



ที่ นค ๐๐๑๙.๓/ว ๕๗๕

ศาลากลางจังหวัดหนองคาย
ถนนมิตรภาพ นค ๔๓๐๐๐

๑๑ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง โครงการสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัดหนองคาย (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒

เรียน นายอำเภอทุกอำเภอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสมัครฯ	จำนวน ๑ ชุด
๒. หลักเกณฑ์การคัดสรรฯ	จำนวน ๑ ชุด
๓. กำหนดการฯ	จำนวน ๑ ฉบับ
๔. แบบตอบรับฯ	จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยจังหวัดหนองคาย กำหนดดำเนินงานโครงการสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด ให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อประชาสัมพันธ์สุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด ให้เป็นที่รู้จัก และส่งเสริมช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ OTOP เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน และเพื่อนำสุดยอดผลิตภัณฑ์ เด่นของจังหวัดเข้าสู่กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ จังหวัดฯ จึงขอให้อำเภอมอบหมายให้สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดำเนินการประชาสัมพันธ์และประสานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เป้าหมาย ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่สนใจเข้าร่วมดำเนินการตามโครงการคัดสรรสุดยอด ผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัดหนองคาย (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ระหว่างวันที่ ๑๗-๑๘ มกราคม ๒๕๖๒ โดยลงทะเบียนรายงานตัว ในวันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒ เวลา ๑๓.๐๐ น. ณ ห้องประชุม โรงแรมชาวิลล่า อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ทั้งนี้ ขอให้อำเภอส่งตอบรับรายชื่อกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วมโครงการฯ ภายในวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒ รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายชาติภูมิ แสนใจวุฒิ)
พัฒนาการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองคาย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร. /โทรสาร ๐-๔๒๔๑-๑๑๘๒

หนองคาย “เกษตรอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรุ่งเรือง เมืองท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง”

๔. ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

๕. ด้านการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

๖. รูปภาพผลิตภัณฑ์

**หมายเหตุ รูปภาพผลิตภัณฑ์ขอเป็นไฟล์รูปภาพ

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด
(Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒

หลักการและเหตุผล

กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นภาคการผลิตและบริการให้มีความสามารถในการแข่งขัน เกิดความยั่งยืน เพื่อให้ประชาชนในประเทศมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยแนวทางที่สำคัญคือการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ที่ลดความเหลื่อมล้ำของสังคมโดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทั้งประเทศ โดยมีแผนงานที่สำคัญ คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง การส่งเสริมการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นนโยบายรัฐบาลเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง มั่งคั่ง ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้สมัยใหม่ แหล่งเงินทุนและพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชน ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในการส่งเสริมการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยองค์ความรู้ทางวิชาการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชน นำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีความโดดเด่นสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นที่ยอมรับของตลาดและสามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ ในการบูรณาการ เพื่อกำหนดเป้าหมายผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าเป็นที่นิยม มีศักยภาพด้านการผลิต ความสามารถด้านการตลาด จึงจำเป็นต้องจัดให้มีกระบวนการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด โดยการพิจารณาจากการเสนอของจังหวัด ผู้บริโภค และการส่งเสริมจากหน่วยงาน ที่ร่วมเป็นภาคีการทำงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เด่นจังหวัด ในการพัฒนาส่งเสริมการผลิต การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน การตลาด และการท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ดังกล่าวที่มีอยู่ในทุกจังหวัด ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป กรมการพัฒนาชุมชน จึงได้จัดทำโครงการสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น (Provincial Star OTOP : PSO) ปี ๒๕๖๒ ขึ้น

วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด ให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด
- ๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์สุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด ให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ OTOP เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน
- ๒.๓ เพื่อนำสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดเข้าสู่กระบวนการส่งเสริมและพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด

