

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

(Individual Study)

โครงการ การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย

จัดทำโดย นางสาววรรณ ศิริมูจลินท์

นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ ๑๖

สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๘

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

(Individual Study)

โครงการ การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย

จัดทำโดย นางสาววรรณ ศิริมูจลินท์

นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ ๑๖

สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๘

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานเขตบางกอกน้อย มีผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ที่เป็นของดีเขตบางกอกน้อย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ระดับตั้งแต่ ๑-๕ ดาว ไม่น้อยกว่า ๓๐ รายการ และยังมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของดีในชุมชนที่ไม่ผ่านการคัดสรรแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมที่จะพัฒนาให้มีคุณภาพและออกจำหน่ายในท้องตลาดได้อีกเป็นจำนวนมาก ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยซบเซาลงมากเนื่องจากปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นเมื่อปี ๒๕๕๔ เจ้าของผลิตภัณฑ์บางรายต้องเลิกกิจการเป็นการชั่วคราว เนื่องจากขาดเงินทุน แรงงานและตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แม้ภาครัฐจะได้พยายามหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ยังไม่เพียงพอเนื่องจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสไปจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นระดับระดับ ๔-๕ ดาว และเฉลี่ยการจัดกิจกรรมปีละ ๑ ครั้ง สำหรับกรุงเทพมหานครได้มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ระดับ ๔-๕ ดาว โดยจัดให้มีการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) แต่ผลตอบรับในการจำหน่ายสินค้าก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร

การจัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งที่จะส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยให้มีคุณภาพ มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ราคา จัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้า พัฒนาผู้ผลิต และการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง โดยมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยในพื้นที่ ที่มีความประสงค์จะรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย ระดับเขต ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา แนะนำในการดำเนินโครงการ และจัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่ ประกอบด้วยผู้แทนของสมาชิกที่มาจาก การเลือกตั้ง ทำหน้าที่บริหารโครงการ เพื่อให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเกิดผลเป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางการดำเนินการส่งเสริมใน ๕ ด้าน ประกอบด้วย

๑. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยสินค้าแต่ละประเภท ต้องมีการควบคุมคุณภาพ ทั้งของอุปโภคและบริโภคตลอดจนส่งเสริมความรู้ให้ผู้ผลิตมีทักษะ และพัฒนาฝีมือในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้นไม่ผลิตตามความเคยชินโดยให้มี ทัศนคติที่ดีในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพคำนึงถึงผู้บริโภคที่จะใช้ประโยชน์จากสินค้าเป็นสำคัญ
๒. **ด้านราคา (Price)** ราคาเป็นปัจจัยค่อนข้างสำคัญในการตลาด การตั้งราคาจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย ราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด ดังนั้น การกำหนดราคาจึงต้องสอดคล้องและคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ทุนที่ผลิตและกลไกของราคาตามท้องตลาดด้วย

๓. **ด้านตลาด (Place)** เป็นสถานที่ที่จะนำสินค้าออกจำหน่าย ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของสินค้าแต่ละประเภทโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับทำเลที่ตั้งและกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งยังต้องคำนวนถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการเช่า การตกแต่งร้านให้สอดคล้องกับรายได้และผลกำไรที่เกิดจากการขายสินค้า
๔. **ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)** เป็นการทำกิจกรรมทุกรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงลักษณะของสินค้าและขายสินค้าได้ เช่น การโฆษณาในสื่อต่างๆ การลงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์
๕. **ด้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Producer)** มีความสำคัญในกระบวนการตลาด จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทั้งเรื่องของความรู้ ฝีมือการผลิต ทักษะคนดี หลักการจำหน่ายสินค้า การพัฒนาคุณภาพการแบ่งปันสู่สังคม และการเอื้อเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานจะนำไปสู่การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนาอาชีพและรายได้ พัฒนาให้มีตลาดกลางถาวรในการจำหน่ายสินค้าอย่างน้อย ๑ แห่งในพื้นที่เขตบางกอกน้อย มีแหล่งจำหน่ายสินค้าระยะสั้นตามงานเทศกาลต่างๆ เฉลี่ย ๒ ครั้ง/เดือน เจ้าของผลิตภัณฑ์มีรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าเดือนละ ๕,๐๐๐.-บาท และมีความพึงพอใจในการดำเนินโครงการอันจะก่อให้เกิดความรักความสามัคคี อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักช่วยเหลือตนเอง มีความคิดริเริ่มในการพัฒนาอาชีพ ยกกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในภาคเศรษฐกิจประชาคมอาเซียนและ เป็นการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศชาติโดยรวม

กิตติกรรมประกาศ

รายงานส่วนบุคคลฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้ความกรุณาของพ.ต.ท.สมเกียรติ นนทแก้ว รองผู้อำนวยการสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานครที่ปรึกษาการจัดทำรายงาน ส่วนบุคคลที่ท่านได้สละเวลาให้คำปรึกษา แสดงความคิดเห็น แนะนำและพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องที่มีคุณค่ายิ่งต่อการทำรายงาน ดร.รัฐ ธนาดีเรก ได้ให้ความรู้แนวทางการจัดทำโครงการ/แผนงานเชิงกลยุทธ์ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำรายงานในครั้งนี้ทำให้ตระหนักได้ว่าการจัดทำโครงการต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการจัดทำแผนงานเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งต้องขอขอบพระคุณที่ทำให้การจัดทำรายงานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ได้อำนวยความสะดวกจัดทำเอกสารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และขอขอบคุณ ผู้เข้ารับการอบรมนักบริหารมหานคร ระดับกลางรุ่นที่ ๑๖ ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือสนับสนุนมาโดยตลอดทำให้การจัดทำรายงานฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุวรรณ ศิริมูจลินท์

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร	
กิตติกรรมประกาศ	
สารบัญ	
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	
ชื่อโครงการ/หลักการและเหตุผล	๑
ปัจจัยความสำเร็จ	๓
วัตถุประสงค์	๔
เป้าหมาย	๕
ขั้นตอนปฏิบัติ/ผู้รับผิดชอบ	๖
งบประมาณที่ต้องใช้และระยะเวลาดำเนินการ	๑๖
แนวทางการบริหารความเสี่ยง	๑๗
การประเมินผล	๑๗
บรรณานุกรม	๑๘
ภาคผนวก	๑๙
ประวัติผู้เขียน	๓๑

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

รูปภาพ ตราสัญลักษณ์ OTOP



โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP คือ One Tambon One Product) มีความเป็นมา กล่าวคือ ในสมัยรัฐบาลยุคนายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตรเข้ามาบริหารประเทศ ตั้งแต่ปี ๒๕๔๔ ได้กำหนด เป็นระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๔ ประกาศ ณ วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๔๔ โดยจัดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า “กอ.นตผ.” มีรองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ โดยคณะกรรมการฯมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่น ของตำบล ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรจำแนกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่ยา

โดยจำแนกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ออกเป็นดาว ประกอบด้วย

- ระดับ ๕ ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ ๙๐ คะแนนขึ้นไป เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หรือมีศักยภาพในการส่งออก
- ระดับ ๔ ดาว ได้คะแนนระหว่าง ๘๐-๘๙ คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากลได้
- ระดับ ๓ ดาว ได้คะแนนระหว่าง ๗๐-๗๙ คะแนน เป็นสินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ ๔ ดาว
- ระดับ ๒ ดาว ได้คะแนนระหว่าง ๖๐-๖๙ คะแนน เป็นสินค้าสามารถพัฒนา สู่ระดับ ๓ ดาวมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
- ระดับ ๑ ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า ๖๐ คะแนน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนา สู่ระดับ ๒ ดาว ได้เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

รูปภาพ ตราสัญลักษณ์ Bangkok Brand



ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีความเป็นมา กล่าวคือ กรุงเทพมหานครได้กำหนดแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ๑๒ ปี ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๖-๒๕๕๙ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาศักยภาพกรุงเทพมหานครเพื่อการแข่งขันทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของภาคอุตสาหกรรม การค้าการลงทุนและภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์หลักที่ ๒ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรักษามาตรฐานสินค้าและบริการระดับชุมชนตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีคุณภาพนำไปสู่การให้ตราผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยกองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เริ่มมาตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๕๔ บรรลุเป้าหมายเกิดตราเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand อันแสดงถึงความมีมาตรฐานคุณค่าเชิงอัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร และในปีงบประมาณ ๒๕๕๗ จึงได้ทำโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ขยายผลในด้านการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของกรุงเทพมหานครเพื่อให้ได้รับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand ซึ่งได้นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในปี ๒๕๕๕ ระดับ ๔-๕ ดาว ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลักทั้ง ๕ ประเภทผลิตภัณฑ์ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา ๓ ด้าน ประกอบด้วย

๑. หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ
๒. หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์
๓. หลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ชื่อโครงการ การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย

หลักการและเหตุผล

สำนักงานเขตบางกอกน้อย เป็นเขตที่ตั้งอยู่บริเวณฝั่งธนบุรี ประวัติความเป็นมาของประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่อพยพมาจากกรุงศรีอยุธยา สมัยเสียกรุง ครั้งที่ 2 โดยได้มาตั้งรกรากบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย มีการสั่งสมความรู้ตั้งแต่สมัยอดีตที่เจริญรุ่งเรืองเมื่อครั้งอยู่ในกรุงศรีอยุธยา ซึ่งประชาชนได้นำมาประกอบอาชีพที่ยังคงเห็นอยู่ในปัจจุบัน อันเป็นความรู้เกี่ยวกับ “ช่างสิบหมู่” เช่น การทำขันลงหินที่ชุมชนบ้านบุ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย และในโลก การหล่อพระพุทธรูปที่ชุมชนบ้านช่างหล่อ การทำอาหารคาวหวานนานาชนิด ซึ่งล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์ของประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีประชาชนกลุ่มหนึ่งที่เป็นชาวมุสลิมซึ่งมีความสามารถในการทำอาหารที่มีรสชาติอร่อยและยังเป็นผู้ผลิตที่นอนทำด้วยนุ่นแห่งเดียวที่ได้รับความนิยมว่าสวยและทนทาน นอกจากนี้ ยังมีประชาชนที่เป็นกลุ่มพี่น้องชาวใต้อาศัยอยู่ไม่น้อย ทำให้เป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและขนมที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นล้วนแต่เป็น “ของดีเขตบางกอกน้อย” ทั้งสิ้น

