



BMA
กรุงเทพมหานคร
BANGKOK METROPOLITAN ADMINISTRATION

Now
ข่าววันนี้
ทำจริง เห็นผลจริง

VOL.48

วารสารบางกอก

ECONOMY

www.bangkok.go.th/fiic ISSN 2350-9759 ปีที่ 16 ฉบับที่ 3/2564



ย้อนรอย
ตำนาน “ตุ่มอีเลิ้ง”
@ย่านนางเลิ้ง

เชิญชวนตอบแบบสำรวจ





Editor's Talk

“บางกอก Economy” Vol.48 เรามาส่งท้ายภารกิจขับเคลื่อนผลงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พันธกิจ ในกรอบมิติทางด้านเศรษฐกิจของ กทม. ก่อนปิดรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2564 กันครับ !

โดยจากสถานการณ์ที่ผ่านมาซึ่งเราทุกคนต้องร่วมเดินทางฝ่าภัยของโรคระบาดครั้งใหญ่นี้ และจำต้องยอมรับกันว่าโควิด-19 ได้ทำลายเศรษฐกิจและลดทอนศักยภาพความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศลงไปเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ดีเมื่อพวกเราสามารถผ่านพ้นเหตุการณ์ร้ายครั้งนี้ไปได้ อันใดสำคัญที่เราต้องตระหนักต่อไปก็คือความไม่ประมาทในชีวิต รวมถึงในการสร้างให้เกิดเสถียรภาพที่ยั่งยืนในทุก ๆ ด้านของประเทศ..

ในเล่มวารสารของเราฉบับนี้ซึ่งคอนเทนต์เนื้อหาที่อยากหยิบยกเพื่อมานำเสนอให้แก่ผู้ที่สนใจติดตามวารสารมาโดยตลอด นั้น ได้รับรู้ ก็คือในเรื่องของความช่วยเหลือด้านการเงินสำหรับผู้มีรายได้น้อย “สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์” อีกทั้งบทบาทสำคัญของรากฐานทางเศรษฐกิจของไทยระดับจุลภาค “ธุรกิจ SMEs” ประกอบกับในทางเลือกด้านพลังงานที่กำลังเร่งและทวีความสำคัญในภาคอุตสาหกรรมใหม่ของไทยปัจจุบัน “โซลาร์รูฟท็อป” นอกจากนี้ในส่วนคอนเทนต์อื่น ๆ ซึ่งขอเสนอด้านการฟื้นฟูอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน โดยเกาะติดแฟรนไชส์ใหม่ ๆ ในยุค 2021 และการเสริมสร้างเศรษฐกิจสีเขียวอย่างยั่งยืน (Green Economy) เพื่ออนาคตที่สดใส “สะพานเขียว” และส่งท้ายเล่มด้วยตลาดเก่าเล่าเรื่องซึ่งขอย้อนรอยตำนาน “ตุ้มอี่เล้ง” @ ย่านนางเลิ้ง มาให้ทุกท่านได้ผ่อนคลายจากบรรยากาศที่ประเทศยังไม่สามารถกลับเข้าสู่ภาวะปรกติปัจจุบันและยังต้องปรับตัวให้อยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกอีกยุคหนึ่ง .. โดยเนื้อหาทั้งหมดนี้โปรดติดตามได้ในเล่มวารสาร Vol.48 และไว้พบกันฉบับต่อไป..

บรรณาธิการ

3 คลังบางกอก

ฝ่ายยุทธศาสตร์

การบริหารจัดการงบประมาณ กทม.

ต้องสอดคล้องต่อวิสัยทัศน์ & พันธกิจปัจจุบัน

6 การเงินบางกอก

ไมโครไฟแนนซ์

โอกาสและทางรอดของผู้มีรายได้น้อย !

9 ธุรกิจบางกอก

ชีชอง SMEs

เพิ่มทางรอดเศรษฐกิจไทย

11 บางกอกบอกให้รู้

โซลาร์รูฟท็อป

พลิกโฉมพลังงานทางเลือกไทย

14 บางกอกทันการณ์

เกาะติด...แฉวสไซ์ส์

สร้างธุรกิจยุคใหม่ 2021

16 เศรษฐกิจบางกอก

สะพานเขียว

กระตุ้นเศรษฐกิจสีเขียวให้กรุงเทพฯ

18 เล่าขานบางกอก

ย้อนรอยตำนาน “ตุ้มอี่เล้ง”

@ ย่านนางเลิ้ง

22 รอบรู้บางกอก

ปรับปรุงภูมิทัศน์ลำรางลำไส้ไก่

ย่านลาดกระบังจัดถนนคนเดิน

กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน

ปรับปรุงภูมิทัศน์คลองบางลำภู

ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว

คณะผู้จัดทำวารสารบางกอก ECONOMY ปีที่ 16 ฉบับที่ 3/2564

ประธานที่ปรึกษา

นางศิลปสวย ระวีแสงสูรย์

ปลัดกรุงเทพมหานคร

รองประธานที่ปรึกษา

นางวัลยา วัฒนรัตน์

รองปลัดกรุงเทพมหานคร

ที่ปรึกษา

นายปิยะ พุดคล่อง

ผู้อำนวยการสำนักการคลัง

บรรณาธิการ

นายไพศาล เหมวัฒนานันท์

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

จัดทำโดย : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร โทร. 0 2224 1916 โทรสาร 0 2225 1945

Download วารสารย้อนหลัง : เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการคลังและการลงทุนของกรุงเทพมหานคร www.bangkok.go.th/fiic

ออกแบบจัดพิมพ์ : บริษัท สไตส์ครีเอทีฟเฮ้าส์ จำกัด โทรศัพท์ 0 2945 8051-3 email : stylecreative@gmail.com www.style.co.th

พายุกระแสน้ำ

การบริหารจัดการงบประมาณ กทม.
ต้องสอดคล้องต่อ
วิสัยทัศน์ & พันธกิจปัจจุบัน



โครงการสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกแยกกาย

ในบางทีการพิจารณาจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีไม่ว่าจะในระดับรัฐบาลหรือแม้แต่การบริหารจัดการงบประมาณของกรุงเทพมหานครเอง จะว่าไปก็เปรียบเหมือนเครื่องมือด้านทรัพยากรเพื่อใช้เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายของกิจกรรม ตลอดจนโครงการสาธารณะของภาครัฐเพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ รวมถึงองค์ประกอบส่วนท้องถิ่น เพราะหากพิจารณาถึงลงไปในเรื่องรายละเอียดตามกรอบมิติของพันธกิจตามแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์จะพบว่า ภาพรวมงบประมาณรายจ่ายประจำปีในแต่ละปีนั้นทางองค์กรกรุงเทพมหานครมีเป้าประสงค์ซึ่งมุ่งพัฒนาวิสัยทัศน์ไปในทิศทางใด ทั้งนี้ สำหรับการพิจารณางบประมาณรายจ่ายของกรุงเทพมหานครในปัจจุบันจะต้องให้ความสำคัญเรื่องการบริหารจัดการโดยเริ่มขึ้นตอนตั้งแต่จัดให้มีการประชุมเพื่ออธิบายรายละเอียด ตลอดจนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันกับหน่วยงานระดับสำนักและสำนักงานเขตถึงความสอดคล้องในการดำเนินงานตามแผนปฏิรูปประเทศ สถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งวิสัยทัศน์และพันธกิจงาน/โครงการ ที่สำคัญต่อเนื่องต่าง ๆ และโดยปีงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2565 ซึ่งกำหนดให้เป็นปีแรกที่กรุงเทพมหานครจะอาศัยแบบแผนวิธีการบริหารจัดการงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน ดังนั้น ในส่วนการส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานในสังกัดของกรุงเทพมหานครได้เข้าใจนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการให้ความสำคัญในการบริหารจัดการแผนที่จะส่งผลกระทบต่อปัจจัยความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นตามเป้าหมาย เนื่องจากการเป็นสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ นำพันธกิจที่มีไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งสนับสนุนให้หน่วยงานประสานความร่วมมือกับประชาชนและองค์กรภายนอกเพื่อไปสู่การพัฒนากรุงเทพมหานครให้บรรลุเป้าหมายในแต่ละระดับที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกันอย่างมีเอกภาพ

หากย้อนกลับไปก่อนหน้ากระบวนการบริหารจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งงบประมาณที่ผ่านการพิจารณาอนุมัติมาแล้ววงจรการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีของ กทม. จะต้องมีการจัดสัมมนาของเหล่าสมาชิกสภากรุงเทพมหานครเพื่อกำหนดแนวทางก่อนเป็นประจำปีต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปี 2558 ซึ่งปัจจุบันนับเป็นปีที่ 7 จึงได้แนวทางการจัดทำงบประมาณของกรุงเทพมหานครที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในการได้รับแนวคิดที่สะท้อนประเด็นสภาพปัญหาต่าง ๆ จากสภากรุงเทพมหานครที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยรวบรวมสรุปพร้อมกำหนดแนวทางพิจารณาจัดสรรงบประมาณรายจ่ายที่สะท้อนถึงความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

โดยในทุกปีสภากรุงเทพมหานครซึ่งอยู่ในฐานะฝ่ายนิติบัญญัติของกรุงเทพมหานครนั้นได้ให้คำแนะนำและข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์แก่กรุงเทพมหานครโดยตลอด ทั้งนี้ จากที่ผ่านมาในการจัดทำงบประมาณรายจ่ายของกรุงเทพมหานครในทุกปีตามกฎหมายวิธีการงบประมาณจะต้องจัดทำงบประมาณเป็นแบบสมดุล แต่ภายหลังจากที่เกิดสถานการณ์ของโควิด - 19 ที่เริ่มตั้งแต่ช่วงปี 2563 ที่ผ่านมา ในการจัดทำงบประมาณจึงต้องอาศัยการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ในปัจจุบันโดยจะเทน้ำหนักไปในเรื่องของการฟื้นฟูเยียวยาประชาชน ตลอดจนในการฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจซึ่งพื้นที่กรุงเทพมหานครได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดจากโควิด - 19 สูงสุดในประเทศ



เรือคลองแสนแสบส่วนต่อขยาย
Shutter Bus ฟรี กทม.



อุโมงค์ระบายน้ำบึงหนองบอน



แก้มลิงสวนเบญจกิติ

ขณะเดียวกันทางกรุงเทพมหานครยังคงต้องขับเคลื่อนพันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่วางกรอบเป้าหมายไว้ โดยเพื่อบูรณ์ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ไปพร้อมกัน ซึ่งในปี 2565 นี้จะถือเป็นปีสุดท้ายของแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ระยะ 2 ในการนี้จึงเร่งมุ่งเน้นพัฒนาเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ตอบสนองการยกระดับการพัฒนาในทุกด้านสำหรับประชาชนทุกกลุ่มทุกวัย เพื่อเตรียมพร้อมเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ แบบในอนาคตและโดยที่งบประมาณรายจ่ายประจำปีของกรุงเทพมหานครที่ส่งผ่านออกไปในหลาย ๆ โครงการที่ได้นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของเมือง อาทิ การกำจัดขยะมูลฝอยมลพิษทางอากาศ โรคระบาด การรื้อล้างคลอง การจราจร และอีกส่วนหนึ่งที่นำไปใช้ในการพัฒนาเมือง เช่น การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การทำอุโมงค์ทางยกระดับ การก่อสร้างถนนข้ามแม่น้ำเพื่อรองรับการจราจรและเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ประชาชน สำหรับการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อการปรับปรุงถนนหนทาง ติดตั้งไฟฟ้าส่องสว่าง ล้างท่อ ขุดลอกคูคลอง การเพิ่มเส้นทางล้อ ราง เรือ ซึ่งส่วนใหญ่ถือเป็นการใช้จ่ายงบประมาณผ่านการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยตรง

ขณะที่ในส่วนของการก่อสร้างอาคารสำนักงานเขตเพื่อเป็นที่ทำการถาวร หรือในการก่อสร้างสถานดับเพลิงซึ่งถือเป็นการใช้จ่ายงบประมาณที่ส่งผลโดยอ้อมแก่ประชาชน และในความท้าทายของผู้บริหารก็คือยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อแบ่งปันสัดส่วนของงบประมาณให้พอดีกับโครงการแก้ปัญหาและป้องกันปัญหาตลอดจนงบประมาณที่ใช้ป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นของเมืองในอนาคต อีกทั้งบริการสาธารณะที่ได้มาตรฐาน สร้างคุณภาพชีวิตและส่งผลประโยชน์กับประชาชนโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อให้งบประมาณที่มาจากภาษีของประชาชนที่ใช้จ่ายไปเกิดความคุ้มค่าสูงสุด !

