

DBD

ต้นสายปลายทางธุรกิจ

วารสารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ปีที่ 7 ฉบับที่ 41

พฤศจิกายน - ธันวาคม 2559

सानต่อที่พ่อทำ

คุณธรรมนำธุรกิจให้ยั่งยืน



**ปวงข้าพระพุทธเจ้า ขออ้อมเกล้าอ้อมมกระหม่อม
รำลึกในพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุดมิได้**

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากร
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

04

โซลเวย์ ช่วยชาวนา



06

ยึดมั่นคำพ่อสอน
สร้างความเข้มแข็งแก่ท้องถิ่น



10

ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
เพื่อการพึ่งพาตนเอง ตามแนวคิด
"ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง"



14

ความสำคัญของนักบัญชีต่อธุรกิจ



16

พัฒนาวิทยาทาน SMEs
สู่ Smart Enterprises
ตามนโยบาย Thailand 4.0



18

แพร่โฆสสายนิท
ไต่ป็นที่ยอมรับในระดับสากล



20

ร้านต้นแบบ OTOP SELECT
77 EXPERIENCE



22

เทคนิคการเป็นนักกฎหมาย
เพื่อพัฒนากฎหมาย



26

ภาพกิจกรรม



ปัญหาราคาข้าวตกต่ำ เป็นปัญหาใหญ่ระดับประเทศ ซึ่ง พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กำชับให้รัฐบาลและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยกันดูแล เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกรชาวนาไทย โดยกำหนดมาตรการดูแลตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ เริ่มจากสร้างความเข้มแข็งให้กับชาวนา เข้าไปช่วยลดต้นทุนการผลิต จัดทำโครงการแปลงใหญ่ ดูแลเรื่องบริหารจัดการน้ำให้ ตลอดจนสนับสนุนให้ทำไร่นาสวนผสม ส่วนกลางน้ำ ดูแลโรงสีผู้ส่งออก จนถึงปลายน้ำ ที่กำลังจะพัฒนาข้าวไปสู่ข้าวนวัตกรรมที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ข้าวไทย

กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานผู้รับมอบปฏิบัติ จึงจัดทำโครงการ Thai Smart Farmers Promotion สนับสนุนเกษตรกรไทยให้กระจายสินค้าข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ ThaiTrade.com เพื่อช่วยให้ชาวนาไทยสามารถทำธุรกิจการค้าเป็นชาวนายุคใหม่ ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยกลุ่มเป้าหมายในโครงการนี้ ได้แก่ กลุ่มสหกรณ์ชาวนา กลุ่มสหกรณ์ชาวนาที่เข้าร่วมโครงการประชารัฐของกรมการค้าต่างประเทศ รวมถึงกลุ่มชาวนาที่ผลิตข้าวหอมมะลิที่ขึ้นทะเบียนจีไอ และกลุ่มสหกรณ์ชาวนาที่ผลิตข้าวพรีเมียม ซึ่งจะช่วยให้ชาวนาไทย ได้รับประโยชน์จากการใช้ระบบออนไลน์ในการขายข้าว เนื่องจากเป็นการเพิ่มช่องทางทำการค้า โดยตลาดออนไลน์ดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ไม่คิดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการให้คำปรึกษาและความรู้ในการทำธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งช่วยจับคู่ทางธุรกิจระหว่างชาวนาไทย กับผู้ซื้อทั้งชาวไทย และต่างประเทศ โดยมีการคัดกรองผู้ที่จะมาทำการค้าก่อนด้วย



ในส่วนของการขยายตลาดขายข้าวผ่านช่องทางออนไลน์นั้น ได้มอบหมายให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้าดำเนินการตอบสนองมาตรการของรัฐบาลในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยจัดกิจกรรม "โซวช่วย ช่วยชาวนา" ซึ่งให้โซวช่วยจาก 44 จังหวัด ทั่วประเทศ รับซื้อข้าวโดยตรงจากชาวนา รวมทั้งให้พื้นที่ในการขายข้าวแก่ชาวนาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งได้ขอความร่วมมือร้านค้าส่งค้าปลีกต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในการกระจายข้าวไปสู่มือประชาชนโดยตรง และดำเนินการใน 2 รูปแบบ คือ

แบบที่ 1 ร้านค้าส่ง ค้าปลีกต้นแบบจะเปิดพื้นที่ให้ชาวนาที่มีความพร้อมนำข้าวมาวางจำหน่ายโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายหรือค่าเช่าพื้นที่

แบบที่ 2 กรณีที่ชาวนาสามารถสีข้าวและบรรจุถุงได้เอง ร้านค้าจะรับซื้อไว้เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป

และเมื่อเร็วๆ นี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นางอภิรดี ตันตราภรณ์) พร้อมด้วย อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (นางสาวบรรจงจิตต์ อังคกุลสิงห์) ได้ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์ข้าว และมาตรการช่วยเหลือชาวนารายข้าว

ผ่านช่องทางออนไลน์ในชื่อกิจกรรม "โซวช่วย ช่วยชาวนา" ณ บริษัท บิ๊กแคท มาร์เก็ต จำกัด จังหวัดยโสธร และ บริษัท ยงสงวน กรุ๊ป จำกัด จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ชาวนาในการมีช่องทางตลาดขายข้าวเพิ่มมากขึ้น มีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาราคาข้าวตกต่ำ

นอกจากนี้ยังมีการประชุมหารือร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัด และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเพื่อรับทราบสถานการณ์ข้าวและการช่วยเหลือเกษตรกรตามมาตรการของรัฐบาลในด้านอื่นๆ ด้วย ปัจจุบันมีร้าน "โซวช่วย ช่วยชาวนา" ทั่วประเทศจำนวน 76 ร้าน 352 สาขา ครอบคลุม 44 จังหวัด



สร้างความเข้มแข็งแก่ท้องถิ่น



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ น้อมนำแนวทางตามพระราชดำริของ
พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

