



Câu chuyện về Mỗi Tambon Một sản phẩm : OTOP



*Cục Phát triển cộng đồng
Bộ Nội vụ*



Nội dung

- Lịch sử hình thành
- Quan điểm OTOP
- Hiện trạng OTOP
- Vai trò và nhiệm vụ của Chính quyền
- Thúc đẩy OTOP tại Thái Lan
- Phân loại OTOP
- Yếu tố thành công





Lịch sử hình thành & Quan điểm OTOP



Lịch sử hình thành

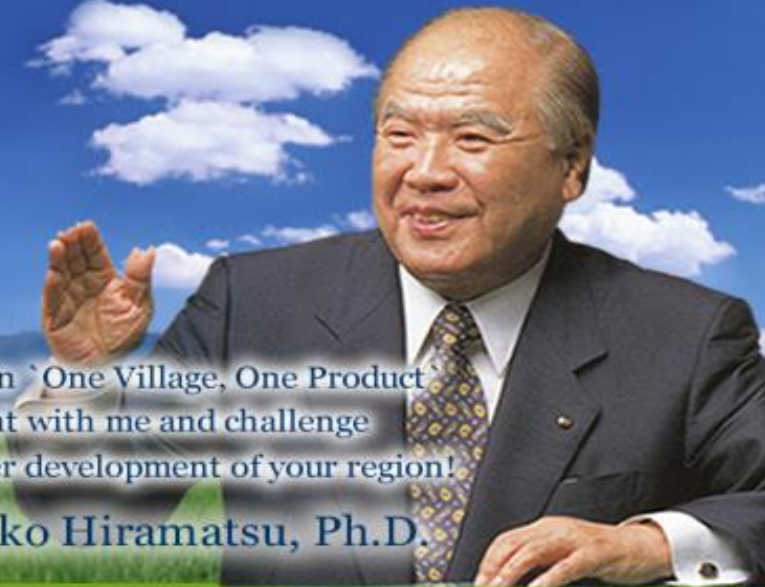
- Bắt đầu vào năm 2001 bằng cách thông qua khái niệm về
- “Mỗi làng một sản phẩm” từ tỉnh OITA, Nhật Bản

'One Village, One Product' Movement was advocated by Dr. Morihiko Hiramastu in 1979, when he was first elected as Governor of Oita Prefecture, Japan. The movement was promoted through actual activities with a slogan "Let's work together on what we can do in the present condition!"



Let's learn 'One Village, One Product' Movement with me and challenge for further development of your region!

Morihiko Hiramatsu, Ph.D.



Quan điểm

Chính phủ Thái Lan áp dụng khái niệm “Mỗi làng một sản phẩm” từ tỉnh OITA của Nhật Bản, được chính quyền tỉnh OITA khởi xướng vào năm 1979 Đề xuất cải cách thiện chất lượng cuộc sống của người dân và đã áp dụng kể từ đó.

Chính quyền đã đặt ra một chính sách rõ ràng như sau:

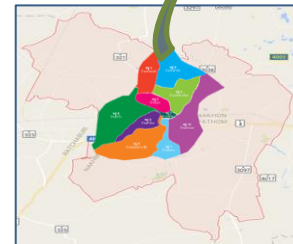
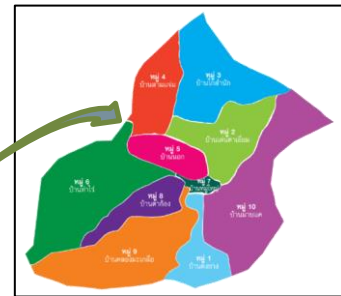
- Phát triển cơ sở kinh tế
- Đề cải thiện mức sống của người dân (hoặc chất lượng cuộc sống)
- Hồi sinh cộng đồng cơ sở

Tambon là đơn vị trực thuộc cấp huyện

- Tambon, Amphoe & Changwat
- Ở Thái Lan, một tambon là đơn vị trực thuộc cấp huyện. Tiếp theo là Amphoe (huyện) và sau đó là Changwat (tỉnh)

Tại sao chọn Tambon?

- Đơn vị hành chính nhỏ nhất
- Có diện tích lớn hơn



One Tambon One Product là gì: OTOP

OTOP là chữ viết tắt của “One Tambon One Product”

Dự án hỗ trợ các hợp tác xã cộng đồng ở các đơn vị trực thuộc huyện trên khắp Thái Lan. Lấy cảm hứng từ chương trình Mỗi làng một sản phẩm (OVOP) của Nhật Bản,

OTOP được chính phủ Thái Lan giới thiệu vào đầu những năm 2000 với mục đích tăng thu nhập của làng và bảo tồn giá trị bản địa. Đã trở thành một học phần của dự án OTOP đảm bảo sản phẩm được làm thủ công và sản xuất tại địa phương tại một trong những cộng đồng OTOP tham gia.

3 nguyên tắc cơ bản





Mục tiêu

1

Tạo việc làm và tăng thu nhập cho cộng đồng

2

Phát huy kiến thức bản địa

3

Tăng cường cộng đồng

4

Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực

5

Thúc đẩy sự sáng tạo của cộng đồng



Chiến lược OTOP

- ❖ Sử dụng kiến thức, lao động và nguồn lực địa phương để sản xuất các sản phẩm cộng đồng đặc biệt
- ❖ Sản xuất các sản phẩm không gây hại cho môi trường và tài nguyên thiên nhiên
- ❖ Thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương và khu vực
- ❖ Thiết lập mạng lưới mạnh mẽ của các nhóm nghề nghiệp
- ❖ Tăng cường sự tham gia giữa các cơ quan chính phủ và các chính quyền địa phương

Danh mục các chủ thể OTOP

**Nhóm
cộng đồng**

Hộ cá thể

**Doanh
nghiệp vừa
và nhỏ dựa
vào cộng
đồng**



Danh mục sản phẩm OTOP

**Thực
phẩm**

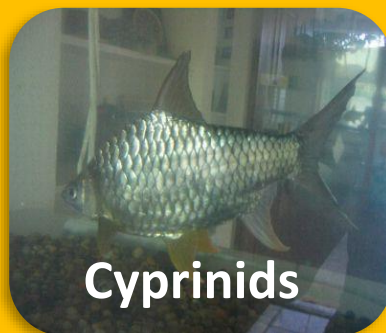
**Đồ
uống**

**Vải sợi
& hàng
may mặc**

**Nội thất,
trang trí
& Quà lưu
niệm**

**Thảo
dược**

LOLO CỦA OTOP



số Thái Lan = 1



Hiện trạng OTOP ở Thái Lan

20 năm hoạt động

2001 - Hội nhập cấp Bộ trưởng

2002 - Tìm kiếm OTOP

2003 – Đăng ký sản phẩm cuộc thi Vô địch OTOP

2004 – Chiến dịch về tiêu chuẩn, đăng ký chủ thể



20 năm hoạt động

2005 - Quảng bá Tiếp thị



2006 Tìm kiếm sản phẩm OTOP xuất sắc (PSO & OVC)



20 năm hoạt động

2007 – Lựa chọn sản phẩm OTOP + KBO (kiến thức dựa trên quan điểm OTOP : KBO)



