แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ ปี 2550

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัฒน์ที่เกิดขึ้น ทำให้เศรษฐกิจโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจอย่างยิ่ง จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งมีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ จำเป็นต้องเร่งดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง มีความมั่นคง สามารถแข่งขันได้ และเกิดความเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจ โดยการพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถด้านการบริหารจัดการและการตลาด ธุรกิจมีการบริหารจัดการที่ดี มีความโปร่งใส และเข้าสู่มาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศ ในการให้บริการจดทะเบียน บริการข้อมูลธุรกิจ **และพัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง ยั่งยืน สู่สากล** ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าวในปีงบประมาณ 2550 จึงได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจดังนี้

<u>ผู้ประกอบการ</u> (Entrepreneur) ประกอบด้วยผู้ที่คิดจะเริ่มทำธุรกิจหรือผู้ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว ผู้ประกอบการเหล่านี้ต่างต้องการความรู้ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้ดำเนินการจัดอบรมแบ่งหลักสูตรเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับพื้นฐาน "การเริ่มต้นธุรกิจแบบมืออาชีพ" เป็นการให้ความรู้พื้นฐานในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

2. ระดับกลางหลักสูตร "ก้าวสู่มืออาชีพระดับก้าวหน้า" เป็นการให้ความรู้ต่อยอดกับผู้ประกอบการที่ผ่านการดำเนินธุรกิจมา 2 ปี ซึ่งจะจัดทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

3. ระดับสู่สากล เป็นการเสริมศักยภาพขั้นสูงเพื่อขยายตลาดสู่สากล โดยได้จัดทำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เพื่อการส่งออก เป็นการพัฒนาผู้ประกอบการให้ทราบถึงรูปแบบทางการค้าใหม่ที่มิใช่เพียงแต่สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการมุ่งเน้นระบบการค้าที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปตามเศรษฐกิจของประเทศและของโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยผู้ประกอบการจะเข้าสู่กระบวนการที่เรียกว่า "Trade Solution Program" และเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจสู่สากลต่อไป โครงการดังกล่าวนี้เป็นโครงการนำร่อง หากสามารถดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหลายได้ ในอนาคตจะต้องมีการจัดอบรมเพิ่มเติมเป็นรุ่น ๆ ต่อไป

<u>ธุรกิจรายสาขา</u> (Sector) กลุ่มนี้เกิดจากการเลือกสรรสาขาธุรกิจที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะพัฒนาเพื่อยกระดับการประกอบกิจการ และสาขาธุรกิจที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ หากพิจารณาในภาพรวม โดยในปีงบประมาณ 2550 ได้กำหนดสาขาธุรกิจเป้าหมายที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจค้าส่ง- ค้าปลีก ธุรกิจบริการ (ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจเสริมสวย ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ธุรกิจขนส่งสินค้า) สาขาธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยสาขาธุรกิจทั้งหมดดังกล่าวต่างมีความต้องการในการพัฒนารูปแบบและเครื่องมือของการประกอบกิจการให้มีความทันสมัย การใช้เทคโนโลยี(Technology) นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ (Innovation) การตลาด (Marketing) และความร่วมมือทางการค้า(Collaboration) โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก

1.1 ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่าย โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์การค้าปลีกท้องถิ่น พร้อมทั้งเสนอแนวคิดการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม

1.2 พัฒนาการกระจายสินค้า โดยการเสริมสร้างความรู้ด้านการจัดการ การขายและบริการลูกค้า การบริหารสต็อกสินค้า การจัดการคลังสินค้า การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้า เทคนิคการลดต้นทุน และการการตรวจสอบประเมินผลการวิเคราะห์ปัญหา

1.3 ศูนย์เพิ่มศักยภาพธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก โดยการให้คำปรึกษาแนะนำวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง และปัญหา ร้านค้าส่ง-ค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการ 150 ร้าน เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขพัฒนาการบริหารจัดการ พร้อมจัดกลุ่มประเด็นปัญหา กรณีศึกษาแนวทางแก้ไขรายร้านค้า และจัดทำคู่มือพัฒนาการบริหารจัดการ

1.4 จัดสัมมนาร้านค้าส่ง-ค้าปลีกในทุกภูมิภาค เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาปรับปรุง การดำเนินธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก เข้าสู่การบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้

2. ธุรกิจบริการ

2.1 ธุรกิจร้านอาหาร

-สร้างความเข้มแข็งธุรกิจร้านอาหาร 100 ราย โดยการให้ความรู้ทางด้านการบริการจัดการ การตลาดสมัยใหม่ให้แก่ธุรกิจ

-พัฒนาธุรกิจร้านอาหารสู่สากล โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงดังนี้

<u>ช่วงที่ 1</u> ให้ความรู้ด้านการสร้าง Brand/ Business Model 80 ราย

<u>ช่วงที่ 2</u> Workshop การสร้างความพร้อมในการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ 50 ราย

<u>ช่วงที่ 3</u> ให้คำปรึกษาเชิงลึกเป็นรายกิจการ 10 ราย

2.2 ธุรกิจสปา โดยการพัฒนาธุรกิจสปาสู่สากล เป้าหมาย 40 ราย เพื่อสร้างความพร้อมในการขยายการลงทุนไปในต่างประเทศ การให้ความรู้ด้านแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา และการบริหารจัดการธุรกิจสปา

2.3 ธุรกิจเสริมสวย โดยสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจ เป้าหมาย 50 ราย เป็นการพัฒนาต่อเนื่องให้แก่ผู้ผ่านการอบรมมาแล้ว ให้ได้มีความรู้เทคนิคการบริหารระดับสูงขึ้น แนวโน้มและกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