ตั้งแต่ปี ๒๕๔๙-๒๕๕๕ ผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย ได้เข้าร่วมประกวดเพื่อคัดสรรยกระดับผลิตภัณฑ์ตามนโยบายของรัฐบาลในสมัยนั้น ได้มอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ดำเนินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) โดยเปิดรับลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP ทั่วประเทศ มีการคัดสรรตั้งแต่ระดับตำบล ระดับจังหวัด และระดับประเทศทำให้สามารถจำแนกคุณภาพและมาตรฐานสินค้าแต่ละประเภทได้ โดยการคัดสรรซึ่งจะจัดแบ่งหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ออกเป็น ๖ ประเภท ประกอบด้วย ๑) ประเภทอาหาร ๒) ประเภทเครื่องดื่ม ๓) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ๔) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ๕) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ๖) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา ซึ่งหลักเกณฑ์ที่กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไว้ในระดับประเทศ ประกอบด้วย ระดับ ๑ ดาว เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำ ระดับ ๒ ดาว เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำ แต่สามารถพัฒนาได้ ระดับ ๓ ดาว เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพปานกลาง แต่สามารถพัฒนาเพื่อการส่งออกได้ ระดับ ๔ ดาว เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง แต่ยังต้องได้รับการปรับปรุง ระดับ ๕ ดาว เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง สามารถส่งออกได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของดีเขตสำนักงานเขตบางกอกน้อย ที่ได้รับมาตรฐานดาว จำนวนรวม ๓๐ รายการ (ตามภาคผนวก)

สำหรับในปี ๒๕๕๗-๒๕๕๘ กระทรวงมหาดไทย โดยกรมการพัฒนาชุมชน ได้กำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ ทั่วประเทศเปิดรับลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) โดยได้กำหนดแนวทางในการเปิดรับลงทะเบียนโดยให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเก่าที่เคยลงทะเบียนไว้และได้ระดับ ๑-๕ ดาวและเจ้าของผลิตภัณฑ์รายใหม่ที่ยังไม่เคยลงทะเบียนไปลงทะเบียน เขตพื้นที่ที่ดำเนินกิจการ โดยแบ่งการลงทะเบียนออกเป็น ๔ ระยะ เริ่มตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๗ - เดือนสิงหาคม ๒๕๕๘ โดยผลิตภัณฑ์ที่จะลงทะเบียนได้ต้องเป็นผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 6 ประเภท เช่นเดียวกับที่กำหนดในปีที่ผ่านมา โดยการลงทะเบียนจะมีการประกาศผลผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียน

แต่ละระยะทันที โดยทุกผลิตภัณฑ์จะไม่ยกระดับเป็นดาวประเภทต่างๆ แต่จะได้รับการพิจารณาคัดสรรใหม่เป็นประเภท กลุ่มดาวเด่นสู่สากล กลุ่มอนุรักษ์สร้างคุณค่า กลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา

๒

ซึ่งสำนักงานเขตบางกอกน้อยได้รับลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการในพื้นที่ ในระยะที่ ๑ และระยะที่ ๒ แล้วปรากฏรายการผลิตภัณฑ์ที่กรมการพัฒนาชุมชนได้ประกาศ รวม ๓๔ รายการ (ตามภาคผนวก)

ในส่วนของกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรักษามาตรฐานสินค้าและบริการระดับชุมชนตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีคุณภาพ โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๗ ได้จัดทำโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของกรุงเทพมหานครเพื่อให้ได้รับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand จากผลิตภัณฑ์สุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยของปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ระดับ ๔-๕ ดาว จำแนกเป็น ๑) ประเภทอาหาร ๒) ประเภทเครื่องดื่ม ๓) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ๔) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ๕) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์ของสำนักงานเขตบางกอกน้อย ได้รับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) จำนวน ๕ รายการ

แต่อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ เป็นต้นมา การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเริ่มซบเซาอันเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ ได้แก่ ปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นผู้ผลิตได้รับผลกระทบจาก น้ำท่วมต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูกิจการ บางรายต้องหยุดผลิตไปชั่วคราว อีกทั้งประสบปัญหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้ามีราคาสูง ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน หน่วยงานภาครัฐจัดตลาดจำหน่ายไม่มากนัก เฉลี่ย ๓ ครั้ง /ปี และกำหนดเฉพาะสินค้าระดับ ๔-๕ ดาว โดยสินค้าที่จะไปจำหน่ายได้ต้องผ่านการคัดเลือกและได้ไปจำหน่ายไม่ครบทุกราย สินค้าบางประเภทยังต้องมีการปรับปรุงคุณภาพและบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะในกลุ่ม ๑-๒ ดาว และสินค้าอื่นๆ ราคาสินค้าที่แพงโดยเฉพาะระดับ ๓-๕ ดาว สินค้าไม่เป็นที่รู้จักเพราะขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ขาดความสนใจที่จะรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายช่วยเหลือซึ่งกันและกันต่างคนต่างอยู่โดยแต่ละรายพยายามช่วยเหลือตนเองในการหาตลาดจำหน่ายสินค้ากลายเป็นลักษณะการแย่งชิงแข่งขันก่อให้เกิดความขัดแย้งกันที่สุดในที่สุด ถึงแม้ในปี พ.ศ.๒๕๕๗ ดังกล่าว กรุงเทพมหานคร จะได้นำผลิตภัณฑ์ระดับ ๔-๕ ดาว คัดสรรยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) แต่ช่องทางการจำหน่ายสินค้าก็ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร

ดังนั้น การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า จัดหาแหล่งจำหน่ายทั้งระยะสั้นและระยะยาวอันนำไปสู่ความยั่งยืน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมการขายเพื่อทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพอันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบางกอกน้อย การส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามแนวทางการส่งเสริมการตลาดดังกล่าว จำเป็นต้องวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อม (Swot Analysis) ของผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมไปในทิศทางที่เหมาะสมอันจะเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้น

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ

การวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อม (SOWT ANALYSIS) ผลผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย ประกอบด้วย

จุดแข็ง (STRENGTH)

๑. ผลผลิตภัณฑ์มีหลากหลาย และบางประเภทมีจำหน่ายเพียงแห่งเดียว เช่น ชันลงหิน
๒. เจ้าของผลิตภัณฑ์มีฝีมือ ทักษะในการผลิตเป็นอย่างดีและมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้
๓. มีตลาดในพื้นที่หลายแห่ง เช่น ตลาดวังหลัง ตลาดศาลาน้ำร้อน ศาลาน้ำเย็น
ตลาดบางขุนศรี ตลาดพรานนก และมีห้างสรรพสินค้าในพื้นที่หลายแห่ง เช่น บริษัทแม่คโคร จำกัด ห้างสรรพสินค้าโลตัส ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า ห้างสรรพสินค้าฟู๊ดแลนด์
๔. มีพื้นที่ว่างที่สามารถพัฒนาให้เป็นตลาดกลางได้ เช่น ที่เช่าของเอกชน หรือที่ดินของวัด
๕. มีสถานที่ที่มีชื่อเสียง เช่น โรงพยาบาลศิริราช วัดระฆังโฆสิตาราม พิพิธภัณฑ์กรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์ตรอกข้าวเม่า พิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน พิพิธภัณฑ์อุเรื่อ พระราชพิธี เป็นต้น
๖. สถานที่ที่ผลิตสินค้าสามารถปรับปรุงให้มีหน้าร้านในการจำหน่ายได้
๗. มีประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้ความสามารถให้ความช่วยเหลือและร่วมมือในการทำงาน

จุดอ่อน (WEAKNESS)

๑. ผลผลิตภัณฑ์ทุกประเภทยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
๒. ผลผลิตภัณฑ์ระดับ ๑-๒ ดาว ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามหรือเหมาะสมรวมทั้งผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆด้วย
๓. เจ้าของผลิตภัณฑ์ขาดความรู้ถึงวิธีการขายสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม สะอาดและทันสมัย
๔. ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถจัดหาตลาดที่ถาวรได้
๕. ผลผลิตภัณฑ์ระดับ ๔-๕ ดาวมีราคาสูง ประชาชนขาดกำลังซื้อแม้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
๖. ขาดความสนใจที่จะรวมกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ทำให้ตลาดจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงจำกัด
๗. เจ้าของผลิตภัณฑ์บางรายขาดเงินทุน และขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้า
๘. ผลผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นที่นิยมเฉพาะกลุ่ม เช่น เครื่องดนตรีไทย ชันลงหิน เครื่องทองเหลือง เครื่องประดับ เป็นต้น

อุปสรรค (TREAT.)

๑. ขาดเงินทุนและแรงงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
๒. ผลผลิตภัณฑ์บางประเภทใช้ทุนสูงและมีวิธีการผลิตหลายขั้นตอนผลิตซ้ำไม่ทันความต้องการ เช่น การผลิตชันลงหินของชุมชนบ้านบุ
๓. ปัญหาทางเศรษฐกิจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายใช้สอยลดลง

๔. มีการแข่งขันในตลาดสูง สินค้าประเภทเดียวกันหรือทดแทนกันได้ออกสู่ตลาดมาก โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตจากโรงงานจะมีราคาถูก ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการประดิษฐ์ด้วยงานฝีมือไม่เป็นที่นิยม
๕. เจ้าของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มช่วยเหลือกันเนื่องจากเป็นสังคมเมือง และขาดการสื่อสารต่างคนต่างทำมาหากินเพื่อความอยู่รอด
๖. การจัดตั้งตลาดกลาง การจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือตลาดเอกชนอาจมีค่าใช้จ่ายสูง เช่น ค่าเช่าที่ ค่าตกแต่งร้าน ค่าจ้างพนักงานขาย เป็นต้น
๗. วัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้ามีราคาสูง ทำให้ต้นทุนสูงตามไปด้วย

โอกาส (OPPORTUNITY.)