2008 – Thúc đẩy Doanh nhân



20 năm hoạt động



2009 – Phát triển bền vững : OTOP trẻ

2010- Thúc đẩy mạng lưới OTOP

2011- OTOP Tạo ra giá trị cho nền kinh tế sáng tạo

2012- 2013 Xúc tiến Thương mại & Chuẩn bị cho AEC

2014- 2015 Kiểm soát chất lượng và tăng cường tiếp thị

20 năm hoạt động

2016 “Tinh thần OTOP”



2517 – nay “Dự án Phát triển Tiềm năng Cộng đồng Du lịch OTOP Nawatwithi Giàu có & Thịnh vượng”



Vai trò & trách nhiệm của Chính phủ Thái Lan trong hỗ trợ OTOP

Cơ chế & Vận hành OTOP

- Hệ thống cơ sở dữ liệu (Sản phẩm & Nhà sản xuất)
- Phân loại OTOP (Phân loại sản phẩm)
- Phát triển sản phẩm & nhà sản xuất (Cải thiện chất lượng và số lượng)
- Xúc tiến tiếp thị (Trong nước và Quốc tế)



Đăng ký OTOP năm 2021



Chủ thể/doanh nghiệp

Tổng cộng 94.181



Sản phẩm OTOP

Tổng cộng 211.624

Chủ thể/doanh nghiệp

Nhóm, tổ: 52,006

Cá nhân: 40.592

doanh nghiệp vừa và
nhỏ: 1.583

DỮ LIỆU

Phân nhóm ABCD

A = 9,382

B = 9,858

C = 25,764

D = 166.620

Phân loại

Thực phẩm: 80.824

Đồ uống: 10.624

Vải, may mặc: 40.329

Trang trí, nội thất: 52,791

Thảo dược: 27,056

ngày 15 tháng 1 năm 2021

Nhà vô địch sản phẩm OTOP- OPC

Bối cảnh

Ban Phát triển Cộng đồng đã được Ủy ban Điều hành OTOP Quốc gia giao phụ trách dự án OTOP Product Champion nhằm nâng cao tiêu chuẩn và chất lượng để đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế.



Đánh giá Nhà vô địch sản phẩm OTOP- OPC



1 sao = khó phát triển



2 sao = chất lượng trung bình/có thể phát triển lên 3 sao



3 sao = chất lượng trung bình/có thể phát triển lên 4 sao



4 sao = Chất lượng tốt/có thể phát triển ra quốc tế



5 sao = Chất lượng tốt hơn/Tiềm năng xuất khẩu

Mục tiêu của OTOP Product Champion

- Phân loại sản phẩm để phát triển
- Xây dựng cơ sở dữ liệu sản phẩm để tích hợp tất cả các bộ phận có liên quan
- Nhằm quảng bá và nâng cao giá trị của sản phẩm để được chấp nhận, vì vậy nó có thể được sử dụng như một nguồn thu nhập và củng cố cộng đồng
- Kích thích quá trình tham gia của doanh nhân và cộng đồng trong phát triển sản phẩm



Cơ chế lựa chọn nhà vô địch sản phẩm OTOP

- Có thể xuất khẩu & Giá trị thương hiệu
- Liên tục & nhất quán
- Tiêu chuẩn hóa & Chất lượng & Sự hài lòng
- Câu chuyện về sản phẩm phản ánh bản sắc của cộng đồng





Số liệu về cuộc thi Nhà vô địch sản phẩm OTOP



Nhà sản xuất/Doanh nhân
Tổng số 11.824 Tập thể/Cá nhân

Sản phẩm
19,560 Sản phẩm

1 sao 861 Sản phẩm ★

điểm dưới 50

2 sao 1,688 Sản phẩm ★★

điểm từ 50 -69

3 sao 5,252 Sản phẩm ★★★

Điểm từ 70 -79

4 sao 8,017 Sản phẩm ★★★★

điểm từ 80 - 89

5 sao 3,742 Sản phẩm ★★★★★

Điểm từ 90 -100



Nhà vô địch sản phẩm OTOP



Nhà sản xuất/Doanh nhân

Tổng số 11.824 Tập thể/Cá nhân

Sản phẩm

Tổng số 19.560 Sản phẩm

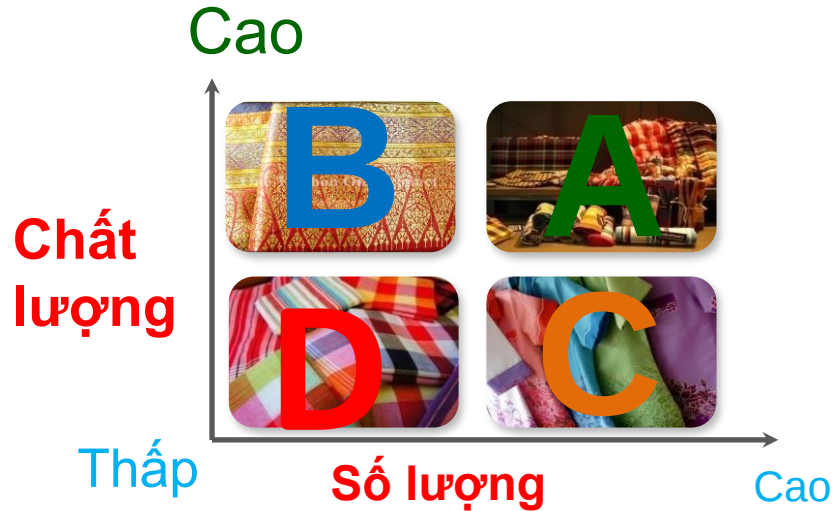
Thể loại	Kết quả Quán quân Sản phẩm OTOP					Tổng cộng
	1	2	3	4	5	
Món ăn	275	230	966	2.322	1.264	5,057
Đồ uống	10	10	138	454	183	795
Vải & Mặc quần áo	97	407	1.550	3,438	1.643	7.135
Nội thất, Trang trí & Quà lưu niệm	284	939	2.320	1.135	267	4,945
sản phẩm thảo dược	195	102	278	668	385	1.628
Tổng:	861	1.688	5,252	8,017	3,742	19.560