จากเป้าหมายการจัดสรรงบประมาณในอนาคต ซึ่งครอบคลุมหลากหลายจะสำเร็จลุล่วงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของกรุงเทพมหานครมากน้อยเพียงไร สามารถพิสูจน์ได้จากผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ภายใต้งบประมาณที่ผ่าน ๆ มาได้อย่างดี ซึ่งกรุงเทพมหานครดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นฐานพัฒนาสำคัญของการพัฒนาสู่การเป็นมหานครตามเป้าหมายใหญ่ในอนาคตอันใกล้

ตัวอย่างเช่น โครงการของสำนักการโยธา ในการจัดสร้างถนน-สะพาน-ทางลอดต่าง ๆ โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างสะพานข้ามแยกเกียกกาย และโครงการก่อสร้างสะพานข้ามแยกเกียกกายบวกกับทางยกระดับถนนฝั่งพระนครช่วงข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา-แยกสะพานแดง ซึ่งตั้งอยู่ใกล้รัฐสภา

แห่งใหม่ที่ช่วยปรับทั้งภูมิทัศน์และความสะอาดด้านการจราจร

โครงการพัฒนาด้านการจราจรของสำนักงานการจราจรและขนส่ง มีโครงการเดินเรือคลองแสนแสบส่วนต่อขยายอีก 10.5 กิโลเมตร พร้อมกับโครงการ Shuttle Bus และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบขนส่งสาธารณะสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้เดินทางในกรุงเทพมหานคร ไปจนถึงแผนการพัฒนาเพื่อรองรับโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพใหญ่ ซึ่งกรุงเทพมหานครโดยสำนักการระบายน้ำ จัดทำทั้งอุโมงค์ระบายน้ำบึงหนองบอน แก้มลิงสวนเบญจกิติ และที่เป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับรถไฟฟ้าความเร็วสูงคือ การพัฒนาระบบระบายน้ำแนวเส้นทางรถไฟฟ้าความเร็วสูง โดยดำเนินงานไปแล้ว 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงถนนพระราม 6 ถึงซอยระนอง 1 และจากซอยระนอง 1 ต่อเนื่องไปถึงสนามบินดอนเมือง

โครงการจัดเก็บขยะมูลฝอย ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของเมืองหากถูกปล่อยปะละเลย กรุงเทพมหานครโดยสำนักสิ่งแวดล้อม ได้ทำการจ้างเหมาเอกชนรับผิดชอบดูแลทั้งการฝังกลบตามหลักสุขาภิบาลในศูนย์กำจัดมูลฝอยทั้งที่หนองแขม และสายไหม รวมถึงการจ้างเหมาเอกชนเดินเครื่องจักรโรงงานกำจัดมูลฝอยขนาด 1,000 ตันต่อวันที่ศูนย์กำจัดมูลฝอยอ่อนนุช

ดังนั้น นอกจากทำให้ปัญหาขยะมูลฝอยไม่เกิดให้เห็นเป็นการซ้ำเติมสถานการณ์โควิด-19 แล้ว กรุงเทพมหานครยังจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการผ่านสำนักการแพทย์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยรัฐบาลลดปัญหาสถานการณ์โควิด-19 โดยตรงอีกด้วย

ด้านภูมิทัศน์ มีการจัดทำโครงการก่อสร้างสวนสาธารณะภายในสถานี่พัฒนาที่ดิน



โรงกำจัดขยะผลิตไฟฟ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมหนองแขม



สวนสาธารณะภายในสถานีพัฒนาที่ดินถนนบางขุนเทียนชายทะเล



โครงการนำสายไฟฟ้าลงใต้ดิน กทม.

ถนนบางขุนเทียนชายทะเล และการนำสายไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวงลงดินซึ่งเป็นโครงการที่ทำอย่างต่อเนื่องแม้บางคนอาจจะลืมไปแล้ว แต่กรุงเทพมหานครก็ยังคงเดินหน้าอยู่เสมอ เป็นต้น

จากตัวอย่างโครงการบางส่วนจากปีงบประมาณที่กรุงเทพมหานครดำเนินมาก่อนหน้านี้ ต้องยอมรับว่า สามารถสะท้อนภาพความสำเร็จที่นอกจากทำให้กรุงเทพมหานครบรรลุพันธกิจตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้แล้วยังส่งผลทางอ้อมต่อสถานการณ์วิกฤตโควิด - 19 ในไทยด้วย เพราะทำให้ประชาชนไม่ต้องหนักใจเผชิญปัญหาด้านอื่น ๆ ระหว่างที่ต้องเผชิญกับ

สถานการณ์โรคระบาดร้ายแรง เช่น ไม่ต้องเผชิญกับปัญหาขยะล้นเมือง เหตุการณ์น้ำท่วม การจราจรหรือปัญหาด้านการสาธารณสุข หรือความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองตลอดช่วงปีที่ผ่านมา

ที่สำคัญ เป็นการย้ำให้เห็นว่า กรุงเทพมหานครสามารถดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ได้ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเห็นผล

ยุทธศาสตร์การพัฒนา 7 ด้าน ของกรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบงบประมาณ พ.ศ. 2565

สำหรับงบประมาณของกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2565 ที่ได้รับจัดสรรมาในปี 79,000 ล้านบาท จะได้รับการจัดสรรเพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่กำหนดไว้ 7 ด้านหลัก เพื่อขับเคลื่อนกรุงเทพมหานครสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่มีจุดเน้นสำคัญสู่การพัฒนาเป็นมหานครในแต่ละด้านดังนี้

1. มหานครปลอดภัย เป้าหมายพัฒนาให้กรุงเทพฯ เป็นมหานครปลอดภัยทั้งเรื่องแหล่งน้ำ ขยะมูลฝอย คุณภาพอากาศ และเสี่ยงอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ปลอดภัยจากอาชญากรรมและยาเสพติด ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และภัยพิบัติต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของประชาชน รวมทั้งด้านสุขภาพกายใจ ที่ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงบริการการแพทย์และสาธารณสุขที่มีคุณภาพได้มาตรฐานอย่างเท่าเทียม

2. มหานครสีเขียว พัฒนาเพิ่มพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สีเขียวในสัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ต่อจำนวนประชากร ซึ่งรวมถึงการจัดระเบียบภูมิทัศน์เมืองให้เป็นระเบียบปราศจากสิ่งกีดขวาง

3. มหานครกระชับ พัฒนาเติบโตอย่างเป็นระเบียบตามผังเมืองรวม ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และทันสมัย โดยมุ่งพัฒนาสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ

4. มหานครสำหรับทุกคน คือการพัฒนาให้ทุกคนทุกอาชีพทุกเพศทุกวัยและทุกสถานภาพอยู่ร่วมกัน แบบเสมอภาค สมานฉันท์ เกื้อกูล และเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน

5. มหานครประชาธิปไตย พัฒนาเพื่อมุ่งให้บริการสาธารณะภายใต้แนวคิด Governance การบริหารกิจการบ้านเมืองโดยเครือข่าย (Network Governance) และการบริหารกิจการบ้านเมืองแบบร่วมมือกัน (Collaborative Governance) ผ่านหลักการกระจายอำนาจสู่ประชาชน

6. มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ โดยมีเป้าหมายที่จะเป็น “มหานครแห่งเอเชีย” ในปี พ.ศ. 2575 และที่ผ่านมามุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น มีการพัฒนาอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2565 นี้ กรุงเทพมหานครมีแนวคิดที่จะส่งเสริมการตลาดทั้งประเทศและต่างประเทศผ่านการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อส่งเสริมให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นรวมทั้งยกระดับคุณภาพ การเป็นเมืองท่องเที่ยวในทุกมิติ

7. การบริหารจัดการเมืองมหานคร เป็นกลไกสนับสนุนการพัฒนาขับเคลื่อนเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้ง 6 มหานครให้บรรลุผล ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานแบบมืออาชีพและมีคุณธรรม จริยธรรม เป็นที่เชื่อมั่นของประชาชน และรวมถึงการพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการบริหารประชาชน ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ต้องทำควบคู่กันไปด้วย เพื่อบริหารฐานข้อมูล ให้สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ที่มา

- <http://www.prbangkok.com/th/board-news/view/MDY1cDBzNnM0NHlyb3Ezc3E2NnEyNDk0cDRyOTQzcjQ4NjQwMg>
- https://www.planning.kmutnb.ac.th/document/index?dep_id=3&doc_type_id=89&type_id=1
- แผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2565

“ไมโครไฟแนนซ์”

โอกาสและทางรอด

ของผู้มีรายได้น้อย!



โครงการสนับสนุน

สินเชื่อปล่อยกู้รายย่อย

สำหรับผู้ได้รับผลกระทบจากไวรัส COVID-19

ผู้สนับสนุนโครงการ



สินเชื่อเสริมพลังฐานราก (สร้างงานรายย่อย)

ดอกเบี้ยต่ำ ไม่ต้องใช้หลักประกันเงินกู้ ปล่อยชำระเงินต้นและดอกเบี้ย 6 เดือนแรก

เพื่อการดำรงชีพ เพื่อลงทุน หรือ หมุนเวียนในกิจการ



พ่อค้า
แม่ค้า



ผู้ประกอบการ
อาชีพอิสระ



ผู้มีรายได้น้อย
ประจำ

หลักเกณฑ์และเงื่อนไข

วงเงินกู้	สูงสุดไม่เกิน 50,000 บาท
ระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้	สูงสุดไม่เกิน 3 ปี
อัตราดอกเบี้ย (PLAT RATE)	0.35% ต่อเดือน
หลักประกัน	ไม่ต้องมีหลักประกัน
การชำระหนี้	ปลอดการชำระหนี้ 6 งวดแรก (เงินต้นและดอกเบี้ย)

GSB | SOCIAL BANK

Hi-Way

สมัคร
เงินสงเคราะห์
02-123-4000

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ง่ายสะดวกและรวดเร็วของประชาชนย่อมเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตัวจากธุรกิจเล็ก ๆ เติบโตไปเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยวัตถุประสงค์ของสินเชื่อที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญของการสร้างระบบการเงินในระดับจุลภาคของไทย หรือเป็นที่ทราบกันดีในชื่อ “สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์”

กำเนิดไมโครไฟแนนซ์

สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ หรือไมโครเครดิตเริ่มขึ้นครั้งแรกในประเทศบังกลาเทศเมื่อ ปี 2519 ซึ่งเป็นการให้เงินกู้ขนาดเล็ก

เพื่อสนับสนุนการขยายกิจการขนาดเล็กและเสริมรายได้จนนำไปสู่ความสำเร็จของผู้กู้ นั่นคือ การเริ่มมีฐานะที่มั่นคง และหลุดพ้นจากความจน จากนั้นแนวความคิดของไมโครไฟแนนซ์จึงเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการสนับสนุนขององค์การสหประชาชาติ และเมื่อปี 2548 ได้ประกาศเป็นปีสากลแห่งไมโครเครดิต

โดยที่ประเทศไทยนั้นได้เริ่มนโยบาย “ไมโครไฟแนนซ์” เมื่อเดือนพฤษภาคม 2554 ในการนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือ ธปท. ได้ทำจดหมายนำส่ง “นโยบายสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ของธนาคารพาณิชย์” ให้ผู้จัดการธนาคารพาณิชย์ทุกธนาคาร และกำหนดให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2554 เป็นต้นไป

ธปท. ได้กำหนดแนวนโยบายธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่องแนวนโยบายสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ของธนาคารพาณิชย์ โดยนิยาม “สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์” ซึ่งจากแนวนโยบายของ ธปท.