๑. หน่วยราชการในพื้นที่ให้ความร่วมมือที่จะช่วยเหลือสนับสนุน
๒. ประชาชนและนักท่องเที่ยวนิยมผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น
๓. กลุ่มเครือข่ายภาคประชาสังคมมีความเข้มแข็งและกำลังศึกษาแนวทางการจัดตั้งตลาดนัดของฝากเขตบางกอกน้อย (ตลาดรถไฟ) บริเวณถนนเลียบริมทางรถไฟบางกอกน้อยฝั่งตรงข้ามตลาดน้ำตลิ่งชัน
๕. สำนักงานเขตบางกอกน้อยแห่งใหม่ตั้งอยู่บริเวณถนนบางขุนนนท์ ซึ่งเป็นถนนที่มีการจำหน่ายอาหารที่หลากหลายและมีลูกค้าอยู่จำนวนมากซึ่งในอนาคตถ้าได้รับอนุญาตให้พัฒนาด้านหน้าอาคารสำนักงานเขตเป็นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยก็จะสามารถส่งเสริมการตลาดได้อีกทางหนึ่ง
๖. นโยบายของกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยการสร้างอาชีพและรายได้

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเป็นที่รู้จักของประชาชนและนักท่องเที่ยว
๒. เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนจำหน่ายได้และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทัดเทียมกับสินค้าในท้องตลาดอื่น
๔. เพื่อให้มีตลาดจำหน่ายสินค้ากว้างขวางขึ้น ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่
๕. เพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน
๖. เพื่อส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
๗. เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบางกอกน้อยให้อยู่กับสังคมไทยตลอดไป
๘. เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาอาชีพของประชาชนเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในภาคเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

เป้าหมาย

เพื่อส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยตั้งแต่ระดับ ๑-๕ ดาว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ที่มีความสนใจจะเข้าร่วมโครงการ รวมจำนวน ๑๐๐ รายการ โดยส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย และจัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขต และ คณะกรรมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขตพื้นที่ เพื่อทำหน้าที่ร่วมกันในการบริหารโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย โดยพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้เป็นสินค้าที่ต้องการของตลาดมีราคามาตรฐาน มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนและพัฒนาไปสู่การรวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการตลาดใน ๕ ด้าน ดังต่อไปนี้

๑. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยสินค้าแต่ละประเภทต้องมีการควบคุมคุณภาพ ทั้งของอุปโภคและบริโภคตลอดจนส่งเสริมความรู้ให้ผู้ผลิตมีทักษะและพัฒนาฝีมือในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้นไม่ผลิตตามความเคยชินโดยให้มี ทัศนคติที่ดีในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพคำนึงถึงผู้บริโภคที่จะใช้ประโยชน์จากสินค้าเป็นสำคัญ
๒. **ด้านราคา (Price)** ราคาเป็นสิ่งค่อนข้างสำคัญในการตลาด การตั้งราคาจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย ราคาเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด ดังนั้น การกำหนดราคาจึงต้องสอดคล้องและคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า พุนที่ผลิตและกลไกของราคาตามท้องตลาดด้วย
๓. **ด้านตลาด (Place)** เป็นสถานที่ที่จะนำสินค้าออกจำหน่าย ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของสินค้าแต่ละประเภทโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับทำเลที่ตั้งและกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งยังต้องคำนวนถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการเช่า การตกแต่งร้านให้สอดคล้องกับรายได้และผลกำไรที่เกิดจากการขายสินค้า
๔. **ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)** เป็นการทำกิจกรรมทุกรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงลักษณะของสินค้าและขายสินค้าได้ เช่น การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การลงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์
๕. **ด้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Producer)** มีความสำคัญในกระบวนการตลาด จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทั้งเรื่องของความรู้ ภาษาอังกฤษ ฝีมือการผลิต ทัศนคติ หลักการจำหน่ายสินค้า การพัฒนาบุคลิกภาพ การแบ่งปันสู่สังคม และการเอื้อเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ขั้นตอนการปฏิบัติ/ผู้รับผิดชอบ

แนวทางการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ในโครงการได้กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

ระยะที่ ๑ ขั้นเตรียมการ

๑. จัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขตประกอบด้วย

(๑) ผู้อำนวยการเขตบางกอกน้อย	ประธานกรรมการ
(๒) ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตบางกอกน้อย	รองประธาน
(๓) ผู้แทนกองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม	กรรมการ
(๔) ผู้แทนฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ	กรรมการ
(๕) ผู้แทนเครือข่ายภาคประชาสังคม	กรรมการ
(๖) ผู้แทนผู้ผลิต ผู้ประกอบการระดับ ๕ ดาว	กรรมการ
(๗) ผู้แทนตลาดในพื้นที่	กรรมการ
(๘) ผู้แทนภาคธุรกิจเอกชนในพื้นที่	กรรมการ
(๙) หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม	กรรมการและเลขานุการ

โดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

- กำหนดหลักเกณฑ์การคัดสรรผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย
- จัดทำแผนส่งเสริมการตลาด โดยประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดเป็นตรา (Brand) ของดีเขตบางกอกน้อยเพื่อเป็นสัญลักษณ์
- ให้คำปรึกษา แนะนำ สนับสนุนช่วยเหลือในการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดี เขตบางกอกน้อย
- ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยและกำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่
- แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ออกสำรวจผลิตภัณฑ์ในพื้นที่
- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในทุกระดับ
- ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาและเป็นสินค้า ที่จำหน่ายได้ดี ในท้องตลาด

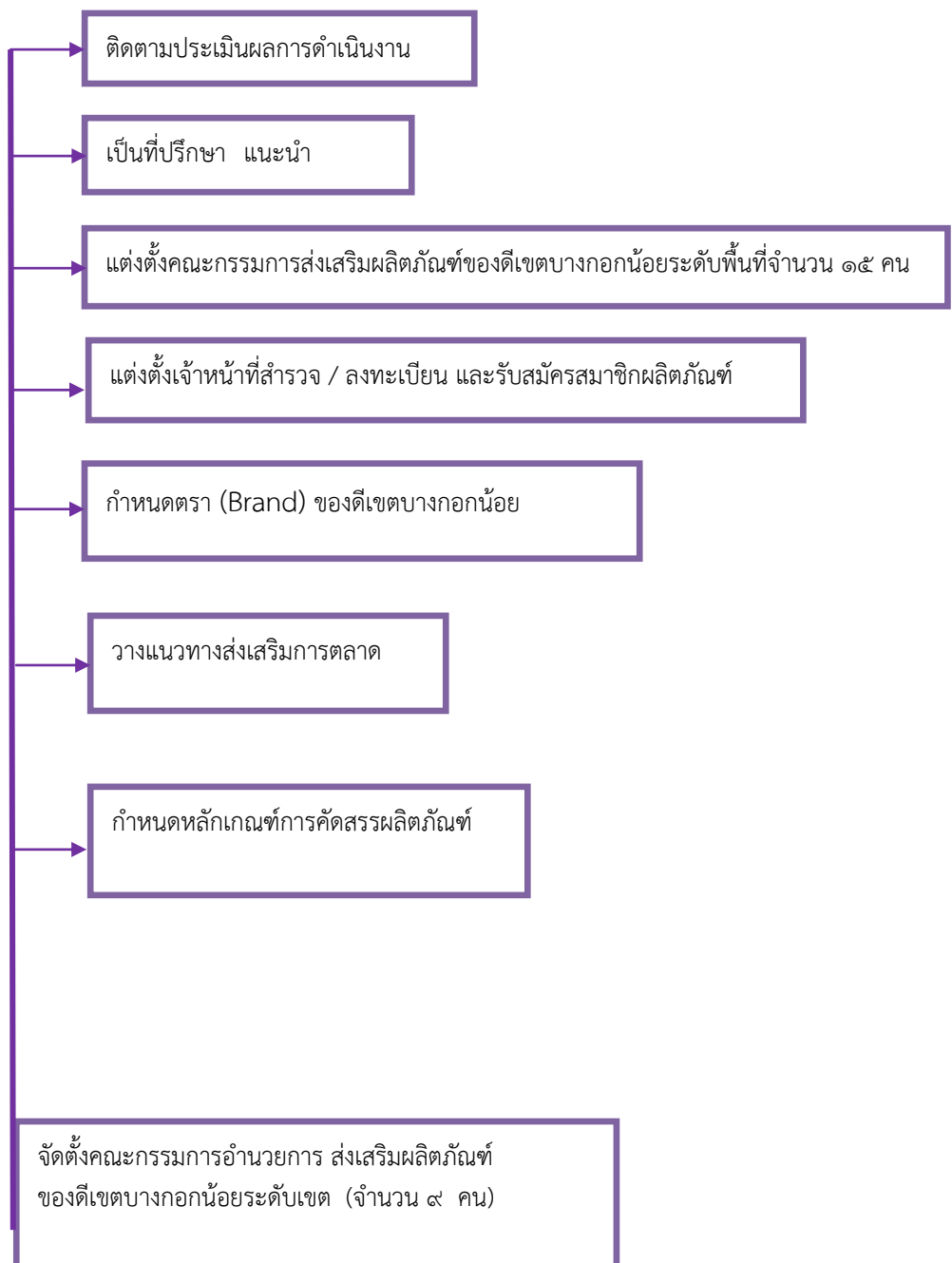
๒. ดำเนินการสำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยออกเยี่ยมเยียนเจ้าของผลิตภัณฑ์ให้คำแนะนำในการสมัครเป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและนำออกสู่ตลาดได้ ทั้งนี้ หากรายใดมีความประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกก็สามารถเขียนใบสมัครได้ทันที

๓. จัดทำบัญชีสมาชิกและผลิตภัณฑ์โดยจำแนกประเภทสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานแต่ละประเภท เช่น ระดับ ๑-๕ ดาว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ที่สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มและผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขต โดยจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็น ๖ ประเภท ประกอบด้วย ๑) ประเภทอาหาร ๒) ประเภทเครื่องดื่ม ๓) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ๔) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ๕) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ๖) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

๔. จัดประชุมเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่สมัครเป็นสมาชิก ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่ม และจัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่ซึ่งเลือกจากสมาชิกในที่ประชุม จำนวน ๙ - ๑๕ คน ประกอบด้วย ตำแหน่ง ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ เลขานุการ เหรัญญิก นายทะเบียน ประชาสัมพันธ์ และตำแหน่งกรรมการอื่น ๆ ตามที่เห็นสมควร โดยมีหน้าที่ดังนี้

- ประสานกับคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขตเพื่อวางแผนร่วมกันในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์สมาชิก
- ประสานจัดการอบรมให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมาชิก
- ติดตามให้การสนับสนุน แนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งเรื่องคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ราคา และบุคลิกภาพของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนให้คำปรึกษาชี้แนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน
- ประสานงานจัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการคัดสรรผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต้องให้ความเป็นธรรมกับเจ้าของผลิตภัณฑ์ทุกราย
- จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยให้ทั่วถึงและมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
- จัดประชุมสมาชิกเดือนละ ๑ ครั้ง เพื่อร่วมกันปรึกษาหารือแนวทางการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนติดตามสถานการณ์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริม

ผังแสดงระยะที่ ๑ ชั้นเตรียมการ



ระยะที่ ๒ ขั้นตอนการ

๑. จัดให้มีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขต และคณะกรรมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่ เพื่อจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยจัดทำเป็นโครงการที่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ รายการที่ได้ลงทะเบียนเป็นสมาชิก จัดแบ่งหมวดหมู่ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน ไว้ด้วยกัน กำหนดแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มโดยต้องคำนึงถึงความพร้อมและศักยภาพของเจ้าของผลิตภัณฑ์

๒. จัดฝึกอบรม ศึกษาดูงาน ผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดทักษะการเรียนรู้เพื่อจะได้มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน โดยแต่ละกลุ่มจะเข้ารับการฝึกอบรมแต่ละด้านที่กำหนดไว้ในแผนว่าจะต้องส่งเสริมและพัฒนาในด้านใดบ้าง ทั้งนี้ให้สมาชิกของกลุ่มทุกคนมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของตนอย่างเต็มที่

๓. สมาชิกแต่ละกลุ่มได้นำความรู้ที่ผ่านการฝึกอบรม หรือศึกษาดูงานไปปฏิบัติ ซึ่งอยู่ในความดูแลและแนะนำของคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขต และคณะกรรมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคเป็นสำคัญ

แนวทางในการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย ที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินการ ประกอบด้วย

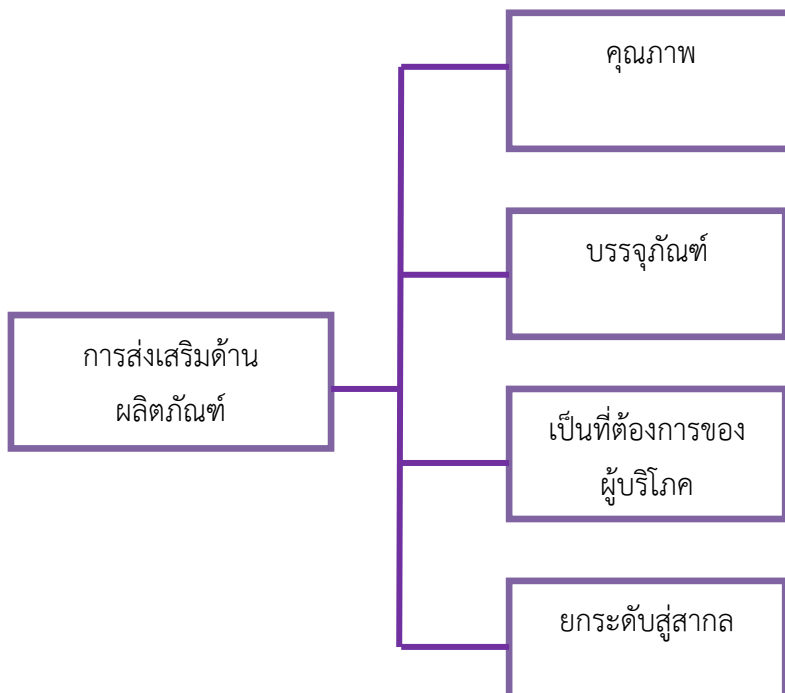
การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- พัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน เช่น ประเภทอาหาร ต้องอร่อย สะอาดได้มาตรฐาน ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมโดยส่งเสริมความรู้ในการทำหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ปลอดภัย สะอาด ทนสมัย และมีคำอธิบายการใช้อย่างครบถ้วน ตลอดจนสามารถประดิษฐ์สร้างสรรค์จัดทำเป็นของขวัญ ของชำร่วย ของฝาก ของที่ระลึกตามเทศกาลต่าง ๆ
- พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสูงขึ้นเรื่อย ๆ มีการพัฒนาและยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP หรือผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ตลอดจนได้รับการรับรองจากหน่วยงานทั้งภาครัฐแลเอกชนที่ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค โดยคำนึงถึงคู่แข่งทางธุรกิจที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันหรือคล้ายกัน โดยปรับปรุงให้มีความพิเศษ

มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว และเหนือสิ่งอื่นใดต้องมีคุณภาพที่เชื่อถือได้

- ส่งเสริมให้มีการกำหนด “ตรา” (Brand) บางกอกน้อย เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของบางกอกน้อย เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จัก เพราะส่วนหนึ่งของการบริโภคสินค้าเกิดจากการยึดติดกับยี่ห้อ หรือเครื่องหมายการค้าที่แสดงให้เห็นถึงควมมีคุณภาพของสินค้าและเป็นที่ยอมรับ
- ส่งเสริมให้มีการตรวจประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และให้ได้รับการรับรองคุณภาพเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้มีการทำฉลาก คำอธิบายคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อายุของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค อีกทั้งเป็นการควบคุมคุณภาพสินค้าให้ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันสินค้าเลียนแบบหรือของปลอมที่จะมีส่วนทำให้ความมั่นใจในการบริโภคสินค้าลดลง
- ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ โดยเฉพาะในประชาคมอาเซียน

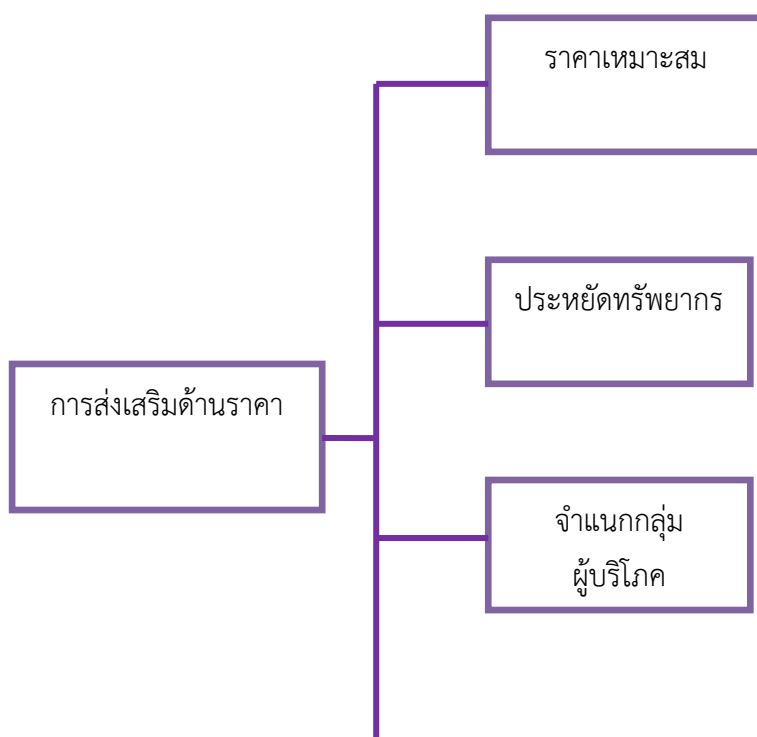
ภาพแสดงการส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product)



การส่งเสริมด้านราคา (Price) มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ราคาสินค้าควรสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการปรับราคาผลิตภัณฑ์ต้องไม่ขึ้นราคาแบบก้าวกระโดด หรือฉวยโอกาสตามภาวะเศรษฐกิจ และราคาต้องคำนึงถึงกลไกของตลาดด้วย
- ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ควรต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภค เช่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก คนวัยทำงาน หรือผู้สูงอายุ เพราะจะทำให้เกิดกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น
- ส่งเสริมให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ทนในการผลิตสินค้า กำไรสุทธิจากการจำหน่ายสินค้า ความสูญเสียเปล่า เพื่อให้สามารถคำนวณราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสม
- ลดต้นทุนการผลิต โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ใช้แรงงานในครัวเรือน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เพื่อไม่ให้เกิดความสิ้นเปลือง หรือสูญเสียวัสดุอุปกรณ์โดยไม่จำเป็นซึ่งจะช่วยในการประหยัดต้นทุนการผลิตได้มากขึ้น