Đến năm
2020

Nhận dạng OTOP mới - Góc phần tư OTOP

Chia OTOP thành 4 nhóm

Phụ thuộc vào Chất Lượng & Số Lượng



A

Tốt nhất
Chất Lượng Cao - Sản Lượng Cao
thị trường quốc tế

b

Xác thực
Chất lượng cao - Sản lượng thấp
Thị trường thích hợp

C

Tiêu chuẩn
Chất Lượng Trung Bình - Năng Suất
Cao
Thị trường nội địa

Đ

Phát triển, xây dựng
Chất lượng thấp - Sản lượng thấp
Thị trường địa phương (cộng đồng)

**Mục
tiêu**



**Doanh nhân có năng lực
cạnh tranh**



Trung tâm Dịch vụ Kinh tế cơ sở

Tổng số 878 Trung tâm

**Đánh giá
(năm 2012)**



Tốt (A)

Điểm đánh giá trên 35 điểm
Tổng số 355 Trung tâm dịch vụ

Khá (B)

Điểm đánh giá Từ 20-35 điểm
Tổng số 512 Trung tâm dịch vụ

Cải thiện (C)

Điểm đánh giá dưới 20 điểm
Tổng số 11 Trung tâm dịch vụ



Mạng lưới OTOP



Phòng Phát triển cộng đồng khuyến khích văn phòng CDD thiết lập mạng lưới OTOP ở cấp huyện và tỉnh. Mạng OTOP nhằm mục đích:

1. Tăng tiềm năng của nhà sản xuất bằng cách tạo cơ hội để có một nền tảng trao đổi kiến thức phát triển sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn
2. Phát huy tính kế thừa giá trị bản địa
3. bảo tồn tri thức trí tuệ bản địa
4. Gia tăng giá trị cho sản phẩm địa phương



Ủy ban mạng OTOP

1. Mạng lưới OTOP Cấp huyện Tổng số 878 Ủy ban
2. Mạng lưới OTOP Cấp tỉnh Tổng số 79 Ủy ban
3. Mạng lưới OTOP Cấp khu vực Tổng cộng 4 Ủy ban
4. Mạng lưới OTOP cấp quốc gia Tổng cộng 1 Ủy ban



NHÀ GIAO DỊCH OTOP



OTOP Trader là người trung gian bán các sản phẩm OTOP. Thương nhân OTOP là một kênh khác để bán các sản phẩm OTOP chất lượng tốt và tiêu chuẩn. Có hai cấp độ OTOP Trader như sau:

1. Cấp tỉnh
2. Cấp quốc gia

Ủy ban Thương nhân OTOP Quốc gia (ví dụ):

Ông Watcharapong, tỉnh, tỉnh Phra Nakhon Si Ayutthaya

Ông Kriti Palaboonma, Giám đốc tỉnh Uttaradit

Ông Nuttawat Tansirisathien, Tỉnh Karakkakhu

Bà Saengsakul Ủy ban Khu vực Trung tâm

Ông Ronnaphop Phao

Ông Ronnaphop Tawan Tawan,

Ông Wichan Chaikit, Tỉnh Chanthaburi Karmakat Tawao

Ông Sahatsanai Yong Giám đốc khu vực phía Tây

Bà Wong Sa Kaeo Giám đốc Giám đốc khu vực các tỉnh Biên giới



Học viện OTOP (Viện Dân trí và Kiến thức bản địa)



7 Trung tâm đào tạo

1. Trung tâm OTOP
Phu Ket

2 Tổ dệt Bang Chao
Cha

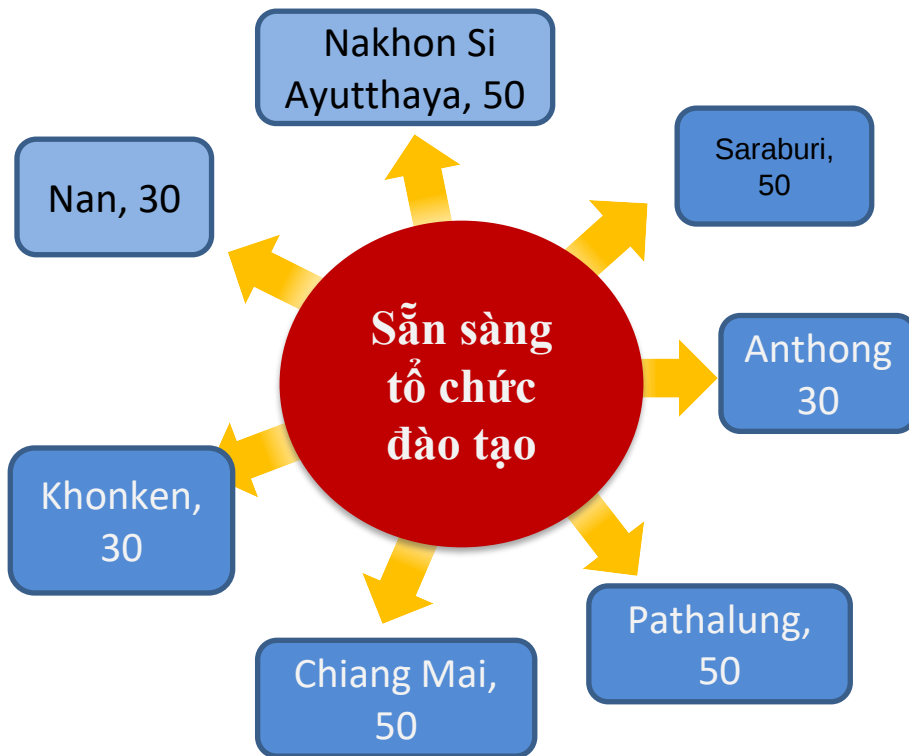
3. Tỉnh Phathalung

4. Tỉnh Chiang Mai

5. Nhóm thủ công mỹ nghệ
Khum Suk KhoKhon Kaen

6. Trung tâm đổi mới và
phân phối nông sản an toàn,
tỉnh Nan

7 Trung tâm OTOP
OUTLETTỉnh Phra Nakhon Si
Ayutthaya



Tên hiệu trưởng/điều phối

1. Liên hệ Tỉnh (Tel. 081-8529391) Cô Nareerat Uthaisaengsakul
2. Liên hệ Tỉnh (ĐT. 089-0453678) Ông Pornchai Boonruen
3. Liên hệ Tỉnh (ĐT. 087-2866446) Ông Nad Onkaew
4. Liên hệ (Tel. 081-9028963) Ông Niris Boonsathit
5. Liên hệ (ĐT. 085-0082264) Ông Tawee Sukko
6. Tỉnh Nan (ĐT. 089-9227886) Bà Metaporn Thongdam
7. Liên hệ (Tel. 095-3288029) Ông Watcharapong Radomsitthipat