การเงินจุลภาค ไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ เปิดโอกาสให้คนตัวเล็กได้ลงทุนทำธุรกิจ



ดังกล่าวหมายความว่า การให้กู้ยืมเงินแก่บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ โดยมีวงเงินการให้กู้ยืมแต่ละรายไม่เกิน 200,000 บาท กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ถือปฏิบัติในการให้สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ โดยอาจเรียกเก็บดอกเบี้ยในหนี้ยี่สิบห้า หรือดอกเบี้ยในระหว่างเวลาผิณัดชำระหนี้ หรือค่าบริการ หรือเบี้ยปรับจากการชำระหนี้ล่าช้ากว่ากำหนดจากผู้ให้บริการได้ แต่เมื่อคำนวณรวมกันแล้วต้องไม่เกินร้อยละ 28 ต่อปี (Effective Rate)

ต่อมา ธปท. ได้ออกประกาศ เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับสำหรับสถาบันการเงินและผู้ประกอบธุรกิจที่มีใช้สถาบันการเงิน ลงวันที่ 22 มกราคม 2558 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาระบบการเงินระดับจุลภาคอย่างต่อเนื่อง จากนั้น ธปท. จึงได้ออกประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 13/2563 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2563 โดยประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 เป็นต้นไป (โดยให้ยกเลิกประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันซึ่งออกมาก่อนหน้าประกาศฉบับนี้) โดยในสาระสำคัญเรื่องดังกล่าวคือ การอนุญาตให้ตั้งบริษัทดำเนินการที่มีลักษณะการให้สินเชื่อในวงเงินที่ต่ำกว่าสินเชื่อ



ไมโครไฟแนนซ์ หรือเรียกว่า สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ (วงเงินไม่เกิน 100,000 บาทต่อราย) และมีอัตราดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใด ๆ ที่เรียกเก็บจากลูกหนี้รวมกันแล้วไม่เกินร้อยละ 36 ต่อปี

ทั้งนี้แม้แต่ในประเทศเอง อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ก็คงอยู่ที่ช่วงร้อยละ 27 ต่อปี โดยเมื่อเทียบกับหนี้ในระบบในประเทศไทยที่มีการคิดอัตราดอกเบี้ยประมาณร้อยละ 5 ต่อเดือน หรือร้อยละ 60 ต่อปีเป็นอย่าต่ำแล้ว อัตราดอกเบี้ยไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ที่ ธปท. ประกาศออกมา ก็ยังมีอัตราที่ต่ำกว่ามาก

ยักษ์เล็กยักษ์ใหญ่ร่วมปล่อยกู้

ในกลุ่มธุรกิจที่เปิดบริการไมโครไฟแนนซ์และ/หรือนาโนไฟแนนซ์ มีทั้งเป็นกิจการในเครือธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่มีอยู่เดิม ซึ่งมักตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมามีดำเนินการส่วนอีกกลุ่มหนึ่งมาจากธุรกิจที่มีใช้ธนาคาร (Non Bank)

ปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้บริการทั้งไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ และบริษัทที่ให้บริการเฉพาะนาโนไฟแนนซ์จำนวนมาก และในบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 ให้บริการสินเชื่อบุคคลเพย์-เดย์ เป็นสินเชื่อเงินกู้ระยะสั้น ระยะเวลาการกู้เงิน 30 - 60 วัน คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 26 ต่อปี โดยจะให้วงเงินตั้งแต่ 1,000 บาท สูงสุด 20,000 บาท ระยะเวลาการผ่อนเพียงแค่ 1 งวด สินเชื่อนี้ธนาคารจะใช้ข้อมูลจากรายได้หรือกระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าในบัญชีเงินฝาก เพื่อพิจารณาเสนอสินเชื่อและอนุมัติเป็นหลัก โดยการพิจารณาอนุมัติธนาคารกสิกรไทยได้พัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เรียกว่า “เกด” (KADE) เรียนรู้ และประมวลผลพฤติกรรมของผู้ใช้งาน หนึ่งในนั้น คือ การปล่อยสินเชื่อบุคคลให้กับผู้ใช้ K PLUS ที่มีมากกว่า 10 ล้านราย ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนขนาดเล็ก ทั้งลูกค้าทั่วไปและผู้ประกอบการรายย่อย (ที่มา: <https://ibusiness.co/detail/9620000102429>)



บมจ. เมืองไทย แคปปิตอล ให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถจักรยานยนต์ สินเชื่อโฉนดที่ดิน สินเชื่อส่วนบุคคล และสินเชื่อนาโนไฟแนนซ์

บมจ. ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น ให้บริการสินเชื่อแบบมีหลักประกัน โดยมียานพาหนะและอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกัน นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการสินเชื่อแบบไม่มีหลักประกัน ภายใต้สินเชื่อส่วนบุคคลและใบอนุญาตประกอบธุรกิจสินเชื่อ

ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ในขณะนี้หลายสถาบันเร่งออกมาตรการช่วยเหลือเร่งด่วนในลักษณะนาโนไฟแนนซ์ ตัวอย่างเช่น ธนาคารออมสินที่ให้สินเชื่อกับลูกค้าธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน MyMo รายละ 10,000 บาท ดอกเบี้ยเพียงร้อยละ 0.49 ต่อเดือน ผ่อนชำระในเวลา 2 ปี โดยมีระยะปลอดหนี้ถึง 6 เดือน ก็เป็นปรากฏการณ์ที่ช่วยเหลือผู้เดือดร้อนได้นับแสนนับล้านรายเลยทีเดียว

นอกจากนี้ยังมี บมจ. เงินดีดล้อ บมจ. ไฮเวย์ บมจ. อีซี่ เลนดิง เป็นต้น ซึ่งรายชื่อบริษัทธุรกิจที่มีใช่สถาบันการเงิน (Non Bank) ที่เปิดดำเนินการสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ทั้งหมดนั้น โดยผู้ที่สนใจสามารถค้นหาตรวจสอบเพื่อสร้างความมั่นใจได้ที่เว็บไซต์ของ ธปท. คือ www.bot.or.th

สะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินเชื่อระดับจุลภาคเติบโต คือ ความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งในส่วนผู้ขอสินเชื่อและบริษัทที่ปล่อยสินเชื่อ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นการปล่อยกู้เป็นลักษณะสินเชื่อหมุนเวียนไม่มีระยะเวลาครบกำหนดหรือผู้ขอกู้เจรจา กำหนดชำระเงินกู้ได้ แต่วงเงินจะมีการทบทวนต่ออายุหรือไม่ต่ออายุทุกปี อัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

หลายบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ เน้นการให้บริการสินเชื่อในช่องทางดิจิทัลมีการพัฒนาแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มสำหรับนำเสนอสินเชื่อโดยผู้กู้สามารถแสดงความจำนงขอรับสินเชื่อได้ผ่านช่องทางดิจิทัลด้วยเครือข่ายโทรศัพท์มือถือทุกระบบ

นอกจากนี้หลายบริษัทในธุรกิจไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ได้ใช้ข้อมูลประกอบการพิจารณาสินเชื่อในลักษณะ Information based Lending โดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในสาขาต่างๆ อาทิ อี-คอมเมิร์ซ คำว่าสต็อกก่อสร้าง โลจิสติกส์ และบริการรับส่งอาหาร ซึ่งมีฐานลูกค้าและลูกค้าจำนวนมาก เพื่อค้นหาลูกค้า รวมทั้งคัดกรองศักยภาพ และความมีวินัยในการชำระหนี้จากลักษณะพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทั่วไป (ที่มา: <https://news.gimyong.com/article/12511> <https://www.posttoday.com/finance-stock/news/574949> และ <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2562/ThaiPDF/25620017.pdf>)

ความสำเร็จอยู่ที่ผู้กู้!

จุดวัดความสำเร็จของระบบการเงินระดับจุลภาคไมโครไฟแนนซ์และนาโนไฟแนนซ์ คือ เงินที่ปล่อยกู้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อเริ่มธุรกิจใหม่ หรือเพื่อขยายกิจการนั้นประสบความสำเร็จ กิจการมีรายได้ มีกำไร ทำให้เงินทุนงอกเงยธุรกิจอยู่รอดขยายตัว และมีวินัยในการชำระหนี้ มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้มีกำไร โดยผลตอบแทนจากการทำธุรกิจด้วยเงินกู้นั้น ต้องมากกว่าการจ่ายคืนเงินต้น ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเสมอ

ถ้าทำได้..การเงินระดับจุลภาคก็จะช่วยลดเสี่ยงผู้มีรายได้น้อยให้ล้มตาอำปากได้ และรอดพ้นจากการเงินนอกระบบที่โหดร้ายทั้งดอกเบี้ยและการติดตามทวงหนี้!

ซื้อช่อง SMEs เพิ่มทางรอด เศรษฐกิจไทย



สถานการณ์แพร่ระบาดที่ยาวนานของโควิด - 19 ยาวนานจนทำให้เศรษฐกิจโลกและประเทศตกต่ำไปตาม ๆ กัน ทำท่าจะดีขึ้นมาหน่อย การระบาดระลอกใหม่จากไวรัสกลายพันธุ์ ก็มีให้เห็นอีก ทำให้ต้องคอยลุ้นทั้งการแพร่ระบาดและการฟื้นตัวเศรษฐกิจควบคู่กันไป ยิ่ง SMEs ด้วยแล้ว ยิ่งต้องหากกลยุทธ์มาต่อลมหายใจเพื่อเอาตัวรอดกันได้ไม่วันวัน

เรียกว่า ในช่วงวิกฤตโควิด - 19 เรียนรู้และปรับตัวไปพร้อมกัน แล้วพอผ่านช่วงยากลำบากที่สุดนี้ไปได้เมื่อไรคราวนี้ถึงเวลาปล่อยยาววัดดลมนไปกับเศรษฐกิจที่จะฟื้นขึ้นมาได้ทันที

ผศ. ดร. เอกก์ ภัทรธนกกุล อาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เขียนหนังสืออัจฉริยะการตลาด และยัง

เป็นที่ปรึกษาด้านการตลาดให้กับธุรกิจแบรนด์ดังของไทยหลายต่อหลายแบรนด์ ได้รับรวมเคล็ดลับสำหรับ SMEs ไว้ในงานสัมมนา “การตลาดยุคโควิดระลอก 3 SMEs ต้องปรับตัวอย่างไร” ซึ่งมีเนื้อหาด้านการตลาดสำหรับ SMEs ที่น่าสนใจทั้งด้านที่ควรทำและสิ่งที่ไม่ควรทำ ครบทั้งสองมุม เพื่อหวังจะช่วย SMEs ฝ่าวิกฤตโควิด - 19 ไปให้ได้

ข้อดีของเทคนิคเหล่านี้ ก็คือ แต่ละเรื่องที่ ดร. เอกก์ แนะนำ ล้วนเป็นเครื่องมือที่ SMEs รู้จักเลือกมาใช้งานก็จะทำให้การท่องโลกออนไลน์ที่หลายคนสัมผัสอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนมาเป็นเครื่องมือการตลาดที่ช่วยเพิ่มสีสัน ยอดขายรวมทั้งสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจได้ทันที และแน่นอนแม้จะมีคู่แข่งเกิดขึ้นตามมา ก็พร้อมที่จะรับมือกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นได้อีกด้วย

ไปดูกันเลยว่า กูรูด้านการตลาดมากฝีมือท่านนี้ แนะนำอะไรให้บ้าง

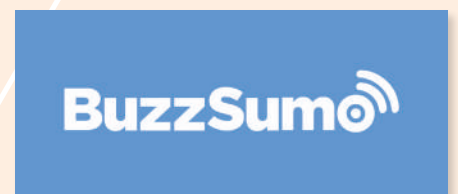
4 เทคนิค SMEs ควรทำ จับ-จิก-เจาะ-จูนเจอ

ดร. เอกก์ แนะนำว่า ให้ลิ้มหลักการตลาดที่ควรทำที่เคยเรียนรู้มาไปก่อน เพราะหลายเรื่องใช้ไม่ได้ในยุคโควิด - 19 ที่เศรษฐกิจที่ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคอยู่ในภาวะซ็อกไปตาม ๆ กัน เช่น เทรนด์

ที่เคยพูดกันเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือการสร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านสัมผัสทั้งทางรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เป็นต้น แต่จะให้ได้ผลเร็ว ยุคนี้ต้องหาเทคนิคการตลาดที่ต้อง **จับ-จิก-เจาะ-จูนเจอ** ลูกค้าอย่างมีชั้นเชิง และทั้งหมดนี้ หาได้จากโลกดิจิทัลโดยเฉพาะโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยอยู่แล้ว