ตามหลักการทรงงานในเรื่อง 'ระเบิดจากข้างใน' อันมีความหมายว่า ต้องสร้างความเข้มแข็ง
ให้คนในชุมชนที่เข้าไปพัฒนาให้มีสภาพพร้อมที่จะรับการพัฒนาเสียก่อน มิใช่การนำเอาความเจริญ
หรือบุคคลจากสังคมภายนอกเข้าไปหาชุมชนหมู่บ้านที่ยังไม่ทันได้มีโอกาสดเตรียมตัวหรือตั้งตัว
โดยได้น้อมนำหลักคิดนี้มาปรับใช้กับนโยบายการค้าดำเนินงานเพื่อพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจ
ซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญอันเป็นรากฐานด้านเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
อันจะนำมาซึ่งความเจริญเติบโตของงามอย่างมั่นคงของประเทศสืบไป



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า นำมนำหลักการทรงงานมาใช้ประกอบการดำเนินงานในกิจกรรมสร้างนักการค้ามืออาชีพประจำปีงบประมาณ 2559 ซึ่งตลอดปีที่ผ่านมาได้ 'สร้างนักการค้ามืออาชีพ' โดยผ่านการพัฒนาบ่มเพาะเชิงลึกและกระจายองค์ความรู้ให้ครอบคลุมนักธุรกิจในส่วนภูมิภาค 4 หัวเมืองใหญ่ได้แก่ เชียงใหม่ อุตรดิตถ์ รลบุรี และสงขลา พร้อมทั้งต่อยอดแนวคิดของการเป็นนักการค้าที่ยั่งยืนด้วยการพัฒนามูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ โดยใช้หลักสูตรที่เป็นมาตรฐานสากลมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทการทำธุรกิจของนักธุรกิจไทย โดยหลักสูตรดังกล่าวคือ หลักสูตร "Value Proposition Canvas" และ "Design Thinking Process" ทำให้กรมฯ สามารถสร้างนักการค้ามืออาชีพที่มีประสิทธิภาพสูงได้ถึง 206 ราย อีกทั้งยังช่วย 'พัฒนามูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ' ได้หลายรายการครอบคลุมทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้ 'คัดเลือกนักการค้า' ผู้เป็นต้นแบบที่ดี (The Best Practices) จำนวน 12 ราย เพื่อสร้างกำลังใจที่ดี และเป็นแบบอย่างรองการพัฒนาทั้งในด้านองค์ความรู้ การบริหารจัดการและการพัฒนามูลค่าเพิ่ม เช่น การพัฒนาห้างหุ้นส่วนจำกัด เอแอนด์เอส เซอร์วิส คลีนนิ่ง ซัพพลาย ภายใต้ร้านค้าชื่อ "A & S Cleaning Station" ได้ช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดของกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดเสื้อผ้าและการบริการให้มีตลาดที่ใหญ่ขึ้นและครบวงจร และบริษัท มิตรใหม่ฟาร์ม จำกัด ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากโรงเลี้ยงในการเกษตร "มูลได้เดือน" สู่อินทรีย์คุณภาพสูงและได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



นอกจากนี้ กรมฯ ยังได้จัดทำ 'ต้นแบบประเมินสถานะทางธุรกิจ' และเครื่องมือพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ชื่อ "Prompt Consulting Center" ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับวิเคราะห์และประเมินสำหรับสะท้อนสถานะความเป็นจริงทางธุรกิจ และช่วยเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผ่านรูปแบบการประเมินตนเองจากระบบออนไลน์ และออนไลน์ที่ทันสมัย ประกอบไปด้วยฟังก์ชัน "Prompt Business Check" เพื่อประเมินประสิทธิภาพขององค์กร และ "Prompt Entrepreneur Check" เพื่อวัดศักยภาพของผู้ประกอบการในทักษะสมรรถนะที่แสดงออกถึง ความฉลาดทางอารมณ์ รวมทั้งประเมินวิเคราะห์ทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้ที่สนใจสามารถสมัครเข้าใช้งานในระบบออนไลน์ได้แล้วที่ <http://prompt.dbd.go.th>

ทั้งนี้ ปี 2559 กรมฯ ได้ดำเนินกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้า ต่อยอดเจรจาธุรกิจ (Trade Opportunity) เพื่อจัดหาช่องทางการค้าสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจในการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดใหม่ทั่วประเทศ ซึ่งได้ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการเงินภายใต้ คณะกรรมการสานพลังประชารัฐ ซึ่งสามารถจัดหาช่องทางการค้าให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนทั้งสิ้น 665 ราย รวมมูลค่าการค้า 77,412,051 บาท และจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2560



เพื่อการพึ่งพาตนเอง ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า OTOP เกิดขึ้นภายใต้แนวคิด “การพึ่งพาตนเอง” ให้อำนาจนำเขาภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริโภคของครัวเรือน ผู้การผลิตเพื่อการค้า และยังเชื่อมโยงถึงการรวมกลุ่มกันของชาวบ้าน การสร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเอง เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต ซึ่งแนวทางที่จะส่งผลกระทบต่อการเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง คือ การน้อมนำแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มาประยุกต์ใช้ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี โดยมีเงื่อนไขพื้นฐาน คือ ความรู้ และคุณธรรม ซึ่งนำไปสู่การผลิตและการค้าที่ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ สร้างความสมดุล ยั่งยืน สามารถรับการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

กระทรวงพาณิชย์ มุ่งส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและสร้างเครือข่ายเพื่อพึ่งพากันใน การพัฒนามลิตภัณฑ์และขยายตลาด โดยส่งเสริม การพัฒนามลิตภัณฑ์ที่สร้างจากภูมิปัญญา เอกสิทธิ์ของค้ความรู้อที่มีอยู่ของชุมชน ด้วยวัดดูตบ โน้ท้องถิ่นหรือการผสมผสานเชื่อมโยงกันตามขีด ความสามารถ ความชำนาญ ความถนัด ความพร้อม และศักยภาพที่มีอยู่เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพมาตรฐาน สามารถต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย โน้ตลาดแต่ละระดับอย่างเป็นระบบ พร้อมกับ การสร้างวิสัยทัศน์ของการประกอบธุรกิจที่ต้อง เข้าใจและเรียนรู้พฤติกรรมกรรมการตลาด เข้าใจและ

ยอมรับการเปลี่ยนแปลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อทุกสถานการณ์ ก้าวทัน ช่องทางการตลาดรูปแบบต่างๆ ที่จะเข้าถึงผู้บริโภค เพื่อกระจายความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