Thúc đẩy kiến thức bản địa OTOP



Kỷ lục bảo tồn kiến thức bản địa OTOP



**Số lượng kiến thức bản địa đã được ghi lại
tổng số 2.083 từ 76 tỉnh**

Dựa vào danh mục sản phẩm

- ❖ Thực phẩm 583 Sản phẩm
- ❖ Nước Giải Khát 96 Sản Phẩm
- ❖ Vải 633 Sản phẩm
- ❖ Nội thất 611 Sản phẩm
- ❖ Thảo dược 160 Sản phẩm

Dựa theo khu vực

- ❖ Miền Bắc 268 Sản phẩm
- ❖ Đông Bắc 652 Sản phẩm
- ❖ Trung tâm 786 Sản phẩm
- ❖ Nam 377 Sản phẩm



OTOP thanh niên

2017-2020



Trình độ OTOP trẻ

- Nhà sản xuất/doanh nhân ở độ tuổi 15 – 30 tuổi

Con cháu chủ thể OTOPT tuổi từ 15 – 30



Nhà sản xuất/doanh nhân OTOP

Tổng số 1.016 Tập thể/cá nhân

Nhà sản xuất/doanh nhân

Bắc: 256

Đông Bắc: 337

Trung tâm: 276

Nam: 147

Sản phẩm

Tổng số 1.016 sản phẩm

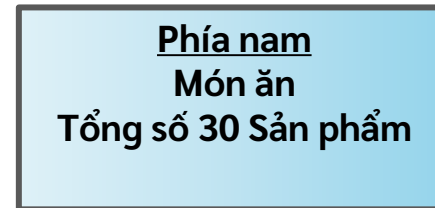
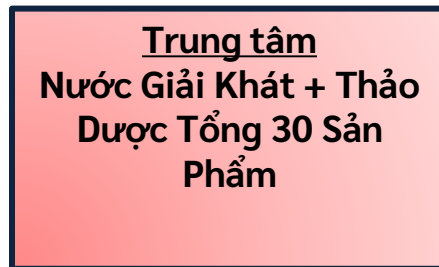
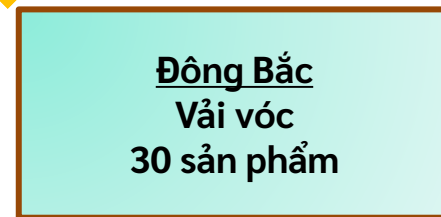
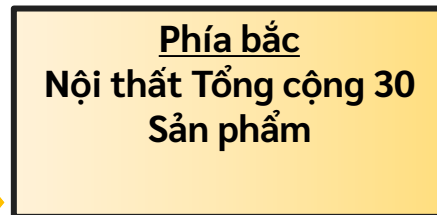
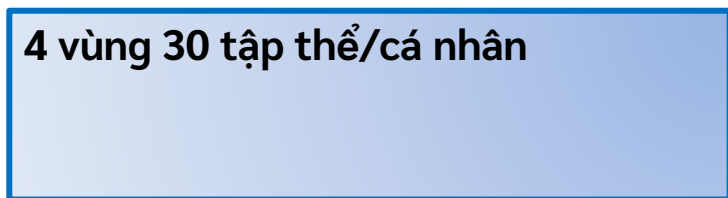
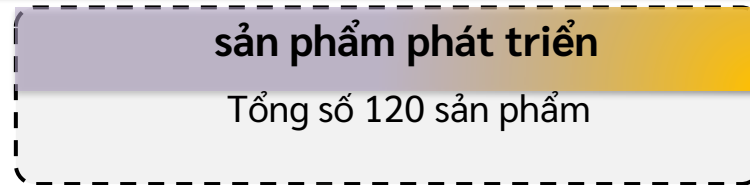
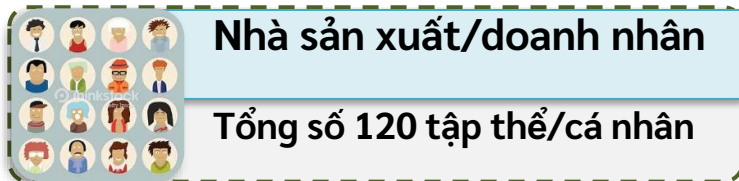
- ❖ Thực phẩm 272 Sản phẩm
- ❖ Nước Giải Khát 55 Sản Phẩm
- ❖ Vải 412 Sản phẩm
- ❖ Nội thất 168 Sản phẩm
- ❖ Thảo dược 109 Sản phẩm



OTOP cao cấp



- Nhà sản xuất/doanh nhân trên 60 tuổi (ra mắt 2019)





Nghệ sĩ OTOP



Khởi động năm 2016 - 2019

Nghệ sĩ OTOP
Tổng số 175

175 sản phẩm

59
Địa bàn tỉnh

Khu vực
Bắc 15 Tỉnh 53 sản phẩm
Đông Bắc 15 Tỉnh 39 sản phẩm
Trung ương 19 Tỉnh 52 sản phẩm
Nam 10 Tỉnh 21 sản phẩm

- ❖ 2016 : 100 sản phẩm
- ❖ 2017 : 32 sản phẩm
- ❖ 2018 : 24 sản phẩm
- ❖ 2019 : 19 sản phẩm