เริ่มจากการ **“จับ”** กระแสหรือเทรนด์ง่ายสุดหาได้ทั้งจาก ยูทูบ เทรนด์ ทวิตเตอร์ เทรนด์ หรือแม้จากข่าวต่าง ๆ เพื่อนำธุรกิจเข้าไปอยู่ในกระแสที่ผู้บริโภคสนใจ ผู้บริโภคก็จะได้เห็นธุรกิจของเรา เทคนิคเหล่านี้แม้แต่แบรนด์ดังอย่างบรรดาฟาสต์ฟู้ดทั้งหลาย ก็นิยมนำมาใช้กันให้เห็นกันอยู่เสมอ

นอกจากแหล่งให้ตามจับกระแสที่กล่าวมา ใครที่อยากหาเทรนด์จากเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ที่หลายคนเล่นกันทุกวัน ก็เข้าไปหาได้ที่ <https://trend.wisesight.com> หรือเว็บไซต์ BuzzSumo.com ก็ใช้ได้



buzzsumo

พอจับลูกค้าเข้ามาในวังวนธุรกิจได้แล้ว ก็ต้องรู้จัก **“จิก”** ลูกค้า แน่นนอน



ผศ. ดร. เอกก์ ภัทรธนกกุล
อาจารย์ภาควิชาการตลาด
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Facebook-Pixel

ก็ต้องเป็นการจิกแบบดิจิทัล ในโลกดิจิทัล มีเครื่องมือให้ตามจิกลูกค้า ที่นิยมเช่น Facebook Pixel ยิ่งใครที่เคยเอาแต่บูสต์โพสต์ในเฟซบุ๊กต้องไม่ลืมที่จะต้องติดตามลูกค้าด้วย

Facebook Pixel เป็น ระบบ Tracking ของเฟซบุ๊กที่ใช้ติดตั้งบนเว็บไซต์ของธุรกิจ เพื่อติดตามพฤติกรรมการใช้งานของผู้เยี่ยมชม ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการโฆษณาในแบบที่ละเอียดมากขึ้นที่เฟซบุ๊กเรียกว่า Custom Audience ที่จะช่วยให้ SMEs โฆษณาได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นว่าอยากเข้าถึงลูกค้ากลุ่มไหน เช่น คนที่เคยเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือเคยทำอะไรบางอย่างบนเว็บไซต์ เพราะการโฆษณาในกลุ่มคนที่รู้จักธุรกิจเรามาก่อนแล้วย่อมจะได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า

ขั้นตอนโฆษณาเจาะกลุ่มเป้าหมาย ต่อจากการจิกก็คือเทคนิคการ “เจาะ” นั่นเอง ซึ่งนอกจาก Facebook Pixel ซึ่งควรใช้เพื่อให้เราติดตามลูกค้าให้เห็นธุรกิจของเราอย่างต่อเนื่องแล้วพัฒนาไปสู่การซื้อในที่สุดนอกจากเฟซบุ๊กอีกตัวที่ SMEs นิยมใช้และให้ผลทางเดียวกันก็คือ Google Tag Manager

นอกจากนี้ ยังมีการตลาดเจาะกลุ่มอีกวิธีที่ทำไม่ยากและได้ผล นั่นคือ ใช้โอกาสที่ลูกค้าที่มีความชอบแบบเดียวกันมาอยู่บนออนไลน์ เช่น เพจต่าง ๆ ทำการตลาดผ่านแอดมิน ต้นทุนการตลาดไม่แพงก็สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนจนเกิดการซื้อจริง นอกจากสร้างเพจหากสังเกต Facebook Group ที่รวมกลุ่มคนที่ชอบอะไรเหมือน ๆ กันมารวมกันก็กลายเป็นเครื่องมือการตลาดบนเฟซบุ๊กไปแล้วเช่นกัน



ขายมะม่วงในปางช้าง

เทคนิคสุดท้าย “**จูนเจือ**” การทำธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเทรนด์โลก และจับใจผู้บริโภคได้ดีเสมอ ลองดูตัวเราเอง เวลาเจอใครทำอะไรดี ๆ เราก็มักจะจดจำ ธุรกิจก็เหมือนกัน ถ้าสร้างมูตี่ ๆ แบบนี้ก็มีโอกาสเป็นที่จดจำและชื่นชอบ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกดี

“**สิ่งสุดท้ายที่ธุรกิจควรทำคือ ต้องไม่ลืมการตลาดจูนเจือ (สังคม)** มีบางโมเดลธุรกิจที่เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย เช่น ขายมะม่วงให้ปางช้าง เป็นการช่วยเกษตรกรที่มะม่วงล้นตลาด ช้างที่ตักงานได้อาหาร คนซื้อรู้สึกสบายใจ ธุรกิจรูปแบบนี้จะมีความจำเป็นมากขึ้นในยุคโควิด ในวันที่ทุกคนลำบาก การช่วยเหลือผู้อื่นได้ จะทำให้ธุรกิจอยู่ได้ดีขึ้นในระยะยาว” ดร.เอกก์ ยืนย่นผลลัพธ์ดี ๆ จากเทคนิคการจูนเจือ

ไม่ว่าเจอช่วงวิกฤตแค่ไหน ก็ต้องไม่ “ตัด-ทุน-ตลาด”

สำหรับ SMEs นอกจากมีสิ่งที่ควรทำเพื่อฝ่าวิกฤต ดร.เอกก์ ได้แนะนำสิ่งที่ไม่ควรทำควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะหากอยากให้ธุรกิจไปต่อได้ แม้สถานการณ์ที่ต้องเจอจะเลวร้ายเพียงใด ก็ต้องห้ามทำ 3 สิ่งต่อไปนี้คือ “**ตัด-ทุน-ตลาด**”

เพราะการ “ตัด” ที่มักพบบ่อยคือ ตัดราคา ที่แม้จะช่วยให้ขายได้ในช่วงแรก แต่อาจกลายเป็นกับดักถ้าคู่แข่งสามารถลดราคาได้มากกว่า ก็จะเจ็บกันทุกราย อาจจะเพิ่มราคากลับมาเท่าเดิมไม่ได้ และสุดท้ายจะพากันตายหมด

ส่วนการทุน ช่วงเวลานี้ไม่มีใครคิดจะทุนสินค้า แต่เป็นการทุนราคา หรือรับเงิน



เข้ามาแต่ยังไม่ให้ของเป็นอีกวิธีที่ไม่ควรใช้ และสุดท้าย เรื่องของการตลาด เช่น ร้านค้าที่พยายามหลบซ่อนไม่ทำตามกฎเกณฑ์ข้อห้ามในช่วงสถานการณ์วิกฤต อาจจะทำให้ชื่อเสียงและความไว้วางใจของลูกค้าไม่กลับมาเหมือนเดิม ได้ไม่คุ้มเสียซ้ำยังต้องเสี่ยงที่สำคัญ การตลาด ต่อให้ช่วงเวลากดไม่มีสถานการณ์วิกฤตก็เป็นสิ่งที่ไม่ควรทำอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม ดร.เอกก์ ให้คำแนะนำทิ้งท้ายว่าใน 3 ข้อห้ามนี้ สิ่งหนึ่งที่จะพอทำได้คือการ “ตัด” ต้นทุน กรณีที่เคยใช้ต้นทุนค่อนข้างมาก แต่ต้องทำอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ เช่น เคยโฆษณาเยอะก็เปลี่ยนมาใช้เครื่องมือที่ถูกลง แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงมากขึ้น หรือ ตัดต้นทุนการตลาด คน สินค้า การผลิต แต่สิ่งสำคัญและต้องจำให้ขึ้นใจคือ การ “ตัด” นั้น ต้องไม่ทำร้ายลูกค้า เช่น บางครั้งถ้าต้องตัดต้นทุนในเรื่องของการเงิน แต่สามารถทดแทนได้ด้วยการใส่ใจ

จากคำแนะนำทั้งสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ ไม่ว่าจะ เป็น SMEs องค์กรธุรกิจ หรือแม้แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หากปรับมาใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ส่วนใหญ่คุ้นเคยอยู่แล้วทุกวันมาใช้เป็นเครื่องมือการตลาด ไม่เพียงแต่จะไม่เสียเวลาอยู่กับห้องโลกออนไลน์ไปอย่างไร้ความหมาย แต่ยังสามารนำมาพลิกธุรกิจให้ดีขึ้นได้อีกด้วย ที่สำคัญสถานการณ์แพร่ระบาดโควิดจะยังกักไม่ให้ผู้คนออกไปทำกิจการค้าได้ตามปกติ แต่ธุรกิจก็ยังเดินหน้าต่อไปได้ในโลกออนไลน์

โซลาร์รูฟท็อป

พลิกโฉมพลังงานทางเลือกไทย

กล่าวถึงพลังงานทางเลือก ทุกคนคงนึกถึงพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ที่รู้จักกันในชื่อ โซลาร์เซลล์ แต่จริง ๆ แล้วยังหมายถึงพลังงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พลังงานจากฟอสซิล (คือน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน) เช่น พลังงานไฟฟ้าจากกังหันลม โรงไฟฟ้าชีวมวล เป็นต้น

ก่อนหน้าโควิด-19 มาเยือน พลังงานทางเลือกก็ดูจะได้รับความนิยมในระดับหนึ่ง เห็นได้จากการใช้โซลาร์เซลล์ในพื้นที่เกษตร ที่ห่างไกลสายส่งของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การใช้รถยนต์ไฟฟ้า รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า แทนยานยนต์ที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิง และ การใช้เป็นไฟส่องสว่างตามท้องถนน ฯลฯ

แต่เมื่อผู้คนต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตมาทำงานที่บ้าน ด้วยวิถีชีวิตใหม่ จากผลกระทบของโควิด-19 ค่าไฟตามบ้านเรือน ก็เพิ่มขึ้นจนน่าตกใจ กระแสการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา หรือโซลาร์รูฟท็อปเพื่อผลิตไฟฟ้าใช้ในบ้านก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ระบบโซลาร์รูฟท็อป คือ การใช้แผงโซลาร์เซลล์ที่ติดตั้งบนหลังคาบ้าน อาคารสำนักงานหรือโรงงาน เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าส่งเข้าระบบเพื่อใช้ภายในอาคารในช่วงกลางวัน หากลงทุนเพิ่มก็สามารถเก็บไฟเข้าแบตเตอรี่เพื่อนำมาใช้ในเวลากลางคืนได้ด้วย หรือหากมีขนาดใหญ่พอก็สามารถจำหน่ายส่วนเกินให้กับการไฟฟ้านครหลวง หรือการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ในราคาตามเกณฑ์ที่ทางสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน หรือ กกพ. เป็นผู้กำหนด

มูลค่าตลาดกว่า 1.37 แสนล้านบาทใน 10 ปีข้างหน้า

ดร. พชรพจน์ นันทรามาศ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ศูนย์วิจัยกรุงไทยคอมพาส ธนาคารกรุงไทย ให้ความเห็นว่า

จากความซบเซาของตลาดอสังหาริมทรัพย์อันเนื่องมาจากวิกฤตโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการหันมาหารายได้เสริมจากการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปเข้าในโครงการ รวมถึงการสร้างธุรกิจเสริมด้านการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปภาคครัวเรือน ประกอบกับต้นทุนในการผลิตแผงโซลาร์เซลล์ทั่วโลกก็ถูกลงมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ระยะเวลาคืนทุนสำหรับผู้ติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปนั้นลดลงจากเดิม 17-30 ปี เหลือเพียง 5.3-12 ปีภายในปี 2568 นี้

ศูนย์วิจัยกรุงไทยคอมพาส ยังคาดการณ์ต่อว่าเมื่อประเมินจากแผน PDP ปรับปรุงครั้งที่ 1 ภายใน 10 ปีข้างหน้า มีครัวเรือนไทยที่สามารถติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปได้อย่างคุ้มค่าถึง 2.3 ล้านครัวเรือน หากคำนวณจากเพียงร้อยละ 20 หรือ 4.6 แสนครัวเรือน ก็จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 95,000 ล้านบาท และเมื่อรวมถึงการติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปในภาครัฐที่คาดว่าจะมีประมาณ 42,000 ล้านบาท ก็จะทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง 1.37 แสนล้านบาทเลยทีเดียว

