒๕๗,๖๕๕,๑๙๔	๒๖๐,๐๔๐,๘๙๐	๒๖๒,๔๒๖,๕๘๖
๔	นางรอง	๒๖๘,๖๑๘,๘๗๐	๒๙๕,๔๘๐,๗๕๗	๒๘๔,๗๓๖,๐๐๒	๒๘๗,๔๒๒,๑๙๑	๒๙๐,๑๐๘,๓๘๐	๒๙๒,๗๙๔,๕๖๘	๒๙๕,๔๘๐,๗๕๗
๕	หนองกี่	๑๘๘,๘๕๕,๖๐๐	๒๐๗,๗๔๑,๑๖๐	๒๐๐,๑๘๖,๙๓๖	๒๐๒,๐๗๕,๔๙๒	๒๐๓,๙๖๔,๐๔๘	๒๐๕,๘๕๒,๖๐๔	๒๐๗,๗๔๑,๑๖๐
๖	ละหานทราย	๒๙,๓๔๑,๖๕๐	๓๒,๒๗๕,๘๑๕	๓๑,๑๐๒,๑๔๙	๓๑,๓๙๕,๕๖๖	๓๑,๖๘๘,๙๘๒	๓๑,๙๘๒,๓๙๙	๓๒,๒๗๕,๘๑๕
๗	ประโคนชัย	๒๑๙,๘๖๙,๖๗๐	๒๔๑,๘๕๖,๖๓๗	๒๓๓,๐๖๑,๘๕๐	๒๓๕,๒๖๐,๕๔๗	๒๓๗,๔๕๙,๒๔๔	๒๓๙,๖๕๗,๙๔๐	๒๔๑,๘๕๖,๖๓๗
๘	บ้านกรวด	๒๙,๑๓๘,๘๕๐	๓๒,๐๕๒,๗๒๔	๓๐,๘๘๗,๑๗๐	๓๑,๑๗๘,๕๕๙	๓๑,๔๖๙,๙๔๗	๓๑,๗๖๑,๓๓๖	๓๒,๐๕๒,๗๒๔
๙	พุทไธสง	๑๔๒,๑๒๒,๑๐๒	๑๕๖,๓๓๔,๓๑๒	๑๕๐,๖๔๙,๔๒๘	๑๕๒,๐๗๐,๖๔๙	๑๕๓,๔๙๑,๘๗๐	๑๕๕,๙๑๓,๐๙๑	๑๕๖,๓๓๔,๓๑๒
๑๐	ลำปลายมาศ	๑๑๘,๑๒๒,๔๔๒	๑๒๙,๙๓๔,๖๘๖	๑๒๕,๒๐๙,๗๘๙	๑๒๖,๓๙๑,๐๑๓	๑๒๗,๕๗๒,๒๓๗	๑๒๘,๗๕๓,๔๖๒	๑๒๙,๙๓๔,๖๘๖
๑๑	สตึก	๑๗๕,๓๓๕,๗๕๐	๑๙๒,๘๖๙,๓๒๕	๑๘๕,๘๕๕,๘๙๕	๑๘๗,๖๐๙,๒๕๓	๑๘๙,๓๖๒,๖๑๐	๑๙๑,๑๑๕,๙๖๘	๑๙๒,๘๖๙,๓๒๕
๑๒	ปะคำ	๓๓,๐๒๓,๗๔๐	๓๖,๓๒๖,๑๑๔	๓๕,๐๐๕,๑๖๔	๓๕,๓๓๕,๔๐๒	๓๕,๖๖๕,๖๓๙	๓๕,๙๙๕,๘๗๗	๓๖,๓๒๖,๑๑๔
๑๓	นาโพธิ์	๓๒๔,๕๐๒,๔๐๐	๓๕๖,๙๕๒,๖๔๐	๓๔๓,๙๗๒,๕๔๔	๓๔๗,๒๑๗,๕๖๘	๓๕๐,๔๖๒,๕๙๒	๓๕๓,๗๐๗,๖๑๖	๓๕๖,๙๕๒,๖๔๐