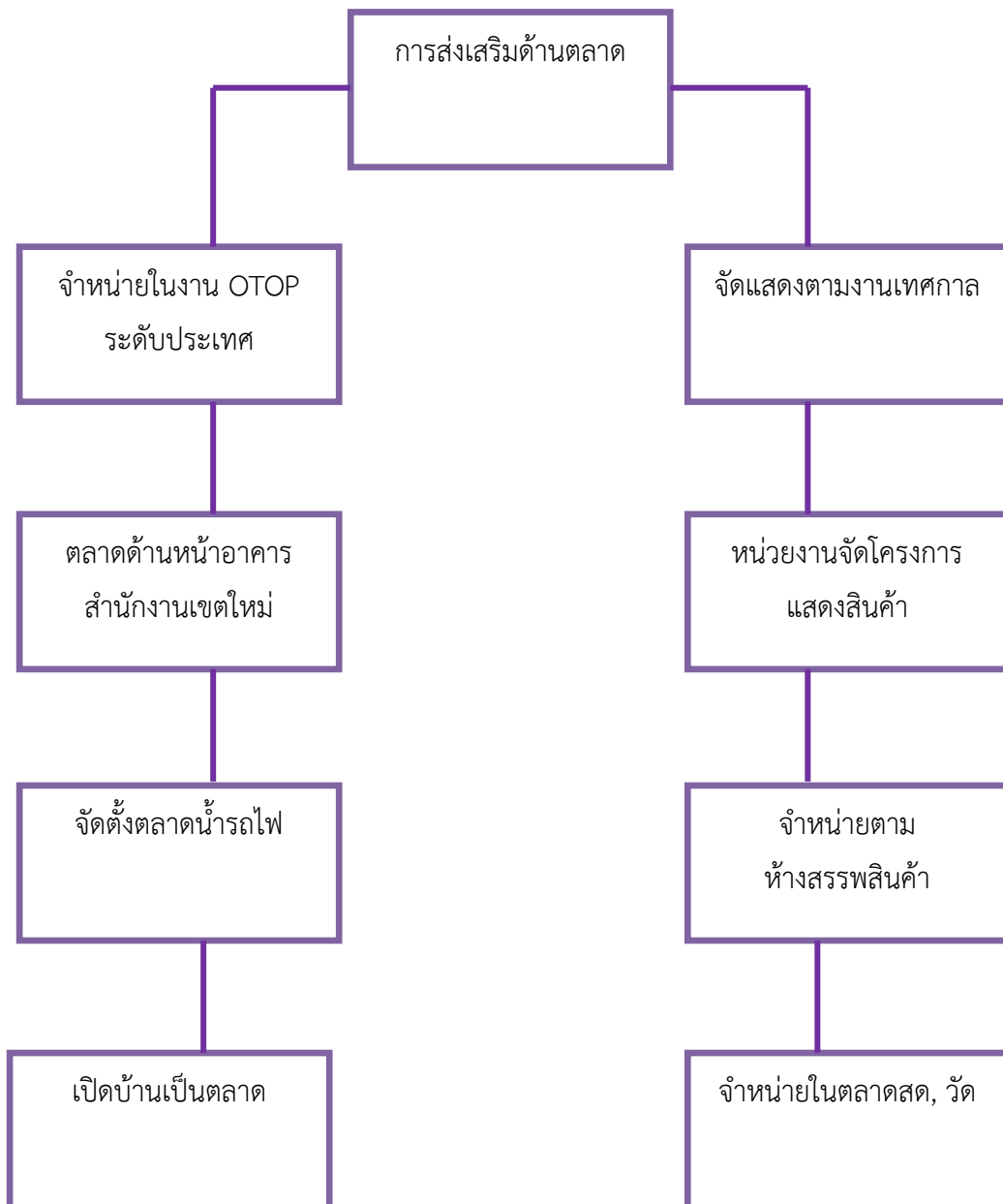
ภาพแสดงการส่งเสริมด้านราคา (Price)



การส่งเสริมด้านตลาด (Place) มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- ประสานจัดส่งผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดงผลภัณฑ์ของหน่วยงานต่างๆ อาทิ งานแสดงผลภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงผลภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) งานแสดงผลภัณฑ์ที่ได้รับการประสานขอความร่วมมือนำร้านไปจัดแสดงของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน
- สำนักงานเขตบางกอกน้อย จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น โครงการถนนคนเดิน อย่างน้อย ๒ เดือน/ครั้ง
- ประสานขอความร่วมมือ กรณีหน่วยงานมีการจัดโครงการต่าง ๆ ขอให้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบางกอกน้อย เช่น อาหาร เครื่องดื่ม หรือของขวัญของที่ระลึกต่าง ๆ
- ประสานจัดหาพื้นที่บริเวณตลาดที่ตั้งอยู่ในเขตบางกอกน้อย เช่น ตลาดวังหลัง ตลาดพรานนก ตลาดบางขุนศรีเพื่อเป็นทางเลือกในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ประสานจัดหาพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ โดยขอความร่วมมือห้างสรรพสินค้าจัดพื้นที่เพื่อให้บริการทางสังคมโดยให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเพื่อเป็นการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนไปยังประชาชนทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- ประสานกับชมรมของฝากกรุงเทพฯ จัดตั้งตลาดน้ำรถไฟเพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในเงื่อนไขที่สมาชิกกลุ่มตกลงร่วมกันทั้งเรื่องค่าเช่าที่ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ส่งเสริมให้เปิดบ้านของผู้ผลิตเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (เปิดบ้านให้เป็นตลาด) ให้มีความพร้อมในการรองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถดูวิธีการผลิตพร้อมกับซื้อผลิตภัณฑ์ได้ด้วย
- จัดหาตลาดกลางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นการถาวร บริเวณย่านถนนบางขุนนนท์ อาทิ บริเวณด้านหน้าอาคารสำนักงานเขตแห่งใหม่ โดยจัดแบ่งพื้นที่ จัดสร้างเป็นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเป็นการถาวร เพราะเป็นย่านค้าขายอาหารและสินค้าที่คึกคัก ซึ่งจะกลายเป็นถนนคนเดินโดยไม่ต้องปิดถนน

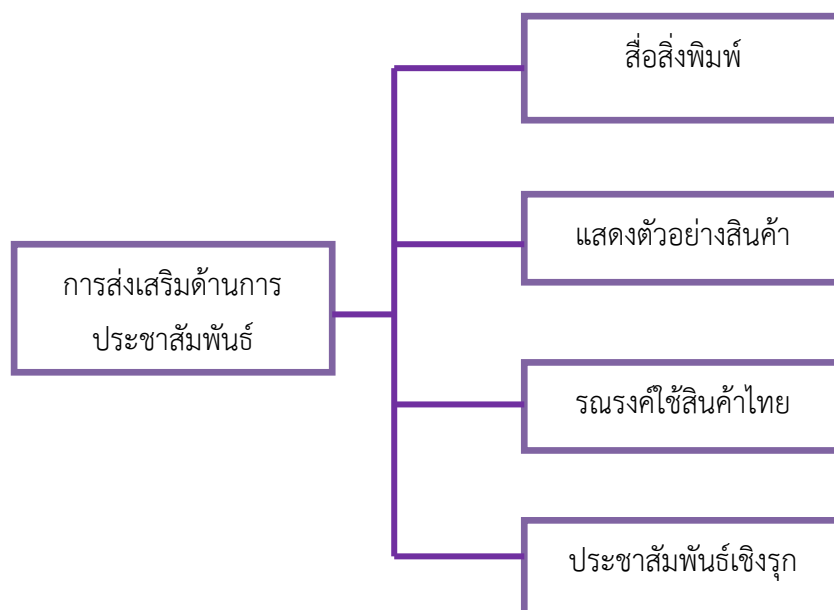
ภาพแสดงการส่งเสริมด้านตลาด (Place)



ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ จัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ จัดทำป้ายติดตามจุดที่มีประชาชนและนักท่องเที่ยวหนาแน่น ติดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในรถบริการสาธารณะต่าง ๆ แจกจดหมายข้อมูลข่าวสารไปยังหน่วยงาน ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครเพื่อขอความร่วมมือให้การสนับสนุนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลอดจนการออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงชุมชน การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินเทอร์เน็ต และจัดทำเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อย เป็นต้น
- นำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ พร้อมเอกสารแนะนำ เช่น พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในเขตบางกอกน้อย วัด สถานประกอบการ สถาบันการศึกษา ตลอดจนห้างสรรพสินค้าต่างๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่
- จัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาจจัดการประกวดหรือให้รางวัลครอบครัวที่ใช้ของดีเขตบางกอกน้อยมากที่สุดเพื่อเป็นตัวอย่างในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น
- ประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยจัดชุดออกเยี่ยมเยียนประชาชนในชุมชนเพื่อสอบถามความสนใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ตลอดจนนำสินค้าไปจัดแสดงในชุมชน

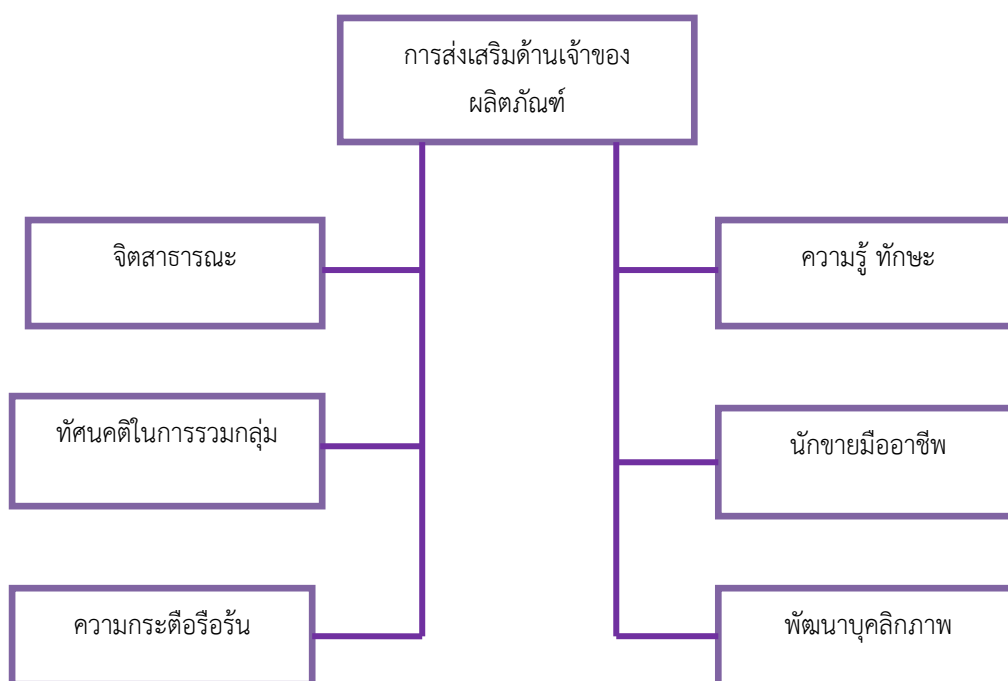
ภาพแสดงการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)



ส่งเสริมด้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Producer) มีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

- ส่งเสริมให้มีความรู้ และทักษะ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้า
- ส่งเสริมให้เป็นนักขายมืออาชีพ ซึ่งนอกจากจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพแล้วยังต้องถึงเทคนิควิธีการจำหน่ายสินค้าโดยสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานขายได้ด้วย
- ส่งเสริมให้มีความรู้ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้พอสมควร
- ส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้ขายให้แต่งกายให้สะอาด สวยงาม มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับ
- ส่งเสริมให้มีความกระตือรือร้น รักความก้าวหน้า ใฝ่หาความรู้เพื่อพัฒนาอาชีพของตน ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มสมาชิกจัดตั้งเป็นชมรมเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- ส่งเสริมให้มีจิตสาธารณะ ช่วยเหลือและแบ่งปันให้กับส่วนรวมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภาพแสดงการส่งเสริมด้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Promotion)