Vải 86 Sản phẩm
Nội thất 88 Sản phẩm
Thảo dược 1 Sản phẩm



Nhà sản xuất/Phát triển doanh nhân



Dự án Phát triển Nhà sản xuất/Doanh nhân



Nhà sản xuất / Đào tạo doanh nhân

Tổng cộng 3.800 Nhóm/Cá nhân

76 Tỉnh

- Tỉnh: 50 người
- Hoàn thành 19 khóa đào tạo
- Tổng cộng 200/lần

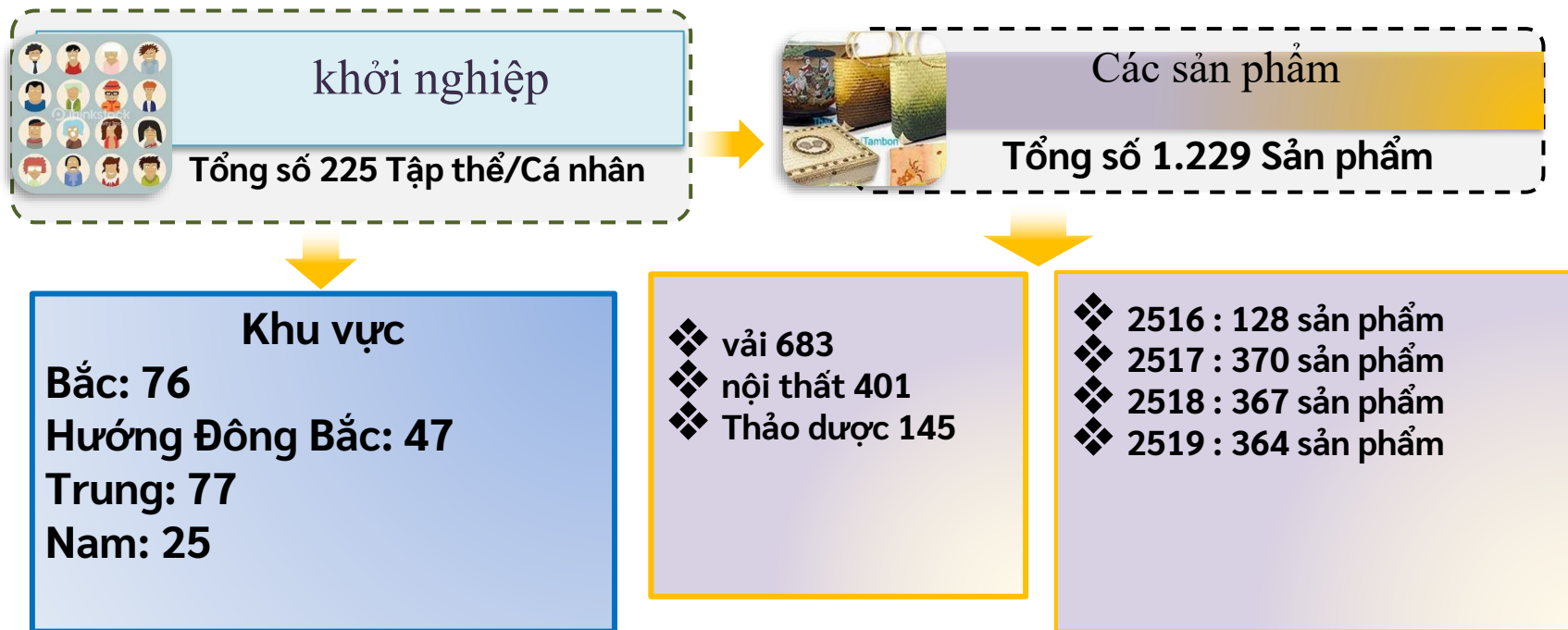
- ❖ Sản phẩm
- ❖ Thực phẩm 1.857
- ❖ Nước Giải Khát 141
- ❖ vải 648
- ❖ Nội thất 761
- ❖ thảo dược 393



Phát triển sản phẩm cho OTOP trên tàu



Khởi động 2016 - 2019 Tổng cộng 10 lần



Ý tưởng

Phòng phát triển cộng đồng có kế hoạch phát triển trang web www.otoptoday.com trở thành liên kết web phân phối OTOP lớn nhất tại Thái Lan

Trang web này nhằm mục đích tạo cơ hội cho các nhà sản xuất và kinh doanh OTOP có thêm kênh bán sản phẩm OTOP

Mục tiêu

1. Tăng cường kênh phân phối thông qua hệ thống trực tuyến

2. Tăng thu nhập

Nhóm mục tiêu

Tổng cộng 10 điểm

582 người

Vòng 1
nhà khai thác OTOP
Số lượng 150 người chia làm 3 nhóm
mỗi nhóm 50 người

vòng 2
Tổng số 280 người, chia làm 5 tổ, mỗi tổ 56 người.
(Nhà sản xuất, nhân viên vận hành OTOP 250 người
Cán bộ cấp tỉnh/học giả 30 người)

vòng 3
Nhà sản xuất, nhà khai thác OTOP
152 người, chia thành 2 nhóm, mỗi

Đợt 1 từ 30/05 – 1 điểm 19/09
Thế hệ thứ 2 và ngày 4 tháng 6 năm 2019
Thế hệ thứ 3 và ngày 7 tháng 6 năm 2019

Đợt 2 từ 21 – 23/07/2019
Thế hệ thứ 3 từ 24 – 26 tháng 7 năm 2019
Thế hệ 4 từ 29 – 31 tháng 7 năm 2019

Đợt 1 từ ngày 24 -26/09/2019
Thế hệ thứ 2 ngày 27 – 29 tháng 9 năm 19

Phát triển Chương trình OTOP

Cơ cấu tổ chức





(Kiến thức – Dựa trên OTOP : KBO) 2014 – 2016 và 2020



khởi nghiệp

Từ tỉnh 76
Tổng cộng 20 tập thể/cá nhân



Đại diện tỉnh 76
1 từ mỗi tỉnh
cuộc thi quốc gia



2014

- ❖ Món ăn 17
- ❖ nước giải khát 3
- ❖ vải 12
- ❖ Nội thất 27
- ❖ thảo dược 17

2015

- ❖ Món ăn 22
- ❖ nước giải khát 9
- ❖ vải 12
- ❖ Nội thất 23
- ❖ thảo dược 10

2016

- ❖ Thực phẩm 21
- ❖ nước giải khát 6
- ❖ vải 13
- ❖ Nội thất 18
- ❖ thảo dược 18

2020

- ❖ Thực phẩm 20
- ❖ nước giải khát 4
- ❖ vải 20
- ❖ Nội thất 17
- ❖ thảo dược 15



Tri thức – Dựa trên OTOP : KBO : 2019

Đạt giải cấp tỉnh (OTOP KBO CUỘC THI 2019)