แผนงาน ปี 2560 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ร่วมมือกับ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ คัดสรร OTOP ระดับ 3-5 ดาว ให้เข้าสู่ OTOP Select ไม่น้อยกว่า 2,000 รายการ ที่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่ง มีขีดความสามารถในการดำเนินการทางการตลาดระดับประเทศ หรือระดับสากล และพร้อมที่จะพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ต่อยอดสร้าง Value Creation โดยเน้นการพัฒนามลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่วิถีชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เกิดความคุ้นเคยต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และสามารถที่จะขยายเข้าสู่ช่องทางการตลาด รูปแบบต่างๆ ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก สนามบิน แหล่งท่องเที่ยว ช่องทาง Direct Marketing การจำหน่ายผ่านช่องทางที่วิถีชีวิตที่มีมีการขยายตัว ครอบคลุมอย่างมาก การขายผ่านแคตตาล็อก และออนไลน์ที่จะอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภคและให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการ ที่อยู่ห่างไกลในภูมิภาคได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่



นอกจากนั้น จะดำเนินการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาแนวคิดของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้การเป็น Smart OTOP Trader ไม่น้อยกว่า 300 ราย ที่มีความเข้าใจในกลไกการตลาด เทคนิคกลยุทธ์ที่จะผลักดันผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางการตลาด ตลอดจนเรียนรู้สถานการณ์ที่ต้องปรับตัว สร้างเครือข่าย พัฒนาธุรกิจ พัฒนาการตลาดให้ยืนอยู่บนความสมดุล มั่งคั่ง และยั่งยืน ภายใต้หลักการพึ่งพาตนเองและพึ่งพาซึ่งกันและกันของชุมชน บนพื้นฐานหลักการเศรษฐกิจพอเพียง

หลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีหลักพิจารณา ดังนี้

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตน ในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อความมั่นคง และความยั่งยืนของการพัฒนา

2. คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

3. คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อมๆ กัน ดังนี้

(1) ความพอประมาณ (Moderation) มีสองนัย คือ ความพอดี ไม่สุดโต่ง และการยืนได้บนขาของตนเอง (self-reliant) เป็นการดำเนินชีวิตอย่างทางสายกลาง โดยมีภาระทำไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไปในมิติต่างๆ เช่น การบริโภค การผลิตอยู่ในระดับสมดุล การใช้จ่าย การออมอยู่ในระดับที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ตนเอง เป็นสิ่งที่ทำให้เราทำอะไรเต็มตามศักยภาพไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น



เพื่อเป็นการขึ้นได้โดยลำแข้งของตนเอง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดด้วยภูมิปัญญาเอกลักษณ์ของชุมชน การผสมผสานจนเกิดความพอดี ชาติความเป็นเอกลักษณ์ เพิ่มต้นทุน ลดโอกาสทางการตลาด

(2) ความมีเหตุผล (Reasonableness) หมายความว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ที่มีความพอประมาณในมิติต่างๆ จะต้องไม่สุดโต่งถึงระยะยาว ต้องมีเป้าหมาย และวิธีการที่เหมาะสม มีความรู้ในการดำเนินการ มีการพิจารณาจากเหตุปัจจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ต้องเป็นการมองระยะยาว ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบของการกระทำและความเสี่ยง จะทำให้มีความพอประมาณทั้งในปัจจุบันและอนาคต ความมีเหตุผลในทางปรัชญานี้ ความหมายและนัยยะต่างกับ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ เพราะความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ เป็นมโนทัศน์เพื่อการวิเคราะห์ที่สมมติว่า ผู้บริโภคมีความพอใจของตนเองและมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความคงเส้นคงวา เช่น ถ้าชอบส้มมากกว่าเงาะ และชอบเงาะมากกว่ามังคุด ก็จะชอบส้มมากกว่ามังคุดด้วย นอกจากนี้ยังสมมติว่าผู้บริโภคผู้ตัดสินใจประสงค์ของตนเองและจะดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามข้อจำกัดของงบประมาณ มีความเข้าใจว่าผู้บริโภค

ผู้ตัดสินใจประสงค์ของตนเองและจะดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามข้อจำกัดของงบประมาณมีความเข้าใจว่า เศรษฐศาสตร์ทำให้คนมีความโลภ เพราะบอกว่าผู้บริโภคมีความต้องการไม่จำกัด และความพอใจได้จากการบริโภคสินค้าเท่านั้น การสรุปเช่นนี้ไม่ถูกต้องนัก เพราะความต้องการที่ไม่จำกัดนั้นเป็นการเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นข้อสมมติแสดงถึงความขาดแคลน (Scarcity) ของทรัพยากร ทำให้ต้องมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ส่วนการวิเคราะห์ที่สมมติให้ผู้บริโภคที่มีเหตุผลต้องการความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการตามงบประมาณที่จำกัดนั้น เป็นข้อสมมติเบื้องต้นเพื่อหาจุดประสงค์ของการบริโภคสินค้านั้น จึงต้องกำหนดความพอใจมากจากการบริโภคสินค้า การวิเคราะห์นี้สามารถขยายไปถึงความพอใจของผู้บริโภคไม่ได้เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ แต่ขึ้นอยู่กับอย่างอื่นด้วย เช่น ความเท่าเทียมกันในสังคม สภาพแวดล้อมที่ดี การเป็นที่ยอมรับในสังคม นั่นคือวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคจะเป็นการสร้าง ความพอใจที่ครอบคลุมมากกว่าการวิเคราะห์เบื้องต้น

(3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว (Self-immunity) พลวัตในมิติต่างๆ ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในสถานะต่างๆ อย่างรวดเร็วขึ้น จึงต้องมีการเตรียมตัวพร้อมรับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ การกระทำที่เรียกได้ว่าพอเพียงไม่คำนึงถึงเหตุการณ์และผลในปัจจุบัน แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต ภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูลที่มีอยู่ และสามารถสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และการมีภูมิคุ้มกันจะทำให้มีความพอเพียง แม้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง หรือมีเหตุการณ์ที่แย่ที่สุดก็จะรับมือได้ (ความหลากหลายการผสมผสาน การสร้างเครือข่ายธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยง เสี่ยงความเสียหาย)