๑๔	หนองหงส์	๓๕,๒๖๙,๐๓๐	๓๘,๗๙๕,๙๓๓	๓๗,๓๘๕,๑๗๒	๓๗,๗๓๗,๘๖๒	๓๘,๐๙๐,๕๕๒	๓๘,๔๔๓,๒๔๓	๓๘,๗๙๕,๙๓๓
๑๕	พลับพลาชัย	๓๗,๙๘๘,๒๐๐	๔๑,๗๘๗,๐๒๐	๔๐,๒๖๗,๔๙๒	๔๐,๖๔๗,๓๗๔	๔๑,๐๒๗,๒๕๖	๔๑,๔๐๗,๑๓๘	๔๑,๗๘๗,๐๒๐
๑๖	ห้วยราช	๓๑,๔๐๔,๖๘๐	๓๔,๕๕๕,๑๔๘	๓๓,๒๘๘,๙๖๑	๓๓,๖๐๓,๐๐๘	๓๓,๙๑๗,๐๕๕	๓๔,๒๓๑,๑๐๑	๓๔,๕๕๕,๑๔๘

๑๗	โนนสุวรรณ	๖๗,๔๓๐,๐๓๕	๗๔,๑๗๓,๐๓๙	๗๑,๔๗๕,๘๓๗	๗๒,๑๕๐,๑๓๗	๗๒,๘๒๔,๔๓๘	๗๓,๔๙๘,๗๓๘	๗๔,๑๗๓,๐๓๙
๑๘	ชำนิ	๒๙,๘๕๖,๒๐๐	๓๒,๘๔๑,๘๒๐	๓๑,๖๔๗,๕๗๒	๓๑,๙๔๖,๑๓๔	๓๒,๒๔๔,๖๙๖	๓๒,๕๔๓,๒๕๘	๓๒,๘๔๑,๘๒๐
๑๙	บ้านใหม่ไชยพจน์	๓๑,๘๕๑,๒๑๗	๓๕,๐๓๖,๓๓๙	๓๓,๗๖๒,๒๙๐	๓๔,๐๘๐,๘๐๒	๓๔,๓๙๙,๓๑๔	๓๔,๗๑๗,๘๒๗	๓๕,๐๓๖,๓๓๙
๒๐	โนนดินแดง	๔๑,๘๗๒,๐๐๐	๔๖,๐๕๙,๒๐๐	๔๔,๓๘๔,๓๒๐	๔๔,๘๐๓,๐๔๐	๔๕,๒๒๑,๗๖๐	๔๕,๖๔๐,๔๘๐	๔๖,๐๕๙,๒๐๐
๒๑	บ้านด่าน	๒๔,๐๖๗,๙๐๐	๒๖,๔๗๔,๖๙๐	๒๕,๕๑๑,๙๗๔	๒๕,๗๕๒,๖๕๓	๒๕,๙๙๓,๓๓๒	๒๖,๒๓๔,๐๑๑	๒๖,๔๗๔,๖๙๐
๒๒	แคนดง	๔๙,๘๖๔,๘๐๐	๕๕,๘๕๑,๒๘๐	๕๒,๘๕๖,๖๘๘	๕๓,๓๕๕,๓๓๖	๕๓,๘๕๓,๙๘๔	๕๔,๓๕๒,๖๓๒	๕๕,๘๕๑,๒๘๐
๒๓	เฉลิมพระเกียรติ	๑๐๔,๓๒๐,๒๕๐	๑๑๔,๗๕๒,๒๗๕	๑๑๐,๕๗๙,๔๖๕	๑๑๑,๖๒๒,๖๖๘	๑๑๒,๖๖๕,๘๗๐	๑๑๓,๗๐๙,๐๗๓	๑๑๔,๗๕๒,๒๗๕
รวม		๒,๖๑๑,๗๓๖,๐๔๐	๒,๘๗๒,๙๐๙,๖๔๔	๒,๗๖๘,๔๔๐,๒๐๒	๒,๗๙๔,๕๕๗,๕๖๓	๒,๘๒๐,๖๗๔,๙๒๓	๒,๘๔๖,๗๙๒,๒๘๔	๒,๘๗๒,๙๐๙,๖๔๔