เป้าหมาย

จังหวัดคัดสรรผลิตภัณฑ์เด่นแต่ละประเภท ประเภทผลิตภัณฑ์ละ ๑ ผลิตภัณฑ์ รวมจังหวัดละ ๕ ผลิตภัณฑ์

คุณสมบัติ

๑. เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑ ของจังหวัด
๒. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑
๓. ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการฯ ต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน หรือได้รับอนุมัติตามที่กฎหมายกำหนด

หลักการ

ผลิตภัณฑ์เด่นที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคของจังหวัด ที่ขึ้นทะเบียน OTOP ในปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑

ประเภทผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด แบ่งออกเป็น ๕ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

๑. ประเภทอาหาร
๒. ประเภทเครื่องดื่ม
๓. ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
๔. ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก
๕. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

แนวทางการดำเนินงานระดับกรม

๑. กรมฯ แต่งตั้งคณะกรรมการการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒
๒. กรมฯ จัดประชุมคณะกรรมการฯ การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด
๓. กรมฯ จัดทำคู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อส่งมอบให้จังหวัดเป็นแนวทางในการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด
๔. กรมฯ ประชุมคณะกรรมการฯ เพื่อพิจารณาผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน ๓๘๐ ผลิตภัณฑ์

แนวทางการดำเนินงานระดับจังหวัด

๑. จังหวัดแต่งตั้งคณะกรรมการการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งประกอบด้วย
 - ๑.๑ ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือรองผู้ว่าราชการจังหวัดที่ได้รับมอบหมาย ประธานกรรมการ
 - ๑.๒ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวนตามที่เห็นสมควร กรรมการ
 - ๑.๓ กอ.นตผ.จังหวัด จำนวนตามที่เห็นสมควร กรรมการ
 - ๑.๔ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนตามที่เห็นสมควร กรรมการ

- ๑.๕ พัฒนาการจังหวัด
- ๑.๖ หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
๒. จังหวัดจัดประชุมชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ แก่คณะกรรมการระดับจังหวัด
๓. จังหวัดดำเนินการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน ๒ ครั้งๆ ละ ๑ วัน ดังนี้
- ๓.๑ ครั้งที่ ๑ ประชุมชี้แจงโครงการ/รับสมัคร/คัดกรองเบื้องต้น กลุ่มเป้าหมาย ๔๐ คน
- ๓.๒ ครั้งที่ ๒ คัดสรรผลิตภัณฑ์เด่น ระดับจังหวัด กลุ่มเป้าหมาย ๔๐ คน
๔. จังหวัดประกาศผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒
๕. จังหวัดส่งประกาศผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด และรายงานผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด (Provincial Star OTOP : PSO) ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ตามแบบรายงานผลการคัดสรรฯ ที่กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด

กรรมการและเลขานุการ
กรรมการและผู้ช่วย
เลขานุการ

กรอบการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่น จังหวัด

๑. เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยม และมีมูลค่าทางการตลาด
๒. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
๓. ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
๔. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนเชิงพื้นที่ มีการสืบทอดจนเป็นวิถีชุมชน/จังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี

เกณฑ์การให้คะแนน

๑. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (๓๐ คะแนน)
 - ๑.๑ ผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (๑๐ คะแนน)
 - นำมาจากที่อื่นไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม (๓ คะแนน)
 - นำมาจากที่อื่น มีการพัฒนาเพิ่มเติม (๗ คะแนน)
 - เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม มีการพัฒนาสร้างสรรค์ (๑๐ คะแนน)
 - ๑.๒ มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story) (๑๐ คะแนน)
 - มีเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก (๓ คะแนน)
 - มีเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึก (๗ คะแนน)
 - มีเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีการบันทึก และมีการนำเสนอ ประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน)
 - ๑.๓ ความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด (๑๐ คะแนน)
 - ความเป็นอัตลักษณ์ที่ไม่ใช่ภูมิปัญญาดั้งเดิม (๓ คะแนน)
 - ความเป็นอัตลักษณ์ที่นำมาจากถิ่นอื่น (๗ คะแนน)
 - ความเป็นอัตลักษณ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิม (๑๐ คะแนน)