4. **เงื่อนไข** การตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ เข้าใจตลาด เข้าใจสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ปรับตัว สร้างคุณภาพมาตรฐาน จริยธรรมทางธุรกิจ (1) เงื่อนไขความรู้ ได้แก่ มีความรอบรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง ความรอบรู้ คือ มีความรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ อย่างรอบด้าน ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการใช้เป็นประโยชน์พื้นฐาน เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติอย่างพอเพียง การมีความรอบรู้ย่อมทำให้มีการตัดสินใจที่ถูกต้อง ทั้งนี้รวมถึง ความรอบคอบ ความระมัดระวัง คือมีการวางแผน โดยสามารถที่จะนำความรู้และหลักวิชาต่างๆ มาพิจารณาเชื่อมโยงสัมพันธ์กันและมีความมีสติ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ในการนำแผนปฏิบัติที่ตั้งอยู่บนหลักวิชาต่างๆ เหล่านั้นไปใช้ในทางปฏิบัติโดยมีการปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ทั้งกายภาพและทางสังคมด้วย

(2) เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วยมีความตระหนักในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งครอบคลุมคนทั้งชาติ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ นักธุรกิจ มีสองด้านคือ ด้านจิตใจปัญญา และด้านการกระทำ ในด้านแรก เป็นการเน้นความรู้สู่คุณธรรม ตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความรอบรู้ที่เหมาะสม ส่วนด้านการกระทำหรือแนวทางดำเนินชีวิต เน้นความอดทน ความเพียร สติปัญญา และความรอบคอบ เงื่อนไขนี้จะทำให้การปฏิบัติตามเนื้อหาของความพอเพียงเป็นไปได้ ทำให้ตนเองไม่มีความโลภ ไม่เบียดเบียนผู้อื่นหรือสังคม เพราะการมีความโลภจะทำให้ทำอะไรสุดโต่ง ไม่นึกถึงความเสีย ไม่รู้จักพอ มีโอกาสที่จะกระทำการทุจริต

บทความโดย นางสาวศุขารดา เชาวน์สุชุม
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมธุรกิจชุมชน



ในยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ในปัจจุบัน โลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมา แต่ได้หลอมรวมเข้ากับชีวิตประจำวันของคนอย่างแท้จริง เปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่นๆ

ประเทศไทยภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” โดยจะเห็นได้ชัดจากโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” หรือ Thailand 4.0” ซึ่งเป็นภาพปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทยสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” ทำให้มีธุรกิจเกิดใหม่ที่นำนวัตกรรมมาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ พัฒนานวัตกรรมและบริการที่แตกต่าง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด หรือที่เรียกว่ากลุ่มธุรกิจ “Startup” นั่นเอง โดยเฉพาะ Startup ด้านการเงิน (กลุ่ม FinTech) ที่ได้ผสมผสาน 4 เทคโนโลยีหลัก คือ Social media, Mobile, Analytics (Big Data) และ Cloud บวกกับความคิดสร้างสรรค์เข้าด้วยกัน นำไปสู่บริการและนวัตกรรมด้านการเงินรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคปัจจุบันแบบทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) สำหรับรัฐบาลเองมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ “National e-Payment Master Plan” ซึ่งเป็นโครงการปฏิรูปเศรษฐกิจภาคการเงินที่จะช่วยขับเคลื่อนทุกภาคส่วนของประเทศ ก้าวสู่ความเป็น “Digital Economy”

จากการที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้ทุกอาชีพล้วนต้องปรับตัวให้ทันกระแสโลกด้วย และการเตรียมตัวก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ยุคที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ชอบความสะดวกสบาย และใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการชีวิตประจำวัน ดังนั้นธุรกิจที่ตัดสินใจได้เร็วกว่า ย่อมได้โอกาสมากกว่า และข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีถือเป็นส่วนประกอบอันสำคัญต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจและการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ นอกจากนี้ จะช่วยบอกสถานะการเงินในปัจจุบันของธุรกิจแล้ว ยังสามารถบอกทิศทางของธุรกิจในอนาคตได้ชัดด้วย หรือถือได้ว่า “บัญชีเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารธุรกิจ” ผู้บริหารในยุคปัจจุบันจึงคาดหวังให้นักบัญชีขยายบทบาทออกไปจากความรับผิดชอบในเรื่องของการบัญชีและการจัดทำรายงานต่างๆ ไปสู่บทบาทที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรมากขึ้น เช่น การมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร การนำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้กับงานบัญชี รวมทั้งการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

ดังนั้น นักบัญชีในยุคดิจิทัลต้องวางแผนและมองการณ์ไกล ต้องมีการพัฒนาศักยภาพต่างๆ นอกจากความรู้ทางด้านบัญชีแล้ว นักบัญชียังต้องพัฒนาความรู้ด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชีหรือความรู้ข้ามศาสตร์มากขึ้นทั้งเรื่องของการเงิน เศรษฐศาสตร์ การเมือง กฎหมาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นยุคดิจิทัล นักบัญชีต้องมีความเข้าใจในธุรกิจ มีความเข้าใจด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ สามารถนำความรู้รอบด้านและเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการประยุกต์ใช้กับงานบัญชีได้ และต้องเปลี่ยนบทบาทจากเพียงผู้สนับสนุนข้อมูลมาเป็นผู้นำเสนอข้อมูลช่วยวางแผนวิเคราะห์ และเป็นที่ยอมรับที่ดีในการช่วยตัดสินใจทางธุรกิจได้ ประกอบกับโลกที่ไร้พรมแดนเรื่องของภาษาจึงถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ



นอกจากทักษะเชิงวิชาการดังกล่าวแล้วนักบัญชียังต้องพัฒนาทักษะด้านอื่นๆ อีกเพื่อช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะความร่วมมือ ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการคิดเป็นเหตุเป็นผล ทักษะชีวิต เป็นต้น และมีความตื่นตัวในการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพราะผู้ที่รอบรู้มากกว่าจะเป็นผู้ที่ได้เปรียบกว่า ความรู้และทักษะเหล่านี้ นักบัญชีสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานบัญชีได้ จะทำให้นักบัญชีเป็นที่ยอมรับมากขึ้น กฎเกณฑ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในยุคดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียง “ความรู้” แต่คือ “ทักษะ” หรือเรียกว่าทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และอีกส่วนที่ขาดไม่ได้เลยก็คือ “การมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ” เพราะการที่ประเทศจะพัฒนาเป็นยุค Thailand 4.0 ได้อย่างยั่งยืน นอกจากการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจและสังคมแล้ว การพัฒนาคนถือว่าเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการพัฒนาประเทศ เพราะคนคือรากฐานที่สำคัญของประเทศ

สำหรับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลและส่งเสริม การประกอบธุรกิจ รวมถึงการกำกับดูแลและส่งเสริมให้ธุรกิจมีการจัดทำบัญชี อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยดำเนินการทั้งการตรวจสอบการจัดทำบัญชี ของธุรกิจ และส่งเสริมให้องค์ความรู้ด้านบัญชีแก่ธุรกิจซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่จัดทำ บัญชีตามกฎหมาย ได้ทราบถึงหน้าที่ตนเอง ทราบถึงความสำคัญของบัญชี กับการบริหารธุรกิจ สามารถนำข้อมูลบัญชีมาใช้ประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจได้ เช่น โครงการอบรมหลักสูตร “บัญชี...ซีซีของรวย” ซึ่งร่วมกับหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ส่งเสริมตัวธุรกิจแล้ว กรมยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีซึ่งเป็นผู้จัดทำบัญชี ให้แก่ธุรกิจ โดยส่งเสริมตั้งแต่เมล็ดพันธุ์นักบัญชีตาม โครงการ “สร้างนักบัญชี คุณภาพรุ่นใหม่ (Young & Smart Accountants)” ให้ความรู้และพัฒนา นักศึกษาสาขาบัญชีที่กำลังจะจบการศึกษา ซึ่งถือเป็นต้นน้ำของวิชาชีพบัญชี เข้าสู่เส้นทางวิชาชีพบัญชีอย่างมีคุณภาพ “พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิชาชีพ บัญชี” โดยผ่านการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งรูปแบบเข้าห้องเรียน และรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ e-Learning “การพัฒนาสำนักงาน บัญชีคุณภาพ” เนื่องจากสำนักงานบัญชีถือเป็นองค์ประกอบ สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจประกอบธุรกิจอย่างมี ธรรมภิบาล

นอกจากการกำกับดูแลและส่งเสริมด้านบัญชี ของธุรกิจข้างต้นแล้ว กรมยังได้ตระหนักถึง ความสำคัญของข้อมูลทางบัญชีสำหรับการตัดสินใจ ของธุรกิจ ได้มีการนำนวัตกรรมการให้บริการ นำส่งงบการเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์หรือที่ เรียกว่า “DBD e-Filing” มาใช้สนับสนุนการให้บริการ ในการรับงบการเงินเป็นครั้งแรกของประเทศไทย เพื่อทดแทนการรับงบการเงินรูปแบบเดิมที่เป็น เอกสารกระดาษ โดยกรมฯ มีเป้าหมายที่จะขับเคลื่อน ให้อิทธิกรนำส่งงบการเงินผ่านทางระบบ DBD e-Filing ครบ 100% สำหรับงบการเงินที่ต้องนำส่งในปี 2560 ที่กำลังจะมาถึงนี้ จะช่วยทำให้ธุรกิจและประชาชน ลดต้นทุนการจัดทำรายงานทางการเงิน ลดระยะเวลาเดินทางเพื่อนำส่ง งบการเงิน ส่วนในด้าน การนำข้อมูลไปใช้นั้น ภาคธุรกิจสามารถนำข้อมูล รายงานทางการเงินมาใช้เพื่อการตัดสินใจในการ ประกอบธุรกิจได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ส่วนภาครัฐก็สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ เพื่อการกำหนดนโยบายและวางแผนในการส่งเสริม พัฒนาธุรกิจให้มีความสามารถทางการแข่งขัน และรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในยุคที่ ธุรกิจแข่งขันกันด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี และตอบสนองนโยบาย Digital Government (รัฐบาลดิจิทัล) ของรัฐบาล ซึ่งเป็นภาพใหญ่กว่า e-Government (รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์) คือไม่ใช่ เพียงแค่ปรับเอกสารกระดาษให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ แต่ให้ประโยชน์มากกว่าคือข้อมูลสามารถเชื่อมโยง ไปยังหน่วยงานต่างๆ ข้อมูลเป็นฐานเดียวกัน มีความรวดเร็ว และสามารถให้บริการข้อมูลประชาชน ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน App DBD e-Service ตอบสนองสอดคล้องกับประชาชนยุคดิจิทัล ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว และมีโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต

สู่ Smart Enterprises ตามนโยบาย Thailand 4.0

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สานรับนโยบาย Thailand 4.0 มุ่งเน้นผลักดันธุรกิจ SMEs ให้มีความเข้มแข็ง เพื่อก้าวสู่ Smart Enterprises โดยเสริมสร้างรากฐานสำคัญในการประกอบธุรกิจอย่างครบวงจรผ่านการพัฒนาทักษะ แนวคิดการเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ และให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนผู้ประกอบการด้วยนวัตกรรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สรุปผลสำเร็จของการดำเนินงานกิจกรรมสร้างนักธุรกิจมืออาชีพ และนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ในถึงประมาณ 2559 ที่ผ่านมา โดยสามารถสร้างนักธุรกิจมืออาชีพที่มีศักยภาพในการนำองค์ความรู้ในระยะยาวและมีความเป็นมืออาชีพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ รวมทั้งสร้างนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่มีการดำเนินธุรกิจด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีนวัตกรรมและนำเสนอคุณค่าทางธุรกิจ และได้ทำการคัดเลือกนักธุรกิจผู้เป็นต้นแบบที่ดี (Best Practice) จำนวน 9 ราย เพื่อเป็นต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs รุ่นต่อไป เช่น



บริษัท ยูโรเคคคอร์ จำกัด สามารถขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านบนตลาดออนไลน์จนทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นคิด 1 ใน 5 ของเว็บไซต์ LAZADA

บริษัท เดอะสตรีท เอเซียแปซิฟิค จำกัด สามารถขยายช่องทางจำหน่ายกระเบื้องลายโบราณไปตลาดต่างประเทศ (มัลดีฟส์ และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์)