(๔) การรวมกลุ่มจัดตั้งกลุ่มอาชีพ สำนักงานเขตบางกอกน้อยสนับสนุนให้สมาชิกรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มอาชีพ โดยจดทะเบียนขอจัดตั้งตั้งกลุ่ม ณ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบางกอกน้อย เพื่อให้ เกิดการรวมกลุ่มกันตามประเภทผลิตภัณฑ์เดียวกัน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน การรวมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันจะเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตลอดจนเป็นการอำนวยความสะดวกในการบริหารงานของ คณะกรรมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขตพื้นที่ในการประสานดำเนินกิจกรรมต่างๆ สมาชิกจะมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่ชัดเจนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับทาง ราชการได้ โดยมีสิทธิยื่นขอเสนอราคาเช่นเดียวกับบริษัทห้าง ร้านอื่น ๆ

ระยะที่ ๓ ขั้นติดตามประเมินผล

- (๑) คณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขตดำเนินการ ประเมินผลโดยการออกแบบสอบถามไปยังเจ้าของผลิตภัณฑ์ขอทราบถึงปัญหาอุปสรรคของการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนผลตอบรับในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- (๒) สำนักงานเขตบางกอกน้อย โดยฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ดำเนินการประเมินผลโดย การสังเกตจากจำนวนเรื่องร้องเรียนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์รวมถึงผู้บริโภค
- (๓) สำนักงานเขตบางกอกน้อย โดยฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมประเมินผลโดยการสังเกต จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแสดงผลผลิตภัณฑ์ที่หน่วยงานจัดขึ้นและยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละราย

ผู้รับผิดชอบ

๑. ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบางกอกน้อย
๒. คณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับเขต
๓. คณะกรรมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับพื้นที่
๔. กลุ่มสมาชิก ชุมชน ภาคประชาสังคม ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่

งบประมาณที่ต้องใช้และระยะเวลาดำเนินการ

ขอรับการสนับสนุนจากภาคประชาสังคมและกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ โดยไม่ใช้งบประมาณของ กรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาดำเนินการ

- ระยะที่ ๑ ขั้นเตรียมการ จำนวน ๖๐ วัน
- ระยะที่ ๒ ขั้นดำเนินการ จำนวน ๙๐ วัน
- ระยะที่ ๓ ขั้นติดตามประเมินผล จำนวน ๓๐ วัน

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

๑. โครงการอาจไม่ได้รับความร่วมมือจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจ และชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับในระยะยาวและยั่งยืน
๒. คณะกรรมการ ประกอบด้วย คณะกรรมการอำนวยการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของดีเขต บางกอกน้อยระดับเขต และคณะกรรมการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยระดับ พื้นที่อาจไม่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกจำเป็นต้องให้มีระบบการเลือกตั้งอย่างโปร่งใสและ ยุติธรรม
๓. สำนักงานเขตไม่ได้รับงบประมาณในการจัดโครงการ เช่น ถนนคนเดิน จำเป็นต้องขอรับการ สนับสนุนจากนักธุรกิจและภาคเอกชนในพื้นที่
๔. ห้างสรรพสินค้า หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐเอกชนไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควรในการอนุญาตให้ ไปจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องให้หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงาน เขตบางกอกน้อย รับผิดชอบติดต่อประสานงานขออนุญาต โดยต้องให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของห้างฯ
๕. เจ้าของผลิตภัณฑ์บางรายไม่มีโอกาสไปจำหน่ายสินค้าในงานต่าง ๆ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ และสร้างปัญหาในการบริหารจัดการ จำเป็นต้องจัดทำบัญชีสมาชิกและประสานให้ไป จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามลำดับและเท่าเทียมกัน
๖. การจัดตั้งตลาดน้ำรถไฟไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากค่าเช่าพื้นที่แพง ไม่มีประชาชนไปซื้อ สินค้า จำเป็นต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมและจัดการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและต่อเนื่อง
๗. สำนักงานเขตบางกอกน้อยแห่งใหม่ไม่อนุญาตให้ใช้พื้นที่ด้านหน้าอาคารสำนักงานเขตจัด แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นการถาวรเพราะเป็นสถานที่ราชการ จำเป็นต้องชี้แจงให้ ผู้บริหารเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมอาชีพของประชาชน โดยเสนอให้ค่าเช่าพื้นที่ และ รับผิดชอบภาษีและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

การประเมินผล

กำหนดตัวชี้วัด ดังนี้

๑. มีตลาดกลางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างน้อย ๑ แห่ง ในเวลา ๓ ปี
๒. สามารถจัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าในระยะสั้น ได้อย่างน้อย เดือนละ ๒ ครั้ง
๓. เจ้าของผลิตภัณฑ์ทุกรายสามารถจำหน่ายสินค้าได้เฉลี่ยรายละ ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐.-บาท/เดือน
๔. ประเมินผลโดยการทบทวนสอบถามเจ้าของผลิตภัณฑ์ของดีเขตบางกอกน้อยเพื่อ ทราบความพึงพอใจในการดำเนินโครงการ

บรรณานุกรม

หลักการตลาด ๔P เข้าถึงจาก http://www.millionaire_academy.com

หลักการตลาด ๔P เข้าถึงจาก <http://www.nanosolf.co.th>

ตารางแผนการตลาด เข้าถึงจาก <http://www.smeservicernter.net>

รู้จัก ๔P หรือยังก่อนทำการตลาด เข้าถึงจาก <http://www.coachtawatchai.org>

ภาคผนวก

๒๐

ภาคผนวก

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๕๙

เขตบางกอกน้อย

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑	นางสาวปิ่นเพชร ไตรศัณฑ์	ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา	๔
๒	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ลูกชิ้นหมูไทย - อินเตอร์ นางพรรณณี พันมา	ลูกชิ้นหมูสมุนไพรไทย - อินเตอร์	๒
๓	นางสุวิธนา ยุทธชำนาญ	มะตูมเชื่อม	-
๔	บริษัท อาร์ สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์ นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์	๑.งามตา สุนทรบำบัด ๒.สมุนไพร งามตา ๓.สมุนไพร รักษาฟัน	๔
๕	สุมาลี เซรามิค นางสาวสุมาลี สุทธาชีวะ	เซรามิค แต่งบ้าน	-
๖	นักวิทยาศาสตร์และนักพฤกษศาสตร์ นางวรรณณี ชัยสนิท	สบู่ ISSER	-
๗	พรานนก (จิวตีร์ตัน์ นิจประกิจ) นางสาวจิวตีร์ตัน์ นิจประกิจ	น้ำมันนวดผสม ะริน	๔
๘	ห้างหุ้นส่วนจำกัด พุทธรังสี ปฎิมา นายอเนก หงส์มณี หรือ คุณวิไลลักษณ์	รูปหล่อพระพุทธรูป	-
๙	หัตถกรรมจิว นางวิมล สุวรรณโกมลกิจ	หัตถกรรมจิว	๒
๑๐	บริษัท สหไทยอุดม เอ.พี. นางสาวสุวิมล อารยะพิศิษฐ์	ชุดผลิตภัณฑ์จากผ้าเกี้ยว	-
๑๑	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย - เชียงใหม่ นางจรรยา นาคะเสถียร	ผ้าพันคอไหม	๕
๑๒	นาฬิกาประดิษฐ์จากไม้เก่า นายฉันทร์ เข็มสน	นาฬิกาจากรากไม้	๒
๑๓	ชั้นลงหินบ้านบุ นางเมตตา เสลานนท์	ชั้นลงหินบ้านบุ	๕
๑๔	หจก.โรงงานเกษตรบรอนซ์แอนด์สแตนเลส นางพิศงาม ชันธุ์หิรัญ	เครื่องใช้สแตนเลส	๔
๑๕	มิสโนท นางสาววิจิตรา บุญสุข	เรือจำลอง	๓
๑๖	สมชัยดนตรีไทย นางเสมอ คำพาลี	จะเข้ (เครื่องดนตรีไทย)	๕

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑๗	ร้านศักดิ์ปรีชา เซรามิค หัตถกรรมเบญจรงค์ไทย นายศักดิ์ปรีชา เหล็กสูงเนิน	รูปภาพเบญจรงค์ บนแผ่นกระเบื้อง	-
๑๘	ฟาร์มผึ้ง ทีพีเอ นางสาววินเพ็ญ กาญจนวิวัฒน์กุล	ทีพีเอ น้ำผึ้งแท้ ๑๐๐ %	๒
๑๙	ณภาลัย พรหมสูตร	ดอกไม้สบู่	-
๒๐	ลานฝัน นางชุตินา บุริมสิทธิกุล	ศิลปะประดิษฐ์จากใบลาน ๑.จักสานใบลาน ๒.สร้อยลูกปัด ๓.กล่องบุหงา ๔.ของเล่นโบราณ ๕.ดอกไม้ประดิษฐ์	-
๒๑	กอสิลป์ (KAUSIL) นางสาววิไลพร คงสวัสดิ์	เสื่อแพนท์ (กล้วยไม้ไทย คอเล็กชั่น)	-
๒๒	วิสาหกิจชุมชนงามตา สุคนธ์บำบัด นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์	พานรัตนโกสินทร์	-
๒๓	กลุ่มงานหัตถกรรมผ้านูนต่ำ นายรชตวัฒน์ รัชตะนาวิน	งานหัตถกรรมผ้านูนต่ำ	๓
๒๔	กลุ่มพฤษภษา นางอารีย์ ชื่นชม	ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว ๑.ดอกไม้ประดิษฐ์ 3.ตุ๊กตา ๒.การบูรผลไม้ 4.ต้นไม้ประดิษฐ์	๓
๒๕	นางสาวสุภมาส ราษฎร์ศักดิ์	๑.พิมพ์ภาพถ่ายลงผ้า ๒.พวงกุญแจภาพถ่าย	-
๒๖	บิวตี้ บี นายบุญเรือง เมาลี	๑.สมุนไพรขัดผิวขมิ้นน้ำผึ้ง ๒.สบู่ น้ำผึ้ง	-
๒๗	นายพัฒนพงศ์ เดชะดำ	ขี้ผึ้งสมุนไพรห้าเซียน	-
๒๘	นางธันวลัย กิจฑูรย์	ขนมไทย	-
๒๙	บริษัท ไอเดีย คราฟท์ จำกัด นางสาวมาศรีรัตน์ ปริยานนท์	๑.ถุงผ้าฝ้ายปัก (ผลิตภัณฑ์กระดาษสา) ๒.กล่องของขวัญ (ผลิตภัณฑ์กระดาษสา) ๓.ชุดของขวัญ (ผลิตภัณฑ์กระดาษสา)	๓
๓๐	บริษัท จิรายา คอมมูนิเคชั่น จำกัด นางสาวจิระวรรณ สุขพัฒน์	บรรจุภัณฑ์กระดาษและผ้า	๒
๓๑	นางเจติยา ปาลกะวงค์ ณ อยุธยา	ขนมดอกคำءวน	๑