2.4 ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ พัฒนาเครือข่ายธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 40 ราย โดยการเพิ่มพูนความรู้และแนวคิดในการสร้างระบบการปฏิบัติการเครือข่ายให้แก่กลุ่มธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ให้สามารพสร้างเครือข่ายร่วมกันอย่างมีทิศทางและเป็นระบบ

2.5 ธุรกิจขนส่งสินค้า พัฒนาเครือข่าย 30 ราย โดยการให้ความรู้แนวทางการสร้างเครือข่ายและการบริการเครือข่ายที่เป็นระบบ รวมทั้งการให้บริการแบบครบวงจร

2.6 ธุรกิจสิ่งพิมพ์ พัฒนธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทยสู่สากล โดยการศึกษาภาพรวมตลาดต่างประเทศธุรกิจการพิมพ์ วิเคราะห์หาตลาดที่มีศักยภาพ โอกาสหรือช่องว่างการตลาดสำหรับธุรกิจไทย เพื่อคัดเลือกตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ/โอกาสทางธุรกิจ ศึกษาต่อในเชิงลึกและจัดทำแผนการเจาะตลาด และนำผลการศึกษามาจัดทำหลักสูตรเสริมสร้างความรู้ตลาดต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนากลุ่มเครือข่ายธุรกิจการพิมพ์ให้ก้าวสู่สากลอย่างแข่งขันได้ มีเครือข่ายที่แข็งแกร่งกับต่างประเทศ

<u>ระบบธุรกิจ</u> เป็นการพัฒนาในเรื่องของรูปแบบ หรือวิธีการทางกลยุทธ์ธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางการค้าในระดับต่าง ๆ เช่น การค้าจากผู้ค้าส่งสู่ผู้ค้าปลีก การค้าจากผู้ค้าปลีกสู่ผู้บริโภค ทั้งด้านมาตรฐาน รวมถึงการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ โดยการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่สากล ซึ่งโครงการนี้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างธุรกิจในเชิงการตลาดยุคใหม่เป็นการเน้นความรู้ ความเข้าใจระบบการจัดการ และที่สำคัญ คือ เน้นการสร้างสิทธิประโยชน์ "แฟรนไชส์" ถือเป็นระบบธุรกิจที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพพร้อมที่จะขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศได้ มีการพัฒนาเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่มาตรฐานสากล

1.1 พัฒนาธุรกิจเข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ (อบรม Franchise B2B เป้าหมาย 20 กิจการ) โดยการให้ความรู้ในการนำระบบแฟรนไชส์ไปพัฒนาธุรกิจของตนให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับคุณภาพของตน รวมทั้งการจัด Road Show โดยการนำแฟรนไชส์รุ่น 1-9 ออกแสดงรวม 3 ครั้ง ณ จังหวัดเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และอุดรธานี และทำการจับคู่ธุรกิจ โดยการนำผู้ซื้อและผู้ขายแฟรนไชส์ได้พบกัน

1.2 ให้ความรู้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

2.พัฒนาสร้างความเข้มแข็งและความพร้อมให้ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ โดยการพัฒนาผู้ประกอบธุรกิจรายเดิมให้มีศักยภาพในการขยายธุรกิจ สร้างระบบที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การวางกลยุทธ์สำหรับตลาดต่างประเทศ กฎเกณฑ์ธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศ การวางแผน การขาย การตลาดและการแข่งขัน รวมทั้งการทำ Workshop โดยทีมที่ปรึกษาทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนั้น ได้กำหนดจัด Business Matching ในกลุ่มประเทศในเอเซีย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา และกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศ ยูเออี โอมาน จอร์แดน และคูเวต

<u>สถาบันการค้า</u> ได้แก่ หอการค้า และสมาคมการค้า ซึ่งมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ทั้งนี้สถาบันการค้า นอกจากจะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ในฐานะที่เป็นตัวแทนของภาคธุรกิจ กลุ่ม/ประเภทต่าง ๆ แล้ว ยังมีการดำเนินงานที่สำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจการค้าของสมาชิกด้วย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้วางวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมและพัฒนาสถาบันการค้า คือ "เพื่อให้สถาบันการค้ามีความเข้มแข็ง เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาภาคธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพในฐานะที่เป็นตัวแทนของภาคธุรกิจประเภทต่าง ๆ รวมถึงมีการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิก" มีแผนการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้.-

1. การเสริมสร้างการบริหารจัดการที่ดีของสถาบันการค้า เป็นการเสริมสร้างให้สถาบันการค้ามีการบริหารจัดการที่ดี (Good Governance) และมีคุณภาพและมาตรฐานในการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดคุณภาพและมาตรฐานของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก และส่งผลต่อคุณภาพและมาตรฐานในสินค้าและบริการในที่สุด

2. การเชื่อมโยงเครือข่ายสมาคมการค้า โดยจะสร้างกลุ่มเครือข่ายของสมาคมการค้าที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน หรือต่อเนื่องกันเป็น Cluster ซึ่งจะมีเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกัน อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความสามัคคีและความร่วมมือขององค์กร บุคลากร รวมทั้งการกำหนดแนวทางปฏิบัติให้เป็นรูปแบบเดียวกัน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพสินค้า/บริการ และความเข้มแข็งทางธุรกิจในอนาคต

3. ส่งเสริมความร่วมมือและเสริมสร้างมาตรฐานสถาบันการค้า โดยการจัดประกวดสมาคมการค้าดีเด่น และจัดงานสัมมนาทางวิชาการ