บริษัท คอฟฟี่บอย รีเทล จำกัด สามารถขยายสาขา Coffee Boy Grand เพิ่มขึ้นเป็น 40 สาขา

บริษัท ไบโอสปอร์ตเฟสชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบการเงินและบัญชีเพื่อเตรียมเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์

บริษัท อินเตอร์เฟส ซิสเต็ม จำกัด สามารถเปลี่ยนวิธีการคิดที่ผลิตเครื่องจักรตาม Order เป็นนำต้นแบบ Prototype ออกแสดงในงานแสดงสินค้า Manufacturing Expo ระหว่างวันที่ 22-25 กรกฎาคม 2559 ณ ศูนย์การค้าไบเทค เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างกันในกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม อาทิ

บริษัท คอฟฟี่บอย รีเทล จำกัด มีการสั่งซื้อกระเบื้องปูพื้นลายโบราณเพื่อใช้ในการตกแต่งร้านจากบริษัท เดอะสตรีท เอเซียแปซิฟิค จำกัด

บริษัท ดีไซน์สบาย จำกัด ส่งพนักงานในบริษัทไปเรียนเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำโฆษณาที่บริษัท พีเอ็ม คอนเนคชั่น จำกัด

บริษัท ยูโรเคคคอร์ จำกัด ได้จ้างพนักงานรักษาความปลอดภัย (รปภ.) จากบริษัท รปภ.โกลบอล (แรม 1996) จำกัด

บริษัท ดีแลนด์ กรุ๊ป จำกัด ได้สั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านเพื่อใช้ตกแต่งทาวน์โฮม จากบริษัท ยูโรเคคคอร์ จำกัด

กิจกรรมการต่อยอดธุรกิจสร้างสังคมผู้สูงอายุ "50 e-Plus (Entertainment Privileges Lifestyle Upgrades Surprises)" การรวมกลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจในทุกๆ เดือน ในรูปแบบ "5 Talk Let's Share Experience" เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจในลักษณะที่ช่วยน้องซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่ผ่านการพัฒนาสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้ากว่า 30 ล้านบาท

ทั้งนี้ ในปี 2560 กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้กำหนดแผนงานในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ให้มีความแตกต่างด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นการยกระดับผู้ประกอบการธุรกิจสู่ Smart Enterprises ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจอย่างเป็นระบบตามมาตรฐานสากล ให้มีความเข้มแข็งแข่งขันได้ และพัฒนาต่อยอดผู้ประกอบการให้เป็นผู้นำด้านการตลาดสมัยใหม่ ผสมผสานกับแนวคิดเชิงนวัตกรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางการค้าเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระหว่างกัน ผ่าน 2 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ 1) สร้างนักธุรกิจมืออาชีพ (Smart Professional Entrepreneurs : DBD-SPE) และ 2) สร้างนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Advance Creative Marketer : DBD-ACM) โดยทั้ง 2 กิจกรรมได้ดำเนินการไปแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559 ซึ่งได้รับผลตอบรับจากผู้ประกอบการ โดยสมัครเข้าร่วมกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 136 ราย ซึ่งกรมฯ จะติดตามและประเมินผลต่อไปเพื่อผลักดันให้ SMEs ก้าวไปสู่การเป็น Smart Enterprises เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างแท้จริง



ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ปัจจุบัน ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยมีจำนวน 1,286 ราย แบ่งเป็นหมวดค้าปลีก 440 ราย (ร้อยละ 44.3) หมวดบริการ 251 ราย (ร้อยละ 25.2) หมวดอาหารและเครื่องดื่ม 210 ราย (ร้อยละ 21) หมวดความงาม/สปา 53 ราย (ร้อยละ 5.3) และ หมวดการศึกษา 42 ราย (ร้อยละ 4.2) มีรายได้รวมทั้งสิ้นประมาณ 250,000 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2559)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยมาอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับ สมาคมแฟรนไชส์และไลเซนส์ สถาบันการเงิน และหน่วยงานพันธมิตรอื่นๆ เฝ้าหาพื้นที่เพื่อเปิดตลาดแฟรนไชส์ไทยไปสู่ประเทศใหม่ๆ หรือขยายการส่งออกภาคบริการ และเพิ่มรายได้เข้าประเทศมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี

(พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) ที่มุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐใช้หลักการขับเคลื่อนนโยบาย (Agenda) มากำหนดเป็นแนวทางการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน และให้มีการบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนมากขึ้น เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสร้างความสมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจจากภายในสู่ภายนอก อันจะส่งผลต่อการสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนแก่ประเทศไทยในระยะยาวต่อไป

เมื่อเร็วๆ นี้ นางสาวบรรจงจิตต์ ชังคุสิงห์ อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้เป็นสักขีพยานและแสดงความยินดีในพิธีลงนามสัญญาซื้อขายธุรกิจแฟรนไชส์ ระหว่าง บริษัท เฮฟต้า จำกัด ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างยูพีวีซีของไทย กับ Ardeco ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม ออกแบบและวิศวกรรม ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) โดยเซ็นสัญญาต่อเนื่อง 3 ปี และคาดว่าในอนาคตจะมีการขยายสาขาเพิ่มเติมอีก และ ขณะนี้ยังอยู่ระหว่างการเจรจากับผู้ประกอบการกัมพูชาและเมียนมาร์ ทำให้ขณะนี้ธุรกิจแฟรนไชส์ไทย 28 ราย ที่สามารถขยายธุรกิจไปยังตลาดสากล 30 ประเทศทั่วโลก แบ่งเป็น หมวดอาหารและเครื่องดื่ม 18 บริษัท หมวดบริการ 3 บริษัท หมวดการศึกษา 2 บริษัท หมวดความงาม/สปา 1 บริษัท และหมวดค้าปลีก 4 บริษัท