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๓๒	นางฐิติภา เทียบรัตน์	๑.ซิลกี้แฮร์โค้ดสมุนไพร ๒.น้ำมันบำรุงผิว ๓.แชมพูสระผม ๔.ซีฟิ่งสมุนไพร ๕.บำรุงเท้า	๔
๓๓	นางสาวสมฤทัย ศรีวีระกุล	เกลือแช่เท้าสมุนไพรฉัตรแก้ว	-
๓๔	กลุ่มข้าวแช่ชาววังตำรับเพชรบุรี นายเอกพจน์ อิศวปการกุล	๑แช่ ๒.ปลายี่สกผัดหวาน	-
๓๕	นายสุชาติ จันทรมาศ	ขนมนางเล็ด	-
๓๖	เครื่องหอมและสมุนไพรไต้หวัน นางสำราญ แถวกระต่าย	การบูรหอมแฟนซี	๓
๓๗	นางสาวบุญดี แซ่ฉั่ว	ผัดไทโบราณ	-
๓๘	กลุ่มเรือโบราณ นายแดน เกตุเที่ยงกิจ	เรือขุดโบราณจำลองจากไม้สัก	-
๓๙	นคร คาวบอย (นายนคร ศรีนวล)	หมวกคาวบอย	-
๔๐	ข้าวหลามแม่สำอังกค์	ข้าวหลาม	-

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๕๑

เขตบางกอกน้อย

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑	หจก.ลูกชิ้นหมูไทย – อินเตอร์ (นางพรณี คงเอี่ยมพิธิ)	ลูกชิ้นหมูนายฮุย (ลูกชิ้นหมูกระเทียมพริกไทย)	๒
๒	น.ส.ปิ่นเพชร ไตรศัณฑ์	ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา	๒
๓	กลุ่มอาร์สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์ นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์	สบู่งามตา สுகนธบำบัด	๕
๔	กลุ่มเครื่องหอมและสมุนไพรโตเติล นางสำราญ แก้วกระต่าย	การบูรหอมแฟนซี	๔
๕	มิสโบส (น.ส.วิจิตรา บุญสุข)	เรือจำลอง	๒
๖	สมุนไพรฉัตรแก้ว น.ส.สมฤทัย ศรีวีระกุล	แชมพูน้ำมันข้าว สบู่ใสกลีเซอรินผสมสมุนไพร น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์	-
๗	หจก.โรงงานเกษตรบรอน แอนด์สแตนเลส นางพิศงาม ชันธุ์ศิริณู	ภาชนะสำหรับจัดดอกไม้และ ประเทียบเทียน	๓
๘	กลุ่มร้านค้าดีปริชาเซรามิค หัตถกรรมเบญจรงค์ไทย	รูปภาพเบญจรงค์สีนูนประดับเพชร	๒
๙	กลุ่มนักวิทยาศาสตร์และนักพฤกษศาสตร์ นางวรรณิ ชัยสนิท	สบู่ ISSER	-
๑๐	บริษัท ไอเดียกราฟท์ จำกัด น.ส.มาศรัตน์ ปริญญาพันธ์	บริษัท ไอเดียกราฟท์ จำกัด	๒
๑๑	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย – เชียงใหม่ นายกอบกิจ นาคะเสถียร	ผ้าคาดโต๊ะ Table Runner Set	๔
๑๒	บ้านสมุนไพรธิดาภา นางธิดาภา เทียบรัตน์	สมุนไพรบำรุงผม ขี้ผึ้งสมุนไพร บำรุงเท้า	๓
๑๓	กลุ่มพฤษา นางอารีย์ ชื่นชม	ดอกไม้ผ้าใยบัว	๒
๑๔	ชั้นลงหินบ้านบุ นางเมตตา เสลานนท์	ซามผลไม้ติดขาสลักลาย	๔
๑๕	กลุ่มหัตถกรรมผ้าขนุนดำ “หัตถา” นายรชตวัฒน์ รัชตะนาวิน	ภาพนางฟ้าติดพิน	-
๑๖	นายพัฒน์พงศ์ เดชะคำ	ขี้ผึ้งสมุนไพรห้าเซียน	๒
๑๗	นางวิมล สุวรรณโกมลกิจ	โมเดลอาหาร	๒

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑๘	หจก.รัตนโอสด (น.ส.จิตติรัตน์ นิลประกิจ)	แชมพูสมุนไพร อาบน้ำสุนัข น้ำมันนวดผมระริน	๒
๑๙	สมชัยดนตรีไทย (นายสมชัย ชำพาลี)	จะเข้ฝิ่งลายมุก	๔
๒๐	หจก.พุทธรังษีปฎิมา (นายอเนก หงส์มณี)	พุทธรังษีปฎิมา	๓
๒๑	ฟาร์มผึ้ง ทีพีโอ (น.ส.วันเพ็ญ กาญจนวิวัฒนกุล)	น้ำผึ้งดอกไม้ป่า น้ำผึ้งดอกงา	๕
๒๒	ลานฝัน (นางชุตติมา บุริมสิทธิกุล)	ศิลปะประดิษฐ์ แมลงใบลาน สร้อยลูกปัด งานโคเซ	-
๒๓	นายบุญเรือง มาลี	ขมิ้นน้ำผึ้ง	-
๒๔	นายทรงกฤษณ ศรีสุขวัฒนา	ที่ตั้งหนังสือรักการอ่าน	-
๒๕	นางภคมน กิติไกรภัทร	ผ้าอ้อมรัก	-
๒๖	นางเมทินี วีระเสถียร	เครื่องบินจำลองทำจากไม้	-
๒๗	นางพรทิพย์ เศรษฐ์รุจี	ข้าวหลามแม่สำอางค์	-
๒๘	นายอภิวิชญ์ อัครวงศ์เสถียร	อัญมณี	-
๒๙	ครัวสมุนไพร (น.ส.ปิยะนุช ปริยานนท์)	ข้าวยาสมุนไพร หมี่กรอบสมุนไพร ก๋วยเตี๋ยวผสมสวน แหนมเนืองปลา	-
๓๐	DearGift (นายदनัยวัฒน์ จิตวิศรุตกุล)	ชุดผลิตภัณฑ์โบว์	-
๓๑	นายณัฐศรุต สาธิตพิเคราะห์	หัวโขนธานี ๑๐๘	-
๓๒	นครควบอย นางอุทัยวรรณ ลงกลิกานนท์	หมวก กระเป๋า กล่อง ใส่กระดาษชำระ ซองใส่โทรศัพท์มือถือ	-
๓๓	บ.แอล เอช พี อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด น.ส.จิณชชญา เรืองสาร	มิสแมรี่ เครื่องต้มน้ำตะไคร้	-
๓๔	นายวิชัย เนียมแจ้	สเปรย์ตะไคร้สดพิชิตยุง	-
๓๕	น.ส.กนกกร ชาเจียมเจน	ข้าวซอยเต็มสูตร	-
๓๖	นางปาริชาติ ประสิทธิ์ประสาท	ของมงคล ๙ อย่าง สาकु แคนตาลูปนมสด	-

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๕๓

เขตบางกอกน้อย

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑	นางฐิติภา เทียบรัตน์	ซิลกี้แฮร์โค้ด (อาหารบำรุงผม)	๓
๒	หจก.โรงงานเกษตรบรอน แอนด์สแตนเลส	เครื่องใช้สแตนเลส	๔
๓	ศักดิ์ปรีชา เซรามิค นายศักดิ์ปรีชา เหล็กสูงเนิน	รูปภาพเบญจรงค์สีนูน	๓
๔	กลุ่มอาร์สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์ นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์	สบู่งามตา สுகนธบำบัด	๕
๕	นางเมตตา เสลานนท์	ชั้นลงหินบ้านบุ	๕
๖	นางชุตีมา บุริมสิทธิกุล	ศิลปะประดิษฐ์	-
๗	นายสมชัย ชำพาลี	เครื่องดนตรีไทย จะเข้	๔
๘	นางสำราญ แก้วกระต่าย	พวงแขวนการบูรหอม	๔
๙	นางวรรณิ ชัยสนิท	สบู่สมุนไพร	๓
๑๐	นางสาวปิ่นเพชร ไตรศัพท์	ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา	๒
๑๑	มิสโบส (น.ส.วิจิตรา บุญสุข)	เรือจำลอง	-
๑๒	นคร คาวบอย(นายนคร ศรีนวล)	ผลิตภัณฑ์หนัง	-
๑๓	ฟาร์มผึ้ง ทีพีเอ (น.ส.วันเพ็ญ กาญจนวิวัฒนกุล)	น้ำผึ้งแท้ ๑๐๐%	๔
๑๔	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย - เชียงใหม่ นายกอบกิจ นาคะเสถียร	ผ้าคาดโต๊ะ (ใยกล้วย)	๔
๑๕	น.ส.ฐิติรัตน์ นิลประกิจ	แชมพูสมุนไพร อาบน้ำสุนัข	-
๑๖	น.ส.ไพรินทร์ ล้วนวิจิตร	ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว	๒
๑๗	นางพรณี คงเอี่ยมพิธิ	โจ๊กข้าวหอมกึ่งสำเร็จรูป	-
๑๘	นางวรรณ ฉัตรแก้วไพศาล	ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว	๓
๑๙	นางสุวัฒนา ยุทธชำนาญ	มะตูมเชื่อม	-
๒๐	นายदनัยวัฒน์ จิตวิศรุตกุล	ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากริบบิ้น	๒
๒๑	น.ส.หัสยา ไวโรจนวิทยาการ	เครื่องทองเหลืองสาน	๔
๒๒	นายอภิวิชญ์ อัครวงศ์เสถียร	เครื่องประดับ	-
๒๓	น.ส.ลลิตา อินทร์สกุล	ชุดเสื้อผ้าเด็ก	-
๒๔	นางเมทนี วีระเสถียร	เครื่องปั้นจำลอง	-
๒๕	น.ส.นิตา พานน้อย	เครื่องสำอาง	-
๒๖	น.ส.ชโรธร สาลี	กระเป๋าหนัง	-