กกพ. หนุนส่ง รับซื้อไฟฟ้าภาคประชาชนเพิ่มอีก 50 เมกกะวัตต์

นายคมกฤช ตันตระวาณิช เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) เปิดเผยว่า กกพ. ได้ออกประกาศรับซื้อไฟฟ้า “โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา สำหรับกลุ่มโรงเรียน สถานศึกษา โรงพยาบาล และ ศูนย์น้ำเพื่อการเกษตร (โครงการน้ำร่อง)” จำนวน 50 เมกกะวัตต์ โดยแบ่งเป็น การไฟฟ้านครหลวง รับซื้อไฟฟ้าจากโรงเรียน สถานศึกษา 6 เมกกะวัตต์ โรงพยาบาล 6 เมกกะวัตต์ ส่วนการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค รับซื้อจากโรงเรียน สถานศึกษา 14 เมกกะวัตต์ โรงพยาบาล 14 เมกกะวัตต์ และผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทสูบน้ำเพื่อการเกษตร

อีก 10 เมกะวัตต์ โดยมีอัตราซื้อหน่วยละ 1 บาท โดยเปิดให้ผู้สนใจเริ่มสมัครได้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ถึง 30 กันยายน 2564 นี้

เลขาธิการ กกพ. ยังเสริมอีกว่า คาดว่าจะมีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการเกินกว่า 50 เมกะวัตต์ เพราะกลุ่มโรงเรียนและโรงพยาบาลให้ความสนใจมาก ส่วนการพิจารณาค่าซื้อก็จะเรียงตามลำดับวันเวลาที่ได้รับตามความพร้อม และกำหนดประกาศรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือกและทำสัญญาซื้อขายไฟฟ้าภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2564 ซึ่งผู้ผลิตไฟฟ้าจะต้องผลิตไฟฟ้าเข้าระบบภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2564 เช่นกัน

ม.ธรรมชาติ ตัดโซลาร์ฟลอปใหญ่สุดในเอเชีย

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในภาครัฐที่มีการลงทุนติดตั้งโซลาร์ฟลอปอย่างจริงจัง ก็คือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ตัดสินใจลงทุนเพื่อติดตั้งโซลาร์ฟลอปขนาด 15 เมกะวัตต์ ซึ่งถือเป็นระบบโซลาร์ฟลอป ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ของมหาวิทยาลัยในเอเชีย และเป็นอันดับ 4 ของมหาวิทยาลัยโลก เป็นรองมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา คือ คอลบิคอลเลจ ที่มีขนาด 30 เมกะวัตต์ มหาวิทยาลัยแห่งรัฐออริโซนาขนาด 24 เมกะวัตต์ และมหาวิทยาลัยแห่งรัฐแคลิฟอร์เนียขนาด 16 เมกะวัตต์

ดร. ปริญญ์ เทวานฤมิตรกุล ผู้รับผิดชอบโครงการนี้ ให้ข้อมูลว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต ใช้ไฟฟ้าปีละ 70 ล้านหน่วย ตกวันละ 190,000 หน่วย คิดเป็นค่าไฟ 300 ล้านบาทต่อปี ขณะที่โครงการนี้สามารถผลิตไฟฟ้าได้เฉลี่ยวันละ 75,000 หน่วย ถือเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานและสามารถผลิตไฟฟ้าใช้เองภายในมหาวิทยาลัยได้ถึงร้อยละ 30-40

ที่น่าสนใจก็คือ การลงทุนโครงการขนาดใหญ่อย่างนี้เป็นของเอกชนที่มการลงทุนมูลค่า 700 ล้านบาท ให้โดยเมื่อผลิตไฟได้ก็ขายให้กับธรรมชาติในราคาเดียวกับที่ซื้อจากการไฟฟ้าตามระยะเวลาที่กำหนด ทำให้ได้พลังงานสะอาด ไม่ต้องลงทุนเองและยังได้ทรัพย์สินที่ใช้ได้ต่อไปในอนาคตอีกกว่า 20 ปี



การติดตั้งโซลาร์ฟลอปบนหลังคาโรงงาน

ปตท. จับมือเอสซีจีให้บริการโซลาร์ฟลอปโรงงานอุตสาหกรรมและอาคารสำนักงาน

เป็นอีกหนึ่งความร่วมมือที่ยักษ์ใหญ่ 2 อุตสาหกรรม คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือศึกษาความเป็นไปได้โครงการระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมและอาคารสำนักงาน โดยจะใช้ความเชี่ยวชาญของทั้ง 2 บริษัท มาร่วมพัฒนาธุรกิจให้บริการระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์อย่างครบวงจร ให้กับลูกค้าที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป และผลิตไฟฟ้าใช้เองของกลุ่ม ปตท. รวมถึงกลุ่มอาคารสำนักงานด้วย

นอกจากนี้ยังแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพและประสบการณ์ เพื่อขยายธุรกิจพลังงานสะอาด ซึ่งจะเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายในระยะยาว ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสอดคล้องกับนโยบายของประเทศที่ส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนมากขึ้น เรียกว่าจะรุกธุรกิจโซลาร์ฟลอปกันแบบครบวงจรเลยทีเดียว





โครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปขายพร้อมบ้าน

กลุ่มเสนา เร่งขยายฐานลูกค้า ตั้งเป้าโซลาร์รูฟท็อปเติบโต 10%

นางเกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้บุกเบิกวงการบ้านจัดสรรที่โดดเด่นด้วยการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปมาพร้อมบ้านจัดสรรในโครงการเป็นรายแรก จนได้รับความนิยมจากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายอื่น ๆ กล่าวถึงเป้าหมายของบริษัท เอชโซลาร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกของเสนาว่าตั้งเป้าเติบโตปีละร้อยละ 10 โดยปีนี้จะเน้นติดตั้งบ้านในโครงการเสนาจำนวน 150 หลัง และภาคธุรกิจอื่น ๆ เช่นห้างสรรพสินค้า ธุรกิจค้าปลีก สถานีบริการน้ำมัน และโรงงานอุตสาหกรรม และยังมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ทำงานนอกบ้านในช่วงเวลากลางวัน เพื่อหาโซลูชันที่คุ้มค่าที่สุด พร้อมอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ด้วย

ที่ผ่านมากลุ่มเสนา ติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปสำหรับลูกค้าบ้านจัดสรรไปแล้วกว่า 400 หลัง และติดตั้งในสำนักงาน คลังสินค้า โรงงานขนาดใหญ่กว่า 50 แห่ง รวมกำลังผลิตติดตั้งไปแล้ว 16 เมกกะวัตต์ รวมถึงยังมีการลงทุนในโซลาร์ฟาร์มอีกทั้งที่จังหวัดนครปฐม และจังหวัดสระบุรี

ในวิกฤตยังมีโอกาส

จะเห็นได้ว่า แม้ช่วงนี้ประเทศยังอยู่ในภาวะวิกฤตเกือบทุกภาคส่วนได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้แต่ในวิกฤตก็ยังมีโอกาสดี ๆ รออยู่ เช่นเดียวกับธุรกิจโซลาร์รูฟท็อปที่ตอนนี้กลายเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่มีผู้สนใจหันมาลงทุนในธุรกิจนี้กันอย่างคึกคัก สังเกตได้จากการลงโฆษณาออนไลน์เพื่อให้บริการติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปแบบครบวงจร มีให้เลือกใช้กันอย่างมากมาย เพียงพิมพ์คำว่า “โซลาร์รูฟท็อป” ในระบบค้นหาเท่านั้น

ความจริง แม้ว่าสำนักงาน กกพ. จะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายการรับซื้อไฟฟ้าจากผู้ติดตั้งระบบ “โซลาร์รูฟท็อป” ซึ่งประกาศรับซื้อไฟฟ้าจากระบบโซลาร์เซลล์แบบนี้จะมีประกาศออกมาเป็นระยะ ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทางเลือก แต่เมื่อสถานการณ์มาถึง ณ วันนี้องค์การกระตุ้นจากภาครัฐก็ดูจะไม่จำเป็นเท่าไรนัก เพราะมีปัจจัยที่จูงใจด้านอื่นมาแทนที่ ได้แก่

ปัจจัยด้านต้นทุนการติดตั้งที่ลดลง เทคโนโลยีที่สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้มากขึ้น โดยใช้พื้นที่ติดตั้งน้อยลงอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บพลังงานไว้ใช้ในช่วงกลางคืนมีราคาถูกลง และจัดเก็บได้ดีขึ้น

ในขณะที่การใช้ไฟฟ้าตามบ้านเพิ่มขึ้นตามแนวโน้มการทำงานที่บ้าน (Work From Home) ซึ่งเป็นกระแสใหม่ที่แม้ในอนาคตจะผ่านพ้นวิกฤตโควิด - 19 ไปแล้ว ก็เชื่อได้ว่า พฤติกรรมการทำงานที่บ้านก็จะยังคงดำเนินต่อไป และมีแนวโน้มจะยิ่งเพิ่มขึ้นตามการพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัล แนวโน้มการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปก็ควรจะเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผู้เล่นในตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างคึกคัก ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ติดตั้ง รวมถึงสถาบันการเงินที่พร้อมให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน

นี่คือการพลิกโฉมพลังงานทางเลือกไทยอย่างแท้จริง

ที่มา :

- <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/601813/>
- <https://mgronline.com/business/detail/9640000059052>
- <https://mgronline.com/business/detail/9640000063732>
- <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/941010>

เกาะติด...แฟรนไชส์ สร้างธุรกิจยุคใหม่ 2021

ปี 2021 ปีแห่งมรสุมที่ลูกลมมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยภัยของโควิด - 19 ส่งผลต่อเศรษฐกิจและธุรกิจทั่วโลก เห็นได้ชัดจากการขาดทุนหรือปิดกิจการ ของผู้ประกอบการทุกประเภท ตั้งแต่ยักษ์ใหญ่อย่างสายการบิน โรงแรม ไล่เลียงมาถึงโรงงานอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยมีจำนวนไม่น้อยที่ต้องตงงานหรือปิดร้านไปตาม ๆ กัน

แต่เมื่อชีวิตต้องไปต่อ จะมีธุรกิจอะไรที่ทำให้คนทำงานที่อยู่ ๆ ก็เจอจุดเปลี่ยนแบบไม่คาดคิดพอจะไปต่อได้บ้าง ซึ่งต้องยอมรับเลยว่าในสถานการณ์ที่ขยับตัวยากขนาดนี้ ใครที่มองเห็นช่องทางและปรับตัวได้ก่อน นั่นแหละคือผู้รอดอย่างแท้จริง

ดังนั้น ในขณะนี้หลาย ๆ อาชีพขาดกระแสเงินสดในการหมุนเวียนเพื่อหล่อเลี้ยงต่อชีวิตในอาชีพของตน แฟรนไชส์กลับเป็นอีกหนึ่งอาชีพในยุค 2021 ที่มีเม็ดเงินหมุนเวียนตลอดเวลา และยังไม่ล้มหายตายจากไปในสภาพเศรษฐกิจเช่นนี้ เพราะแฟรนไชส์ไม่ต่างจากธุรกิจสำเร็จรูปที่พร้อมจะให้เห็นโอกาสเริ่มต้นธุรกิจได้ทันที

ก่อนยุคอินเทอร์เน็ตครองเมือง เมื่อพูดถึงธุรกิจแฟรนไชส์ เราอาจจะคิดถึงธุรกิจร้านอาหารเป็นหลัก เพราะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ง่าย และมีสูตรสำเร็จของการลงทุน เพียงคุณมีทุน มีทำเล ก็เริ่มธุรกิจได้

แต่แฟรนไชส์ที่เราจะมาพูดถึงกันก็คือแฟรนไชส์ยุคใหม่ มาดูกันว่าคนยุคนี้เขาฮิตทำแฟรนไชส์แบบไหนกัน ซึ่งทั้งหมดที่นำเสนอในบทความนี้ ก็ล้วนมาจากผลการสำรวจความนิยมในการค้นหาแฟรนไชส์บนโลกออนไลน์