๒. ด้านการผลิต (๓๐ คะแนน)

๒.๑ มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ (๑๐ คะแนน)

- ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัด น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (๓ คะแนน)
- ใช้วัตถุดิบในภายในจังหวัด ร้อยละ ๘๐ (๗ คะแนน)
- ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด (๑๐ คะแนน)

๒.๒ มีการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต (๑๐ คะแนน)

- ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (๓ คะแนน)
- การผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีการดำเนินการแก้ไข (๗ คะแนน)
- การผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (มีกระบวนการจัดการสิ่งเหลือใช้อย่างเป็นระบบ

(๑๐ คะแนน)

๒.๓ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพคงเดิม และสามารถขยายการผลิตในเชิงพาณิชย์ได้ (๑๐ คะแนน)

- ไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม (๓ คะแนน)
- สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม (๗ คะแนน)
- สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม (๑๐ คะแนน)

๓. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (๒๐ คะแนน)

๓.๑ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ (๖ คะแนน)

- มีความโดดเด่น แปลกใหม่ (๑ คะแนน)
- มีความโดดเด่น แปลกใหม่ มีนวัตกรรม เหมาะสมกับการใช้งาน (๓ คะแนน)
- มีความโดดเด่น แปลกใหม่ มีนวัตกรรม เหมาะสมกับการใช้งาน และเชื่อมโยง

กับการท่องเที่ยว (๖ คะแนน)

๓.๒ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (เลือกข้อใดข้อหนึ่งตามตัวผลิตภัณฑ์) (๗ คะแนน)

๓.๒.๑ กรณีมีบรรจุภัณฑ์

- มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา (๓ คะแนน)
- มีบรรจุภัณฑ์ เช่น กล่อง การบรรจุสามารถรักษาคุณภาพได้ระยะหนึ่ง แต่ไม่มี

รายละเอียดที่ต้องระบุ (ตาม) มาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์ (๕ คะแนน)

- มีบรรจุภัณฑ์ เช่น กล่อง การบรรจุสามารถรักษาคุณภาพ (๗ คะแนน)

๓.๒.๒ กรณีที่ไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์

- มีวัสดุห่อหุ้มเพื่อป้องกันความเสียหายในการขนย้าย (๓ คะแนน)
- มีวัสดุห่อหุ้ม และกระบวนการจัดการที่ดีในการขนย้าย (๕ คะแนน)
- มีวัสดุห่อหุ้ม มีกระบวนการจัดการที่ดี และมีคำแนะนำในเรื่องการขนย้ายและ

การถอด/ประกอบ (๗ คะแนน)

๓.๓ ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (ใช้สำหรับเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ประเภท/ชนิดเดียวกัน) (๗ คะแนน)

- มีแบรนด์ของสินค้า (๓ คะแนน)
- มีแบรนด์สินค้าและความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ (๕ คะแนน)
- มีแบรนด์สินค้า มีความโดดเด่น และมีความเหมาะสมในตัวผลิตภัณฑ์ (๗ คะแนน)

๔. ด้านการตลาด (๒๐ คะแนน)

๔.๑ การเข้าถึงของผู้บริโภค (๑๐ คะแนน)

- มีการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ (๓ คะแนน)
- มีช่องทางการตลาดออนไลน์ (๗ คะแนน)
- มีช่องทางการตลาดออนไลน์ และ E-Commerce (๑๐ คะแนน)

๔.๒ ช่องทางการตลาด (๑๐ คะแนน)

- ช่องทางการตลาดภายในจังหวัด (๓ คะแนน)
- ช่องทางการตลาดภายในจังหวัด และภายในประเทศ (๗ คะแนน)
- ช่องทางการตลาดภายในจังหวัด ภายในประเทศ และต่างประเทศ (๑๐ คะแนน)