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๕๕

เขตบางกอกน้อย

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑	วิสาหกิจเสื้อผ้าเด็กชุมชนวัดใหม่ยายมอญ	เสื้อผ้าเด็ก	-
๒	กลุ่มอาร์ สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์	งามตามสบู่สுகุณธบำบัดสูตรขมิ้นชันฯ	๕
๓	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	ซิลกี้ แอร์โคท	๔
๔	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	บำรุงเท้า	๔
๕	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	ยาหม่องเสลดพังพอน	๔
๖	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	แชมพูสมุนไพรอัญชัน	๔
๗	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	น้ำมันเขียวเสลดพังพอน	๔
๘	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	ยาดมสมุนไพรรื่นใจ	๕
๙	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	บ้านหอมรื่นใจ	๕
๑๐	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	การบูรพิมเสน ขนาด ๕๐ กรัม	๕
๑๑	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	การบูร ขนาด ๒๐ กรัม	๕
๑๒	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	การบูรผักผลไม้ ขนาด ๒๐ กรัม	๕
๑๓	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย-เขียนไหม	ผ้าพิมพ์มือ	๕
๑๔	หจก.โรงงานเกษรbronซ์แอนด์ สแตนเลส	แจกันทรงคนโท (ไท) บ้านเชียง	๓
๑๕	หัตถศิลป์พาสุข	แมลง-ดอกไม้จากใบลาน	-
๑๖	ศักดิ์ปรีชา เซรามิค หัตถกรรมเบญจรงค์ไทย	นาฬิกาหน้าไขน	๔
๑๗	วิสาหกิจชุมชนนครควบอย	กระเป๋าหนังทำมือ	๒
๑๘	นายคณัยวัฒน์ จิตวิศรุตกุล	โบริ์ประดิษฐ์จากริบบิ้น	๑
๑๙	พฤษภา (ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว)	โคมไฟดอกไม้ผ้าใยบัว	๓
๒๐	สมชัยดนตรีไทย	ระนาดเอก	๔
๒๑	รองเท้าสตรีหลุยส์ ทาทัม (LOUISTATUMN)	รองเท้าสตรี หลุยส์ ทาทัม	-
๒๒	ชั้นลงหินบ้านบุ	ชั้นลงหิน(ชุดสลัดโบริ์)	๕
๒๓	ฟาร์มผึ้ง ทีพีเอ	น้ำผึ้งดอกลิ้นจี่	๔
๒๔	นายชาติ วิเชียรฉาย	น้ำยาล้างจาน สูตรสับปะรด	-
๒๕	นายชาติ วิเชียรฉาย	น้ำยาซักผ้า สูตรสับปะรด	-
๒๖	นายชาติ วิเชียรฉาย	น้ำยาล้างพื้น สูตรสับปะรด	-
๒๗	มะตูมเชื่อม	มะตูมเชื่อม	-
๒๘	กลุ่มเครื่องหอมและสมุนไพรรัตเต็ล	ไขไก่ การบูร	-
๒๙	นุชนารถ ศรีสมเลิศ	กระเป๋อเนกประสงค์	-
๓๐	ล้านเพชรบ้านหม้อ	เครื่องประดับทองเหลืองสาน	๔

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๕๘
เขตบางกอกน้อย

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
๑	นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์ / กลุ่มอาร์ สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์	งามตามสบู่สุคนธ์บำบัด	กลุ่มดาวเด่น สู่สากล
๒	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	พิมเสนน้ำชื่นใจ	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๓	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	ยาหม่องชื่นใจ	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๔	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	สเปรย์ปรับอากาศชื่นใจ	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๕	ห้างหุ้นส่วนสามัญงานไทยหัตถกรรม	ยาตมสมุนไพรรื่นใจ	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๖	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย-เขียนไหม	ผ้าพิมพ์มือ	กลุ่มพัฒนาสู่การ แข่งขัน
๗	รพีพันธุ์ ชันธุ์หิรัญ / หจก.โรงงานเกษร บรอนซ์แอนด์ สแตนเลส	ถาดใส่ผลไม้	กลุ่มดาวเด่นสู่ สากล
๘	ศักดิ์ปรีชา เซรามิค หัตถกรรมเบญจรงค์ไทย	เรือพระที่นั่งจำลองเบญจรงค์	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๙	สมชัยดนตรีไทย	ขิม	กลุ่มปรับตัวสู่ การพัฒนา
๑๐	ชั้นลงหินบ้านบุ	ชามผลไม้	กลุ่มดาวเด่นสู่ สากล
๑๑	ฟาร์มผึ้ง ทีพีเอ	น้ำผึ้งดอกลิ้นจี่	กลุ่มดาวเด่นสู่ สากล
๑๒	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องหอมและสมุนไพร ไทยใต้เต็ล	การบูรผลไม้	กลุ่มอนุรักษ์ สร้างคุณค่า
๑๓	นางชุติมา บุริมสิทธิกุล	ป้าชูเอนจอย	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๑๔	ทิพปภา ประภาศิริวุฒิ	มะขามยำ มะม่วงกวน กล้วยตาก กยาสารท	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา

๑๕	Aicha	Aicha (เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย)	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
----	-------	--------------------------------	-----------------------------

๒๘

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
๑๖	BACK TO NATURE (แบค ทู เนเจอร์)	ครีมทาผิว	กลุ่มปรับตัว สู่การพัฒนา
๑๗	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	ครีมบำรุงส้นเท้าแตก	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๑๘	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	น้ำมันเขียว	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๑๙	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	ยาหม่องเสลดพังพอน	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๒๐	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	น้ำมันบำรุงผม ชิลกี้ แฮร์โคท	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๒๑	บ้านสมุนไพรรฐิตาภา	แชมพูสมุนไพรอัญชัน	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๒๒	วิสาหกิจชุมชนนครควบอย	ซองโทรศัพท์	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๒๓	วิสาหกิจชุมชนนครควบอย	มาลาสยาม (หมวก)	กลุ่มดาวเด่นสู่สากล
๒๔	พฤษภา (ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว)	ผ้าใยบัวทุกชนิด	กลุ่มพัฒนาสู่การ แข่งขัน
๒๕	พฤษภา (ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว)	ดอกไม้ดินไทย	กลุ่มพัฒนาสู่การ แข่งขัน
๒๖	นางสมพร เต่าสุวรรณ	พานพุ่ม	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๒๗	เสื้อผ้าชุดเด็ก ลลิตา	เสื้อผ้าชุดเด็กชายไทย	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๒๘	เสื้อผ้าชุดเด็ก ลลิตา	เสื้อผ้าชุดเด็กหญิงไทย	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา

๒๙	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	ผ้าคลุมกล่องทิชชู	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
----	----------------------	-------------------	-----------------------------

๒๙

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
๓๐	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	กระเป๋าถือใส่ของประดับเลื่อม	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๓๑	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	นกฮูกแขวนผ้าเช็ดมือ	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๓๒	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	กระเป๋าถือลายนก	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๓๓	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	กระเป๋าถือใส่ของลายผีเสื้อ	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา
๓๔	นางเพยาร์ จันทรสมบุญ	กระเป๋าถือใส่ของลายดอก กุหลาบ	กลุ่มปรับตัวสู่การ พัฒนา

ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร(Bangkok Brand)
เขตบางกอกน้อย ประจำปี ๒๕๕๗

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
๑	นายสมชัย รุ่งวรรณรักษ์ / กลุ่มอาร์ สเปคตรัม เอ็นเตอร์ไพรส์	งามตามสบู่สุคนธบำบัด	๕ ดาว
๒	ฟาร์มผึ้ง ทีพีเอ	น้ำผึ้งดอกลิ้นจี่	๔ ดาว
๓	กลุ่มพิมพ์ฝ้าย-เขียนไหม	ผ้าพิมพ์มือ	๕ ดาว
๔	บ้านสมุนไพรฐิตาภา	สมุนไพรที่ไม่ใช่ยา	๔ ดาว
๕	ชั้นลงหินบ้านบุ	ชามผลไม้	๕ ดาว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ- นามสกุล	นางสุวรรณ ศิริมุจลินท์
วัน เดือน ปีเกิด	๒ เมษายน ๒๕๐๙
ภูมิลำเนา	อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	๕๔๘/๑๕ หมู่ ๖ แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๒๐
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. ๒๕๕๑	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตพิษณุโลก
พ.ศ. ๒๕๕๒	ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี
พ.ศ. ๒๕๕๕	ปริญญานิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. ๒๕๓๒-๒๕๓๕	นักพัฒนาชุมชน ๓-๔ สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. ๒๕๓๖-๒๕๔๐	นักพัฒนาชุมชน ๕ สำนักงานเขตดอนเมือง
พ.ศ. ๒๕๔๑-๒๕๔๒	นักพัฒนาชุมชน ๕ สำนักงานเขตหลักสี่
พ.ศ. ๒๕๔๓-๒๕๔๖	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ๖ สำนักงานเขตหนองจอก
พ.ศ. ๒๕๔๗-๒๕๕๐	นักพัฒนาชุมชน ๖ สำนักงานเขตสายไหม
พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๕	นักพัฒนาชุมชน ๗ สำนักงานเขตสายไหม
พ.ศ. ๒๕๕๖-ปัจจุบัน	นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตบางกอกน้อย สำนักงานเขตบางกอกน้อย ถนนจรัญสนิทวงศ์ ๓๒ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	