ปัจจัยที่สามารถดึงดูดคนยุคใหม่ได้ หลัก ๆ คือ ต้องง่าย มีแหล่งศึกษาต่อยอด ไม่ต้องลงทุนเยอะ ที่สำคัญคือต้องเริ่มได้เลย และหากมีโมเดลความสำเร็จให้เห็นตามแล้วละก็ ใครบ้างจะไม่สนใจ

แฟรนไชส์ออนไลน์มีอะไรบ้าง แฟรนไชส์ขายดีปี 2021 จะขายของในข้อป้อย่างไร สมักรขายของในอาลีบาบาอย่างไร แฟรนไชส์ที่ไม่ต้องเสียเงินมีไหม หรือแม้กระทั่งแฟรนไชส์อะไรที่รวยไว ทั้งหมดนี้แค่เศษเสี้ยวตัวอย่างที่คนที่กำลังมองหาโอกาสหารายได้นิยมเสิร์ชในกูเกิ้ล

เรามาเกาะติดกันดีกว่ามีแฟรนไชส์อะไรบ้างที่น่าสนใจ เริ่มต้นได้ที่ และตอบโจทย์กับเราบ้างในปี 2021 นี้

1. แฟรนไชส์ขายอาหาร



ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่ม ขนม หรืออาหารหลัก ก็มีข้อมูลตามอินเทอร์เน็ตเต็มไปหมด เช่น ชาไข่มุก สติ๊ก ไก่ทอด และลูกชิ้น เป็นต้น ตัวอย่างแบรนด์ดัง ๆ เห็นกันบ่อย ๆ เช่น แฟรนไชส์มาราชา (Marra'cha) เชียนสเติ้ก เซียงล้งลูกชิ้นปลา เป็นต้น ผู้สนใจประกอบการต้องเริ่มต้นจากศึกษาความชอบ ความต้องการของตลาด รวมถึงเงินสำหรับลงทุนด้วย

2. แฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ



ขยับสแต็ปขึ้นมาจากข้อแรกพอสมควร เพราะเป็นการลงทุนที่ใช้เงินทุนมากพอสมควรเลยทีเดียว จะเป็นแบรนด์ใหญ่ ๆ อย่าง 7-Eleven, Family Mart, Fresh Mart เป็นต้น รวมถึงบางแบรนด์ที่อาจจะไม่ติดตลาดแต่ลงทุนน้อยกว่าก็มีให้บริการ เช่น SUN STORE ที่โด่งดังในระดับภูธร

3. แฟรนไชส์เครื่องแต่งกาย



มีเยอะมากในปัจจุบันโดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า นาฬิกา ก็ต่างรับมาจากเจ้าเดียวกัน และมาสร้างแบรนด์ของตนเอง บ้างก็อ้างอิงจากแบรนด์แม่เพื่อการตลาดที่ง่ายขึ้น มีตั้งแต่การจัดแคมเปญพรีออเดอร์เพื่อลดความเสี่ยง ลงทุนแบบน้อย ๆ ไปจนถึงสต็อกใหญ่ ๆ อาทิ เอสเซ่ - SSE' เวอร์คแมน - WorkMan แอปพารอ - Apparo ฯลฯ

4. แฟรนไชส์อาหารเสริม



น่าแปลกที่ยุคนี้ใคร ๆ ก็กลัวความล้าหลัง แต่อาหารเสริมกลับไม่ลดละความพยายามในการผลิตและเปิดตัวใหม่ อีกทั้งรูปแบบการขายประเภทนี้คือการรับตัวแทน ไม่ว่าจะแบรนด์เล็กหรือใหญ่ ก็ต่างสร้างผลกำไรได้ไม่น้อยเลย อาทิ อะมาโด - Amado, สเลนซ่า - SLENZA ฯลฯ

5. แฟรนไชส์ขายของจำเป็น

อาจสงสัยว่าของจำเป็นที่กำลังพูดถึงคืออะไรยกตัวอย่างให้เห็นชัด ๆ เลยคือหน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ ที่ต่างก็ติดแบรนด์ตัวเอง พร้อมรับตัวแทนและขายแฟรนไชส์ หรือแม้กระทั่งการที่แบรนด์ต่าง ๆ ผลิตรองรับเมียนเหล่านี้อย่าง สำหรับแฟรนไชส์ในหัวข้อนี้ต้องนับถือหัวคิดของผู้ริเริ่มเลย คิดได้ไวเริ่มได้ไวเท่ากับได้เปรียบ มองให้ออกว่าอะไรเป็นของจำเป็นในยุคนี้อันแล้วจัดจำหน่ายเลย รับรองว่าผู้บริโภคแห่กันซื้อแน่นอน ตัวอย่างแฟรนไชส์ขายของจำเป็นที่มีอยู่ในตลาด เช่น Fast Ship Officemate อดูโพรโอเดีย เป็นต้น



ทั้งนี้ อย่างที่ทราบกันดีว่าต่อไปจะพูดถึงระบบแฟรนไชส์แค่นั้น แต่ละอาชีพที่ประกอบในแฟรนไชส์ล้วนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของธุรกิจเท่านั้น เพราะอาชีพในแฟรนไชส์เหล่านี้คือตัวเสริมทำให้ธุรกิจโดยรวมเกิดการขยายตัวและเป็นหนึ่งในฟันเฟืองที่ขับเคลื่อนธุรกิจให้รอด และหากใครต้องการที่จะเริ่มทำธุรกิจแฟรนไชส์นอกจากมีเงินทุนและอยากหาธุรกิจที่ทำรายได้ได้ทันทีแล้ว อยากลองให้สำรวจความชอบของตัวเองเพิ่มอีกนิด เพราะอะไรที่ชอบบวกกับความอยากเป็นเจ้าของ จะยิ่งเพิ่มพลังบวกในการทำธุรกิจแบบทวีคูณ

สะพานเขียว

กระตุ้นเศรษฐกิจสีเขียวให้กรุงเทพฯ

การลงทุนปรับปรุงสะพานเขียว นอกจากเพิ่มแลนด์มาร์กใหม่ในกรุงเทพฯ แล้ว ยังมีผลในการผลักดันเศรษฐกิจสีเขียวในกรุงเทพฯ ให้ได้รับความสนใจมากขึ้น

ความเป็นมาสะพานเขียว

สะพานเขียวเป็นโครงการสกายวอล์กแห่งแรก ๆ ของกรุงเทพฯ เดิมก่อสร้างเป็นเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานลอยฟ้า เชื่อมต่อระหว่างสวนลุมพินีและสวนเบญจกิติ โดยเชื่อมต่อจากประตูสวนลุมพินี ทางออกสถานีตำรวจลุมพินี และไปสิ้นสุดบริเวณด้านหลังโรงงานยาสูบ ระยะทาง 1,300 เมตร สร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี 2543 หรือ 21 ปีก่อน

การปรับโฉมใหม่สะพานเป็นการปรับปรุงบนโครงสร้างเดิม ประกอบด้วยการขยายขนาดความกว้างเป็นขนาดกว้างสุด 7.59 เมตร และขนาดเล็กสุด 3 เมตร ตัวสะพานเริ่มจากแยกสารสิน โดยพาดคร่อมบนลำคลองไผ่สิงโต ผ่าน 3 ชุมชน คือ ชุมชนซอยโปลีที่มีประชากรอยู่ 420 ครัวเรือน ชุมชนซอยร่วมฤดีมี 260 ครัวเรือน และชุมชนโบสถ์มหาเอมมี 1,500 ครัวเรือน จากนั้นยกระดับข้ามทางด่วนเฉลิมมหานคร (หรือทางด่วนชั้นที่ 1) ข้ามถนนดวงพิทักษ์ (ข้างโรงงานยาสูบ) จนมาเข้าพื้นที่สวนเบญจกิติ ตัวสะพานมีราวสแตนเลสสูงกันตกตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง

งบประมาณในการปรับปรุงอยู่ที่ 260 ล้านบาท ระยะทางรวม 1.6 กิโลเมตร หลังการปรับปรุงสะพานจะมีทั้งทางจักรยาน

และทางคนเดิน โดยมีเส้นแบ่งชัดเจนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มออกกำลังกาย ตลอดความยาวสะพานวางแนวปลูกไม้ดอกไม้ประดับลักษณะสวนลอยฟ้า

สะพานเขียวเศรษฐกิจสีเขียว

บทบาทของสะพานเขียวไม่เพียงเชื่อมสวนสาธารณะขนาดใหญ่ 2 แห่ง แต่เป็นการสร้าง “สถานที่ใหม่ของเมือง” ที่เชื่อมเมืองและผู้คนจาก 2 ย่านของ 2 ฝั่งถนน และ 3 ชุมชน เข้าไว้ด้วยกัน ตรงนี้ สอดรับกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว นั่นคือ เศรษฐกิจสีเขียวควรนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และความเท่าเทียมกันทางสังคม และควรเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่คนทุกกลุ่มในสังคมได้ประโยชน์ (Socially Inclusive) รวมถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่การลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม และลดความขาดแคลนในเชิงนิเวศวิทยาและทรัพยากรธรรมชาติ

สะพานเขียวนั้นได้รับความนิยมในโลกโซเชียลมานานแล้ว เห็นได้จากที่มีคนไปเที่ยวชมแล้วถ่ายภาพเผยแพร่ตามสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง หากการปรับปรุงสะพานแล้วเสร็จสมบูรณ์ ย่อมแสดงบทบาทการเชื่อมต่อพื้นที่ย่านธุรกิจของเมือง เกิดพลวัตทางสังคมและเศรษฐกิจระดับเมือง เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ธุรกิจชุมชน และสร้างพื้นที่สันทนาการใหม่ของเมือง



เอกลักษณ์ใหม่สะพานเขียว

พัฒนาการของสะพานเขียวหลังการปรับปรุงใหม่จะเกิดเอกลักษณ์แห่งสะพานเขียว 5 ประการ ดังนี้

อย่างหนึ่ง การสร้าง The New City Landmark จุดนี้มาจากแนวคิด “The New Iconic Urban Space” ที่นำมาสู่การสร้างแลนด์มาร์กใหม่ของกรุงเทพฯ โดยกำหนดให้จัดวางใน 3 จุดสำคัญของสะพานเขียว คือ ตรงสะพานลอยข้ามแยกวิทยุ-สารสิน ทางลอยฟ้าเหนือทางด่วนพิเศษเฉลิมมหานคร และที่สะพานลอยถนนรัชดาภิเษก บริเวณทางเข้าสวนเบญจกิติ แต่ละจุดถูกออกแบบให้กลมกลืนกับพื้นที่บนสะพานเขียว มีโครงสร้างเหมือนหลังคาเหนือศีรษะที่กันแดดกันฝนได้เป็นบางช่วงและเน้นวัสดุที่โปร่งแสงเพื่อให้ความรู้สึกโล่งสบาย

อย่างที่สอง The Sky Green Bridge คือ การเพิ่มพื้นที่สีเขียวบนสะพานด้วยพันธุ์ไม้ที่เหมาะสมกับสภาพอากาศกรุงเทพฯ เน้นพืชที่บำรุงรักษาง่าย พร้อมเสริมสร้างความแข็งแรงของสะพานให้น้ำหนักได้มากขึ้น เพิ่มทางลาดให้เหมาะกับกิจกรรมการเดิน-วิ่ง-ปั่นจักรยาน ทั้งยังมีแผนติดตั้งอัฒจันทร์สำหรับชมทัศนียภาพ 2 ข้างทางพร้อมได้ชมโบสถ์วัดพระมหาไถ่ของชาวคริสต์ และมัสยิดอินโดนีเซียของชาวมุสลิม เช่นเดียวกับที่สร้างไว้แล้วบนสวนลอยฟ้าข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา

อย่างสาม The Learning Wetland โดยอยู่ที่โซนคลองไผ่สิงโตใกล้สวนเบญจกิติ โดยออกแบบให้เป็นสวนลอยน้ำแห่งการเรียนรู้ที่อุดมไปด้วยพืชที่มีศักยภาพในการบำบัดน้ำเสีย พร้อมจัดวางทางเดินลอยน้ำที่ยืดหยุ่นไปตามระดับน้ำ