**giải nhất: túi làm từ
lá chuối thương
hiệu Tanee, tỉnh
Ratchaburi**



**Giải nhì 1: Gối khỏ Nhóm
dệt Ban Nong Ya Plong, tỉnh
Khon Kaen**



**Giải nhì 2: Nhóm chế
biến thảo mộc cộng
đồng, đền thờ Chao
Mae Tubtim Tha
Yang, tỉnh
Phetchaburi**



**Giải thưởng danh dự
cho các sản phẩm
được chế biến từ
Nhóm dệt Khla Tree từ
Khla Tree Ban Non Sa-
at, tỉnh Udon Thani**



**Đề cử danh dự
Popcorn
Doi Nhóm Phum
Thai, tỉnh Mae
Hong Son**



**Giải khuyến
khích: Vải
Batik, Tập
đoàn Garent
Batik, tỉnh
Songkhla**



**Đệm ghế cao su để
cập danh dự Xí nghiệp
cộng đồng, nhóm
may, chăn ga gối
đệm, Khao Khiris Tỉnh
Kamphaeng Phet**

**đề xuất giải danh dự:
nước súc miệng
madan Tập đoàn Chế
biến Tha Sai Tambon
Madan Tỉnh Nakhon
Si Thammarat**





(Đánh giá sao OTOP cấp tỉnh: PSO) 2006 và 2019



Doanh nghiệp

Từ tỉnh 76

Tổng cộng 567 Tập thể/cá nhân

**Sản phẩm tuyệt vời
567 Sản phẩm**



2006

Thực phẩm: 65

Đồ uống: 8

Vải: 48

Vật tư tiêu hao: 63

Thảo mộc 3

2019

Thực phẩm: 76

Đồ uống: 76

Vải: 76

Vật tư tiêu hao: 76

Thảo mộc 76



Phát triển chất lượng của OTOP 2021



khởi nghiệp

Tổng cộng 1.900 cá nhân



Nhà sản xuất OTOP

- ❖ Nhóm 757
- ❖ Cá nhân 1.131
- ❖ doanh nghiệp vừa và nhỏ 12



Sản phẩm

Tổng số 1.900 Sản phẩm



Sản phẩm OTOP

- ❖ Thực phẩm 814
- ❖ Nước Giải Khát 103
- ❖ Vải 437
- ❖ Nội thất 311
- ❖ thảo dược 235



Phát triển chất lượng của OTOP: theo OTOP Nawatwithi (Du lịch dựa vào cộng đồng)



Phát triển sản phẩm

Tổng số 20.764 Sản phẩm



khởi nghiệp

Tổng số 3.273 Làng



Sản phẩm OTOP

- ❖ Thức ăn 8,557
- ❖ Nước Giải Khát 676
- ❖ Vải 3,862
- ❖ Nội thất 5.684
- ❖ Thảo mộc 1,985



Nhóm Túi (Thương hiệu OTOP) 2016 - 2019



khởi nghiệp

Tổng 76

Sản phẩm

76 sản phẩm



- ❖ 2516 : 6 Sản phẩm
- ❖ 2517 : 35 Sản phẩm
- ❖ 2518 : 35 Sản phẩm



Sản phẩm chè ở Thái Lan

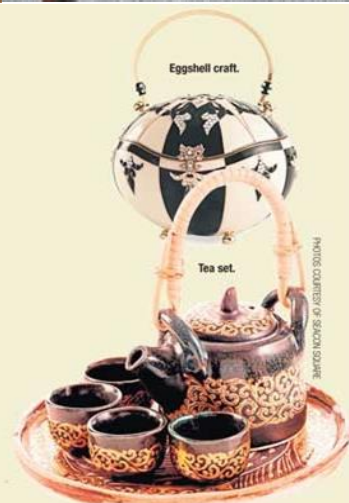
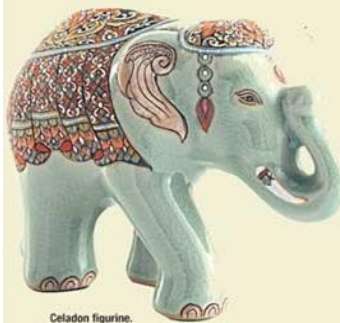


Từ 76 tỉnh thành
Tổng số 2.172 Sản phẩm



Sản phẩm

- Trà
- Trái cây
- Rau quả
- Cây (EX.Sappanwood)
- Thảo dược
- Hoa





20 năm OTOP



Đồng xu hai mặt

Hỗ trợ sản xuất

Xa nhà

Thu nhập tập trung



Hợp lý



Thịnh vượng

Hỗ trợ sản xuất bền
vững

Việc làm & Thu nhập tại nhà

phân phối thu nhập





Thúc đẩy bán hàng trực tuyến



OTOP
TO DAY

WWW.OTOPTODAY.COM

การ
ดำเนินงาน

OTOP
TO DAY

WWW.OTOPTODAY.C
OM





OTOP
TO DAY

Trang web : OTOPTODAY



**Salas 22.362.101 triệu
baht**

**Sản phẩm OTOPTODAY trên Website
OTOPTODAY
Tổng số 38.141 Sản phẩm**

**Người xem: OTOPTODAY
Tổng cộng 7,294,988 lần**

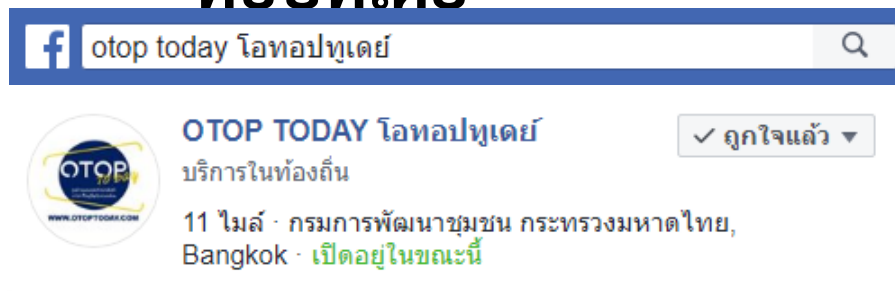
Đặt hàng 2,421,062 lần



OTOP
TODAY

Face Book fanpage : OTOP TODAY โอ ท็อปทเดย์

Trang fan hâm
mộ facebook :
**OTOP HÔM
NAY**



- Ra mắt ngày 7 tháng 4 năm 2020
- Lượt like: 12.511
- Theo dõi 15.421



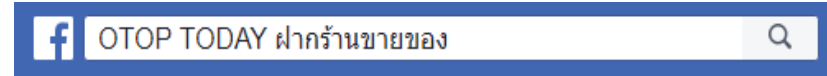


OTOP
TO DAY

Trang fan hâm mộ Face Book : OTOP HÔM NAY

Facebook :