การลงนามในสัญญาของ บริษัท เฮฟต้า จำกัด ในครั้งนั้นนอกจากจะทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์รายนี้ซึ่งมีแฟรนไชส์ในประเทศอยู่แล้ว 12 สาขา สามารถขยายธุรกิจไปสู่ตลาดต่างประเทศได้เพิ่มอีก 1 สาขา และในอนาคตคาดว่าจะสามารถขยายไปยังประเทศอื่นๆ ได้อีกไม่ยาก โดยบริษัท เฮฟต้า จำกัด เป็นสมาชิก Franchise B2B รุ่นที่ 17 ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ภายใต้โครงการฝึกอบรมหลักสูตรการสร้างธุรกิจเข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ (Franchise Academy) เมื่อปี พ.ศ.2558 และได้รับการคัดเลือกจากกรมฯ ให้ไป

นำเสนอ และเจรจาธุรกิจยังตลาดต่างประเทศมาแล้ว แสดงให้เห็นว่าหากธุรกิจ แฟรนไชส์ของไทยได้รับการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพอย่างตรงจุด จะทำให้แฟรนไชส์ไทยมีมาตรฐานคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสามารถขยายสาขาไปยังตลาดเพื่อนบ้าน และตลาดอื่นๆ ได้ทั่วโลก



77 EXPERIENCE

กระทรวงพาณิชย์ มอบหมายให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้าดำเนินการส่งเสริมสินค้า OTOP ของไทยด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากลและสร้างโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยโครงการ OTOP SELECT มีจุดมุ่งหมายที่จะยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ OTOP ทั่วประเทศ ให้มีศักยภาพในระดับสากล ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพาณิชย์จังหวัด ในการคัดสรรกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีชื่อเสียง คุณภาพดีและศักยภาพด้านการตลาดระดับ 1-10 ของจังหวัด นำมาคัดกรองเข้าร่วมโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองและสามารถเข้าสู่ตลาดในระดับมาตรฐานสากล เป้าหมายของ OTOP SELECT คือ การสร้างเสน่ห์ให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของไทย พร้อมปรับโฉมจากสินค้าท้องถิ่นสู่สินค้าที่สามารถโดดเด่นในตลาดโลก เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และชาวต่างประเทศให้เกิดความสนใจและเข้ามาทดลองสัมผัสและผลิตเพลีนไปกับประสบการณ์ที่นำเสนอในคอนเซ็ปต์ 77 EXPERIENCE ผ่านแนวคิด "วิถีการเป็นอยู่ที่ดี" (Well Life & Style) ด้วยการนำเสนอ "ประสบการณ์ชุมชน" (Community Experience) ในแต่ละท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ด้วย 4 วิถีประสบการณ์ คือ กินดี (Eat well) ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, อยู่ดี (Live well) ได้แก่ ของใช้ของใช้, สวยดี (Look well) ได้แก่ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา และดูดี (Dress well) ได้แก่ เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องประดับ



นับตั้งแต่เปิดโครงการ OTOP SELECT กรมฯ ได้ลงพื้นที่ดำเนินการทั่วประเทศ โดยจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจ, การสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ สร้างกลยุทธ์การตลาด และการสร้างต้นแบบการเชื่อมโยงเครือข่ายและบริหารจัดการเครือข่ายด้านการตลาด ให้ผู้ประกอบการ OTOP ได้ก้าวขึ้นสู่การเป็น Smart Trader อย่างเต็มตัว

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์โครงการนี้มีผู้ประกอบการ OTOP SELECT เข้าร่วมโครงการกว่า 800 แปรณต์ ผ่านกระบวนการคัดสรรจนเหลือ 77 แปรณต์ เพื่อเข้าสู่โครงการ 77 EXPERIENCE โดยทุกแปรณต์ที่ผ่านการคัดสรรจะได้รับการพัฒนาภาพลักษณ์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการนำเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแปรณต์มาเสริมสร้างคุณค่าให้โดดเด่น มีเสน่ห์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกกลุ่ม ทุกระดับและเพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า OTOP ไทยสู่ตลาดสากล และยังคงต้องสอดรับด้วยการพัฒนารูปแบบการค้าและสร้างประสบการณ์เพิ่มเติม โดยได้จัดทำร้านค้าต้นแบบของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีการนำเข้าจำหน่ายสู่ช่องทาง Shop Channel และ แคตตาล็อก โดยเน้นการนำเสนอขายสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า OTOP ของท้องถิ่นต่างๆ ที่มีความโดดเด่นทั้งด้านคุณภาพ ความสวยงามและมาตรฐานการผลิต แสดงให้เห็นถึงช่องทางในการจัดจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของตลาดสู่สากลโดยได้มีการสร้างรูปแบบร้านค้าและช่องทางการตลาดต่างๆ ที่จะบอกเล่าเรื่องราวเพิ่มมูลค่าของสินค้า OTOP สร้างการรับรู้ผ่านวิถี 4 ประสบการณ์และก่อให้เกิดการบอกต่อผ่าน Social Network และช่องทางต่างๆ

โดยร้านค้าต้นแบบ 77 EXPERIENCE กินดี อยู่ดี สวยดี ดูดี ได้จัดขึ้นที่ชั้น 3 สยามดิสคัฟเวอร์รี่ กรุงเทพมหานคร ห้างเดอะสกาย จังหวัดอยุธยา และ สยามเจมส์ กรุ๊ป จังหวัดชลบุรี ตลอดจนเปิดจำหน่าย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว นักเดินทางในประเทศและต่างประเทศ

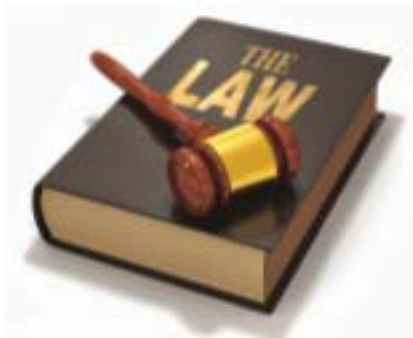




เพื่อพัฒนากฎหมาย

ย้อนหลังไปประมาณ 10 กว่าปี ที่ผ่านมามา เราจะได้เห็นว่านักกฎหมายที่ทำหน้าที่พัฒนา กฎหมายของแต่ละหน่วยงานไม่ว่าจะเป็น การปรับปรุง แก้ไข หรือยกร่างกฎหมาย จะเรียนรู้ เทคนิคและวิธีการยกร่างกฎหมายด้วยประสบการณ์ จากการปฏิบัติงานจริงในหน้าที่ด้วยตัวเอง หรือ ในบางครั้งหากโชคดีหน่อยก็อาจจะได้รับการ ถ่ายทอดประสบการณ์จากนักกฎหมายรุ่นพี่ที่เคย ผ่านงานมา สมัยก่อนไม่มีวิธีการเรียนการสอน ให้ความรู้โดยตรงในเรื่องดังกล่าว ส่วนใหญ่ จะผ่านการลองผิดลองถูก จากประสบการณ์ ด้วยตนเองมาโดยตลอด จึงทำให้เห็นได้ว่าแนวทาง ในการพัฒนากฎหมายของหน่วยงานต่างๆ เกือบทุกส่วนราชการในยุคก่อนไม่สามารถหาอ่าน ได้จากตำราใดๆ ได้