อย่างสี่ The New Common Space พื้นที่มีดทับและเข้าถึงยากได้สะพานเขียวเหนือคลองไผ่สิงโต วางแผนให้เป็นพื้นที่ส่วนกลางแห่งใหม่ของชุมชนที่มีแสงสว่างใช้งานตลอดเวลา พร้อมปรับปรุงคุณภาพน้ำได้สะพานให้สะอาดขึ้น

อย่างห้า The Bridge of Light โดยศูนย์วิจัยและนวัตกรรมแสงสว่าง (LRIC) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สร้างความปลอดภัยต่อการใช้งานในยามค่ำคืนด้วยศิลปะแสงไฟที่จะถูกจัดวางไว้ในพื้นที่สาธารณะ โดยออกแบบแสงให้กลมกลืนกับพื้นที่โดยรอบและไม่กระจายขึ้นสู่ท้องฟ้า

เมื่อปรับปรุงสะพานเขียวเสร็จ เอกลักษณ์ทั้ง 5 ประการดังกล่าวย่อมส่งผลดีอย่างต่อเนื่องกับชุมชน ที่เกี่ยวข้องและกับกรุงเทพมหานครโดยรวม

ร่วมแรงแข็งขันทุกภาคส่วนเพื่อทุกคน

การปรับปรุงสะพานเขียววางแผนอย่างใส่ใจผลกระทบต่างๆ ต่อชุมชนอย่างจริงจัง รวมถึงส่งเสริมการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของคนในทุกช่วงอายุ ส่งเสริมการเดินเท้า และรูปแบบ

การสัญจรของคนทุกกลุ่ม ตามหลักการ Universal Design ที่ใช้ได้ทั้งผู้สูงอายุและผู้พิการ และผู้สูงอายุที่สำคัญคือการเพิ่มพื้นที่สีเขียวสำหรับเชื่อมต่อและพักผ่อนหย่อนใจที่มีความปลอดภัยทั้งในระดับย่านและระดับเมือง

การดำเนินการปรับปรุงสะพานเขียวยังเป็นกระบวนการสร้างความร่วมมือผ่านกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม และชุมชน อันจะเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนต่อไป นั่นคือการร่วมมือระหว่าง กทม. กับศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง (UddC) และภาคีสถาปนิก ได้แก่ บริษัท สตูดิโอได้หล้า จำกัด บริษัท อะตอม ดีไซน์ จำกัด บริษัท แลนด์สเคปคอลลาบอเรชัน จำกัด ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมแสงสว่าง สจล.บางมด รวมถึงบริษัท วิศวกรรมและสถาปนิก คิวบิก จำกัด และบริษัท ไทย-ธรรม ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด ที่จะเข้ามาดูแลในส่วนของการก่อสร้าง

การเชื่อมโยงทางกายภาพและทางวัฒนธรรม

สะพานคือการเชื่อมโยง สะพานเขียวนอกจากเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวแล้ว ตัวสะพานเขียวยังทำหน้าที่เป็น The Green Super Connector ที่เชื่อมโยงทางกายภาพและวัฒนธรรมของเมือง ดังนี้

หนึ่ง การเชื่อมโยงถนนสายธุรกิจหลักของเมือง ได้แก่ ถนนรัชดาภิเษก และถนนวิทยุ ให้ผู้คนสามารถสัญจรติดต่ออย่างมีพลวัต

สอง การเชื่อมโยงเชิงนิเวศ โดยเชื่อมระหว่างสวนสาธารณะขนาดใหญ่ระดับเมืองสองสวนคือ สวนเบญจกิติและสวนลุมพินี

สาม การเชื่อมโยงของการสัญจรแบบเท้าเทียมด้วยการเดินเท้าและจักรยาน ให้ผู้คนทุกกลุ่มเข้าถึงได้แบบไร้รอยต่อจากโครงสร้างพื้นฐานของเมืองและโครงการที่มีอยู่โดยรอบโดยใช้อารยสถาปัตย์

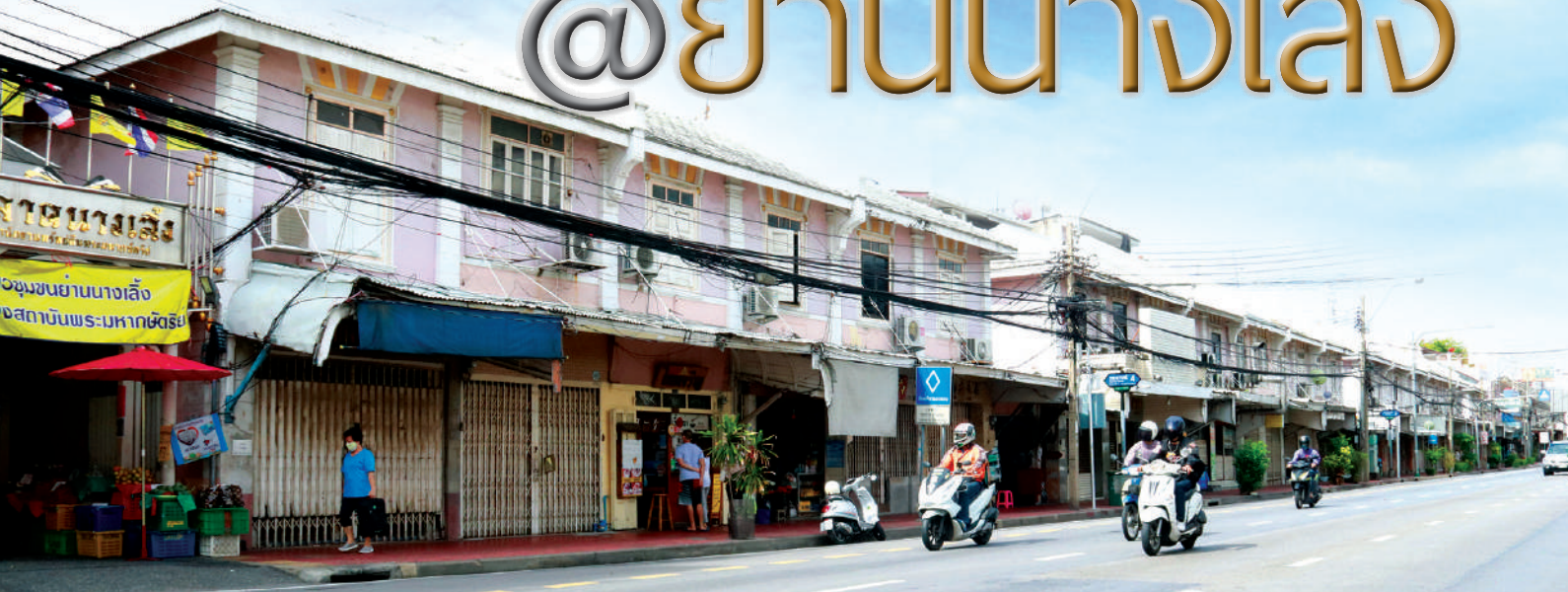
สี่ การเชื่อมโยงกับชุมชนพหุวัฒนธรรมที่มีศูนย์กลางเป็นศาสนสถานและโรงเรียน ยกกระดับคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคม

พลวัตต่อเนื่องหลังจากการปรับปรุงสะพานเขียวที่เห็นได้ทันทีคือการยกระดับเพิ่มคุณภาพชีวิตชุมชนใกล้เคียงบริเวณใต้คลองและชุมชนโดยรอบ รวมกว่า 1,500 ครัวเรือน ที่มีศักยภาพจัดเป็นโซนเศรษฐกิจการค้าสีเขียวให้ชาวบ้านนำสินค้าอกรวาทขาย ดึงดูดและบริการนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่

สะพานเขียวคือแลนด์มาร์กแห่งใหม่ที่แสดงถึงการรักษาสืบสานวัฒนธรรม ศิลปะ ทั้งยังเป็นจุดเชื่อมสร้างเสริมสีเขียวเพื่ออนาคต เป็น Green Economy ของกรุงเทพมหานครอย่างแท้จริง



ย้อนรอยตำนาน “ตุ่มอีเล้ง” @ย่านนางเลิ้ง



ตลาดนางเลิ้งกำเนิดมาจากตุ่มใส่น้ำ และเป็น “ตลาดบก” แห่งแรกของกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นอีกภาพหนึ่งของเมืองยุคใหม่ที่เปลี่ยนจากการสัญจรทางน้ำเป็นหลักมาสู่การใช้ถนนแทน



ศาลเสด็จเตี่ยอยู่ระหว่างการบูรณะ



โรงหนังเฉลิมธานีที่จะปรับเป็นพิพิธภัณฑ์

อัตลักษณ์แห่งตลาดร้อยปี

ตลาดนางเลิ้งเป็นย่านซื้อขายสินค้าต่าง ๆ มาตั้งแต่ปี 2442 นับถึงปี 2564 มีอายุกว่า 122 ปี เริ่มจากการเป็นแหล่งซื้อขายตุ่ม “อีเลิ้ง” หรือ “ตุ่มสามโคก” และภาชนะเครื่องปั้นดินเผาอื่น ๆ ที่ชาวไทยเชื้อสายมอญล่องเรือจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้าคลองผดุงกรุงเกษมและคลองเปรมประชากรที่บรรจบกัน ในย่านนี้ และเป็นจุดจอดพักเรือและนำสินค้าขึ้นบกจนมีสินค้าอื่น ๆ มาขายร่วมและเหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดบก

บริเวณใกล้เคียงเป็นวังเก่าของ “เสด็จเตี่ย” พลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ (ปัจจุบันคือบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร : ธกส.) ข้าราชการบริพารของเสด็จเตี่ยก็อาศัยอยู่แวดล้อมวังนี้ สังเกตได้จากหมู่ตึกทรงขนมปังขิงแถวตลาดที่หลงเหลือถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ที่ตั้งอยู่ภายในตลาดซึ่งเป็นที่สักการะขอพรของผู้ที่อยู่อาศัยและผู้ที่มาเยือนตลาดแห่งนี้

ในอดีตตลาดนางเลิ้งนับว่าทันสมัยมาก มี “โรงหนังเฉลิมธานี” หรือ “โรงหนังนางเลิ้ง” ซึ่งสร้างขึ้นสมัยรัชกาลที่ 6 และเปิดฉายกันตั้งแต่สมัยยังเป็นหนังเงียบขาวดำ เรื่อยมาจนปิดตัวเมื่อปี 2536 โรงหนังแห่งนี้เป็นอาคารไม้หลังใหญ่ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของย่านนางเลิ้งในอดีต เป็นแหล่งที่ประชาชนมาซื้อสินค้า มารวมตัวสังสรรค์พบปะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน



เอกลักษณ์แห่งความอร่อย

ปัจจุบันตลาดนางเลิ้งยังคงเป็นตลาดที่มีชีวิตชีวา เปลี่ยนแปลงกายแห่งเอกลักษณ์ของตนเองให้สัมผัสได้ ตั้งแต่ ชุมประตู่ซื้อตลาด และสิ่งปลูกสร้าง เช่น ดิ็กเกาบริเวณ ด้านหน้าตลาดจนถึงด้านในตลาด ที่เป็นสถาปัตยกรรม แบบเก่าที่สวยงาม โดยได้บูรณะซ่อมแซมทาสีใหม่ให้มีสีสันงดงาม

จุดเด่นของตลาดนางเลิ้งคือเป็นที่ตั้งของร้านอาหารต้นตำรับมากมายทั้งคาวหวาน เช่น ร้านรุ่งเรืองบะหมี่ บะหมี่ฮกเกี้ยน ที่อร่อยทั้งเส้นและน้ำซุป โด่งดังจากบะหมี่ปูและบะหมี่ซีโครงหมู ร้านบุญเลิศบะหมี่เกี๊ยวหมูย่าง ร้านก้วยเตี๋ยเนื้อตุ๋นนางเลิ้ง ร้าน ส.สำราญ ต้นตำรับก้วยเตี๋ยเปิดเจ้าอร่อย ที่จำกัดการขาย วันละ 10 ตัว ร้านอ้วนเย็นตาโฟ ร้านข้าวแกงรัตนาร้านข้าวแกงเก่าแก่ สูตรโบราณ ร้านไส้กรอกปลาเนม ร้านข้าวต้มเมืองลาว สาธุไส้ปลา เป็นต้น สรุปได้ว่าอร่อยทุกร้าน