OTOP HÔM
NAY



OTOP TODAY ฝากร้านขายของ

✓ เข้าร่วมแล้ว

กลุ่ม

คุณและ others 10,697 คนเป็นสมาชิก

- ra mắt ngày 15 tháng 4 năm 2020
- Thành viên 13.456

OTOP Sản phẩm được bán trực tuyến từ 76 tỉnh ở Thái Lan



WWW.OTOPTODAY.COM



WWW.OTOPTODAY.COM



TRANG FAN HÂM
MỘ FACEBOOK



กลุ่ม
FACEBOOK

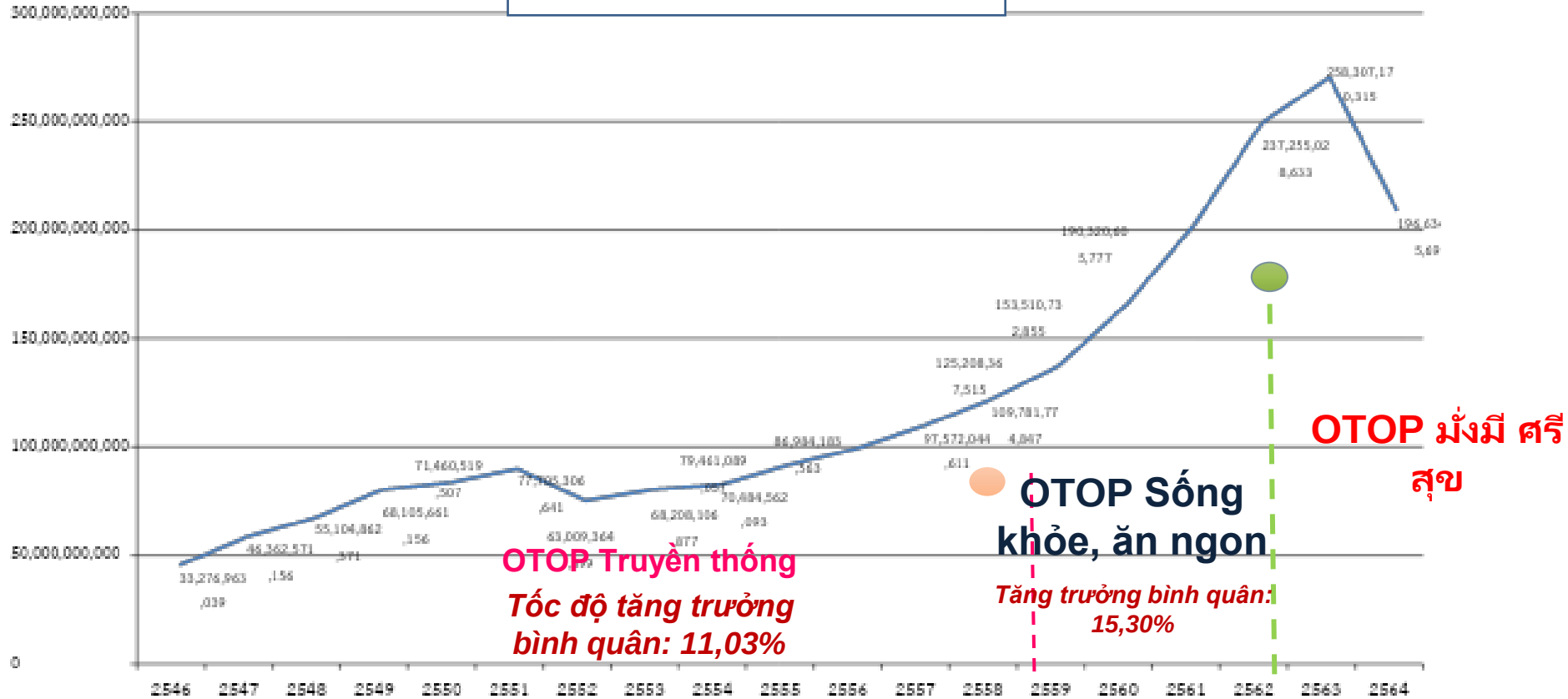


Khuyến mại trực tuyến
www.shopee.co.th/OTOP
OTOP TRUNG THU 2020

Khuyến mại Online mùa dịch Covid 19

- **Cửa hàng doanh nhân 458**
- **Sản phẩm 17,747 sản phẩm**
- **Tổng doanh thu 17.436.575 baht**