อาหารหวานนั้นตลาดนางเลิ้งมีเอกลักษณ์ด้านขนมหวาน ตำรับชาววัง อาทิ ร้านขนมไทยแม่สมจิตต์ ที่ขายถั่วแปบ ขนมเหนียว มันสำปะหลังเชื่อม ร้านนันทาขนมไทย มีขนมตาล ขนมกล้วย ขนมสอได้ ส่วนทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ก็ที่ร้านขนมไทยแม่กวา นอกจากนี้ ขนมเบ็ญจลุน้อยเจ้าเก่า เด่นที่แบ่งทำจากถั่วทอง มีทั้งไส้เค็มและหวาน และร้านขนมไทย บำเพ็ญ ส่วนอาหารคลายร้อนมี ร้านข้าวแช่เพชรบุรี ข้าวสวย เม็ดขาว ๆ ในน้ำลอยดอกมะลิอบควันเทียนหอมเย็นชื่นใจ พร้อม เครื่องเคียงทั้ง ลูกกะปิ ปลาหวาน อร่อยเย็นหอมชื่นใจ ถ้าเป็น คอกาแฟก็มีร้านกาแฟโบราณ นางเลิ้ง Salon de café เป็นร้านกาแฟเก่าแก่ที่อยู่คู่ตลาดนางเลิ้งมานาน

ไหน ๆ เมื่อมาถึงตลาดนางเลิ้งแล้วควรกราบไหว้ขอพรจาก ศาลเสด็จเตี่ย หรือถ้าอยากได้ของที่ระลึกก็แวะสั่งทำล็อกเก็ตหิน ที่ นางเลิ้งอาร์ต ร้านรับทำล็อกเก็ตหินเจ้าแรกของไทยได้

อย่าอีกทีว่าจากทางเข้าริมถนนกรุงเกษมเมื่อมองซื้อ ป้ายตลาดนางเลิ้งแล้วเดินเข้าไปเจอเอกลักษณ์แห่งความอร่อย อยู่ที่นี่





หลวงพ่อบารมี วัดสุนทรธรรมทาน



พระวิหารวัดสุนทรธรรมทาน



บ้านราศิลป์



สนามม้าวังเล้งก่อนปิด

นางเล้งมีมากกว่าตลาด

ย่านนางเล้งนั้นกว้างขวางและมีกิจกรรมที่มากกว่าการเป็นตลาด นั่นคือในละแวกเดียวกัน ยังมีวัดประจำชุมชนคือ วัดสุนทรธรรมทาน หรือวัดแคนางเล้ง เป็นศูนย์กลางชุมชนของย่านนางเล้งก่อนมีการขุดคลองผดุงกรุงเกษมเสียอีก วัดแห่งนี้มีวิหารหลวงพ่อบารมี เป็นพระพุทธรูปที่ชาวนางเล้งเคารพบูชา และมาประกอบพิธีทางศาสนา รวมทั้งจัดงานประเพณีต่าง ๆ

นอกจาก ยังมี “บ้านนางเล้ง” ซึ่งอยู่ที่ตรอกละคร ถนนหลานหลวง เป็นบ้านศิลปะที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าไปเรียนรู้เกี่ยวกับละครชาตรีแบบดั้งเดิม มีการสาธิตศิลปวัฒนธรรม อันเก่าแก่ตามเวลาที่กำหนด ถัดจากบ้านนางเล้งมีบ้านราศิลป์ หรือคณะราศิลป์ บ้านที่เปิดรับงานแสดงโขนกลางแปลง โขนหน้าจอ ละครชาตรี และดนตรีไทย ทั้งเป็น “บ้านเครื่อง” ที่ผลิตชุดเครื่องแต่งกายโขนละครให้กับคณะการแสดงต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ของไทย

ตลาดนางเล้งก็มีส่วนต่อขยาย

ย่านตลาดนางเล้งไม่เพียงแสดงถึงความรุ่งเรืองในอดีตสู่ปัจจุบันแต่ยังแสดงถึงความเปลี่ยนแปลงที่ดั่งมาในอนาคต นั่นคือการปรับปรุงสนามม้านางเล้งเป็นสวนสาธารณะพื้นที่รวม 216 ไร่

ราชตฤณมัยสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หรือสนามม้านางเล้งนั้นก่อตั้งโดย พระยาประดิพัทธภูบาลและ

พระยารรณการประสิทธิ์ ที่ได้ทำหนังสือขึ้นทูลเกล้าฯ รัชกาลที่ 6 ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตก่อตั้ง “สโมสรสนามม้าแข่ง เพื่อบำรุงพันธุ์ม้า” โดยถวายที่ดินของกรมอศวราชเป็นสถานที่แข่งขัน ต่อมาเมื่อพระบรมราชานุญาตพร้อมพระราชทานนามว่า ราชตฤณมัยสมาคมแห่งกรุงสยาม อีกทั้งทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ เมื่อ 18 ธันวาคม 2459 รวมไปถึงพระองค์ยังทรงส่งม้าในคอกของพระองค์เข้าร่วมแข่งด้วย สมาคมฯ ทำหน้าที่ในการดำเนินกิจการแข่งม้า ทำทะเบียนประวัติม้าเจ้าของและผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนการแข่งขันกำหนดจัดขึ้นในวันอาทิตย์เว้นอาทิตย์ สลับกันกับ “ราชกรีฑาสโมสร” หรือสนามม้าฝรั่ง

เมื่อสัญญาเช่าสนามม้านางเล้งครบกำหนดอายุ สำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ได้ประสานและแจ้งบอกเลิกสัญญาเช่าในเดือนมีนาคม 2562 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับปรุงพื้นที่ทั้งหมดเป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ และยังมีพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 อาคารจอดรถใต้ดิน 3 ชั้น รองรับรถยนต์ 700 คัน อาคารจอดรถโรงพยาบาลรามธิบดี และมีพื้นที่สำหรับสินค้าชุมชนของ “ชุมชนนางเล้ง” เท่ากับว่า ส่วนหนึ่งของตลาดนางเล้งขยายมาถึงสวนสาธารณะแห่งใหม่นี้ ที่โดยกำหนดเปิดให้บริการปี 2565

เส้นทางกว่า 100 ปี จากตลาดบกแห่งแรกสู่ตลาดชุมชนที่อัดแน่นด้วยมนต์ขลังของอาหารการกินร่วมสมัย ตลาดนางเล้งยังคงพร้อมต้อนรับผู้มาเยือนอย่างมีชีวิตชีวาเสมอ

ปรับปรุงภูมิทัศน์ ลำรางลำไส้ไก่ย่านลาดกระบัง จัดถนนคนเดิน กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน



ท่ามกลางวิกฤตโรคระบาด แต่ภารกิจพัฒนาเมืองก็ต้องเดินหน้าต่อ พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ลงพื้นที่ตรวจสอบความก้าวหน้าโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลำรางลำไส้ไก่ เขตลาดกระบัง โดยมี คณะผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่เขตลาดกระบัง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมลงพื้นที่และให้ข้อมูล

เนื่องจากบริเวณริมตลิ่งลำรางลำไส้ไก่ เดิมเป็นพื้นที่รกร้างว่างเปล่า ประกอบกับในลำรางลำไส้ไก่ มีผักตบชวาและวัชพืชขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อการระบายน้ำในลำราง อีกทั้งประชาชนไม่มีความสะดวกในการเดินทางสัญจร สำนักงานเขตลาดกระบัง จึงได้ดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ลำรางลำไส้ไก่ เปลี่ยนพื้นที่เปลี่ยนให้เป็นพื้นที่โปร่ง โดยจัดเก็บผักตบชวากำจัดวัชพืช เปิดทางน้ำไหล เพิ่มประสิทธิภาพในการระบายน้ำ



รวมถึงปรับปรุงภูมิทัศน์ริมตลิ่ง ความกว้าง 6 ม. ระยะทาง 7 กม. จัดทำราวกันตก พร้อมปลูกต้นทองอุไร จัดทำเส้นทางจักรยาน เพื่อใช้เป็นเส้นทางลัดในการเดินทางสัญจรแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าวและนักเรียนที่เดินทางมาโรงเรียน

นอกจากนี้ได้ปรับพื้นที่เตรียมจัดทำถนนคนเดิน ในวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ และชุมชนใกล้เคียง

ปรับปรุงภูมิทัศน์ คลองบางลำพู ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยว



การพัฒนาคลองสวยน้ำใสยังเดินหน้าต่อเนื่อง **นางศิลปสวย ระวีแสงสูรย์ ปลัดกรุงเทพมหานคร** กล่าวถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์ คลองบางลำพูเพื่อพัฒนาเป็นเส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยว ระยะทางประมาณ 1,500 ม. จากการสำรวจพบว่าในเส้นทาง ต้องทำการพัฒนาปรับปรุงหลายส่วน อาทิ ผนังเขื่อนและรั้ว ที่บางจุดชำรุด มีการตั้งวางสิ่งของริมคลองและมีสิ่งปลูกสร้าง รุกล้ำที่สาธารณะ การจัดระเบียบสายสื่อสารและต้นไม้ริมคลอง รวมทั้งการบำบัดน้ำเสียภายในคลอง

จึงมอบหมายสำนักการโยธา สำรวจและออกแบบ การปรับปรุงภูมิทัศน์ตลอดแนวคลองและก่อสร้างทางเดินริมคลอง เพิ่มเติม สำนักการระบายน้ำ ปรับปรุงเขื่อน ผนังเขื่อน ราวกันตก

และระบบบำบัดน้ำเสีย สำนักการจราจรและขนส่ง ศึกษาแนวทางการเดินเรือไฟฟ้าในคลอง สำนักงานเขตพระนครและเขตดุสิต ประสานทำความเข้าใจกับประชาชนขอความร่วมมือจัดระเบียบ ต้นไม้ริมคลอง จัดวางสิ่งของและสิ่งปลูกสร้างที่รุกล้ำริมคลอง

พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับกรมศิลปากรในการพัฒนา ปรับปรุงคลอง และเร่งดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ หากการปรับปรุงภูมิทัศน์คลองบางลำพูแล้วเสร็จ จะเป็น เส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความสวยงาม สามารถ ส่งเสริมรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนริมคลอง โดยสามารถ เดินทางเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยว อาทิ พิพิธภัณฑ์บางลำพู และสวนสันติชัยปราการ เป็นต้น



ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการคลัง และการลงทุนของกรุงเทพมหานคร

Fiscal and Investment Information Center of BMA

1



ประชาชน
กดบัตรคิว
รับบริการ

2



ยื่นเอกสาร
คำขอ
จดทะเบียน
พาณิชย์

3



นายทะเบียน
ตรวจสอบ
เอกสาร/พิจารณา
ออกเลขคำขอ

6



ค่าธรรมเนียม

จดทะเบียนจัดตั้งใหม่ ฉบับละ 50 บาท
จดทะเบียนเปลี่ยนแปลง ครั้งละ 20 บาท
จดทะเบียนยกเลิก ฉบับละ 20 บาท
คัดสำเนา/ออกใบแทน ฉบับละ 30 บาท
ตรวจเอกสาร ครั้งละ 20 บาท

จ่ายค่าธรรมเนียม

แผนภูมิแสดงขั้นตอน การให้บริการ รับจดทะเบียนพาณิชย์ของ กรุงเทพมหานคร

4

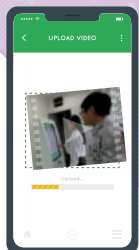


เจ้าหน้าที่
กรอกข้อมูล
เพื่อระบบ
และออกเลข
ทะเบียนพาณิชย์

5



ดำเนินการจัดทำ
ใบทะเบียนพาณิชย์



เชิญชมในรูปแบบ วิดีโอที่ลิ้งค์
<https://www.facebook.com/245775902907092/posts/915630382588310/>



ติดต่อ :
สำนักงานทะเบียนพาณิชย์กรุงเทพมหานคร
(ส่วนกลาง) และส่วนสำนักงานเขต 50 แห่ง

- 1 อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย
- 2 ศาลาว่าการ กทม. 1 (Bangkok Express Service)
- 3 เสาชิงช้า
- 4 วัดสุทัศน์เทพวรารามฯ