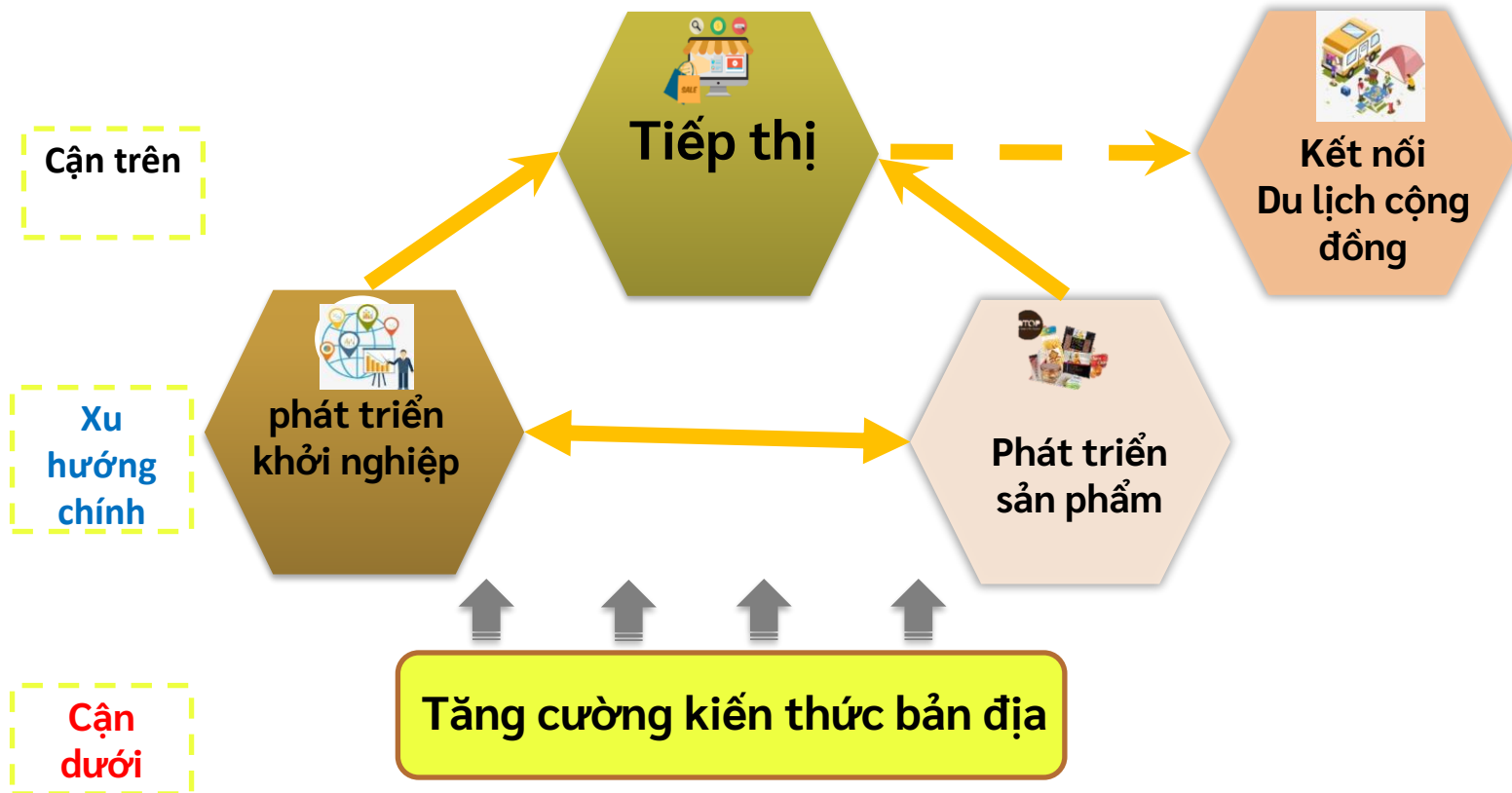
Khối lượng bán hàng



ข้อมูลปี 2564 เป็น
ข้อมูล ณ พฤษภาคม
2564



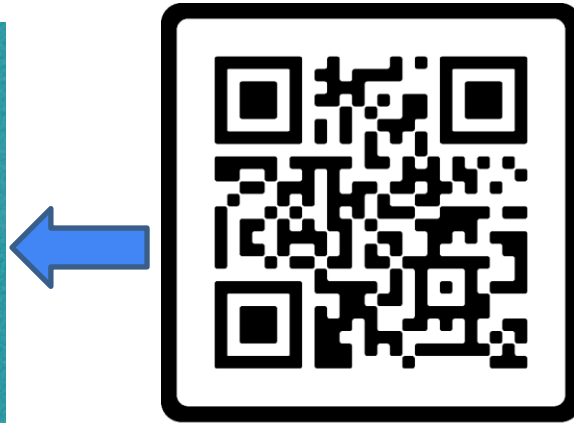
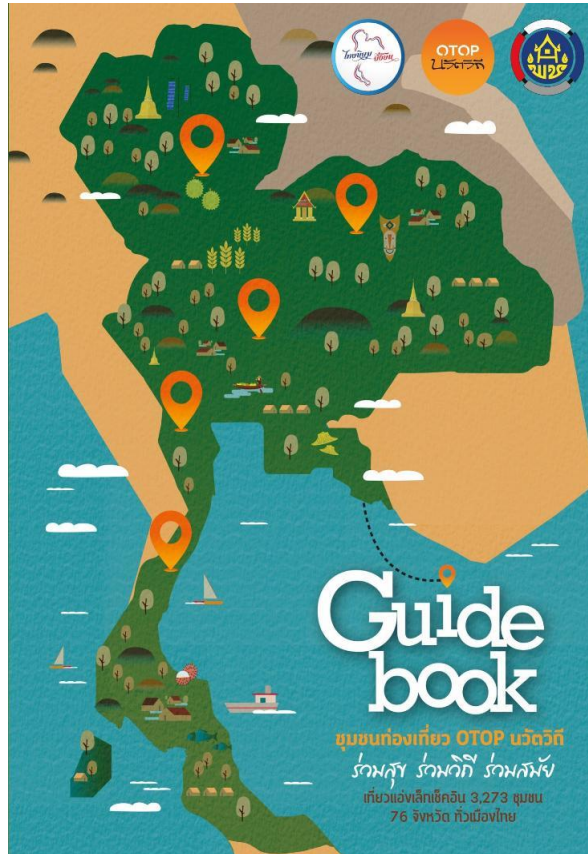
“Con đường phía trước” cho Mỗi Tambon Một Sản phẩm



Phát triển OTOP



Mã QR Code về sách hướng dẫn





Thúc đẩy marketing

ONLINE

Provincial

Regional

National

International

- ◆ www.thailandmall.com
- ◆ www.otoptoday.com
- ◆ www.weloveshopping.com



- ◆ Chợ Thái PRACHARAT
- ◆ OTOP cấp tỉnh



- ◆ OTOP Regional Fair

- OTOP Đô thị
- ◆ Sự kiện trong năm
- ◆ Hội chợ Thủ công mỹ nghệ OTOP Thái Lan



- ◆ Hội chợ OTOP với các nước láng giềng

Các yếu tố thành công

YẾU TỐ THÀNH CÔNG

Cam kết của Chính phủ – (Chương trình nghị sự Quốc gia)

Tích hợp đa ngành – hiệu quả

Nhân lực/sự tham gia của cộng đồng

Có chính sách tập trung vào khu vực kinh tế cơ sở

2

1

Vốn xã hội hóa – Nhóm kiến thức bản địa

8

Thương hiệu OTOP

7

Phát triển sản phẩm dựa trên tri thức

4

5

6

Cán bộ hiện trường của chính phủ đáp ứng đủ và có năng lực

CÁC YẾU TỐ RỦI RO

- Duy trì tiêu chuẩn & chất lượng
- Tiếp tục sản xuất cho đơn đặt hàng số lượng lớn
- Phát triển tài doanh nghiệp
- Tiếp thị mở rộng
- Công nghệ khoa học thực phẩm

Đề xuất hỗ trợ

- Thiết kế bao bì
- Chương trình Đào tạo Khởi nghiệp dành cho Doanh nhân & Cán bộ
- Thiết kế & Công nghệ Web
- Khoa học thực phẩm Công nghệ



Trân trọng cảm ơn sự lắng nghe