การที่นักกฎหมายคนหนึ่งจะเป็นบุคลากรด้านกฎหมายเพื่อให้สามารถ ปฏิบัติงานทางด้านการพัฒนากฎหมายได้ดี นักกฎหมายคนนั้นจะต้องมี พื้นฐานความรู้ความเข้าใจในเจตนารมณ์ของกฎหมายในหน่วยงานของตน ว่ากฎหมายแต่ละฉบับมีวัตถุประสงค์และความเป็นมาอย่างไร และจะต้องทราบ เจตนารมณ์ที่แท้จริงในการมีกฎหมายแต่ละฉบับด้วยว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้ พัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนั้นๆ ซึ่งจุดนี้ เป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อถึงคราวจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเมื่อมีการ บังคับใช้กฎหมายมาถึงช่วงระยะเวลาหนึ่ง กฎหมายฉบับนั้นอาจล้าสมัย ไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจนกลายเป็นอุปสรรค ในการปฏิบัติงาน จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไข ก็ต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบ ว่าการปรับปรุงแก้ไขนั้นอยู่บนเจตนารมณ์ของกฎหมายหรือไม่ นอกจากนี้ จะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปรับปรุง แก้ไขกฎหมายไม่เกิดความซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกับกฎหมายที่มีอยู่แล้ว เช่น กฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดมีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์เพราะบริษัทที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้จะต้องเป็น บริษัทมหาชนจำกัด หรือกฎหมายเฉพาะอื่นๆ ที่กำหนดให้ผู้จัดตั้งต้องเป็น บริษัทมหาชนจำกัด ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการประกันชีวิต กฎหมายว่าด้วย ประกันวินาศภัย กฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน เป็นต้น ซึ่งกฎหมาย ในธุรกิจเฉพาะเหล่านี้ มีข้อกำหนดที่เคร่งครัดกว่าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดกำหนดไว้ ซึ่งนักกฎหมายเมื่อใช้กฎหมายว่าด้วย มหาชนจำกัดในธุรกิจเฉพาะเหล่านี้จำเป็นต้องเรียนรู้ควบคู่ไปด้วยกัน



นอกจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้ว การที่จะเป็นนักกฎหมายที่ดีได้ จำเป็นที่จะต้องเรียนกฎหมายของต่างประเทศเพิ่มเติมด้วย เพื่อนำสาระสำคัญและประเด็นที่ต้องการยกนำมาเปรียบเทียบให้เห็นความเหมือนและความแตกต่างซึ่งกันและกัน โดยอย่างน้อยควรทำการเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป หรือที่เรียกว่ากฎหมายเปรียบเทียบ ซึ่งหมายถึงว่าในการศึกษากฎหมายเปรียบเทียบที่สำคัญต้องเข้าใจในระบบกฎหมายของประเทศที่เราจะนำมาศึกษา วิเคราะห์เปรียบเทียบด้วยว่าเป็นแบบระบบประมวลกฎหมาย (Civil law) เหมือนประเทศเรา หรือเป็นระบบกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) เป็นสำคัญ เนื่องจากหากเป็นระบบประมวลกฎหมาย จะยึดถือการตีความตามลายลักษณ์อักษรเป็นสิ่งสำคัญ จะเห็นได้จากคำพิพากษาของศาลฎีกา คือ การที่ศาลนำตัวบทกฎหมายที่บัญญัติไว้มาตีความหมาย และบังคับใช้ ซึ่งแตกต่างจากระบบกฎหมายจารีตประเพณีที่ถือเอาคำพิพากษาเป็นบรรทัดฐานของกฎหมายก็แต่เฉพาะที่นำมาบัญญัติเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ดังนั้น การที่จะศึกษากฎหมายเปรียบเทียบนักกฎหมายจะต้องเข้าใจในโครงสร้างระบบกฎหมายของประเทศที่เราจะนำมาศึกษา วิเคราะห์เปรียบเทียบด้วย ซึ่งในบางครั้งอาจต้องอาศัยบทความ คำอธิบายจากตำราต่างๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจได้ดีขึ้น การศึกษาค้นคว้าในยุคปัจจุบันมีข้อได้เปรียบจากสมัยก่อนมาก เนื่องจากมีข้อมูลทางสื่อต่างๆ ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้เราได้ศึกษาค้นคว้า มากมาย เช่น ทางเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น



การที่นักกฎหมายจะปฏิบัติงานด้านการพัฒนา
กฎหมายให้ได้ดี มิใช่ว่าจะรู้เพียงตัวบทกฎหมาย
เท่านั้น แต่จำเป็นต้องเรียนรู้ความเป็นไปและ
ความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และ
ความเป็นอยู่ของประเทศต่างๆ บนโลกใบนี้
รวมตลอดถึงนโยบายของรัฐบาลในแต่ละประเทศ
ว่ามีทิศทางอย่างไร เรียกได้ว่านักกฎหมายที่ดี
จะต้องมีหูตาที่กว้างไกล เพื่อให้กฎหมายของ
แต่ละหน่วยงานได้รับการพัฒนาให้ทันสมัย
และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ในขณะนั้น
และในอนาคตมากที่สุด ดังนั้น กฎหมายที่อยู่ในการ
กำกับดูแลของหน่วยงานต่างๆ จะต้องได้รับการ
ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันต่อสภาวะการณ์
ที่เปลี่ยนแปลงไป ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก
ที่นักพัฒนากฎหมายจะต้องตระหนักอยู่เสมอ

จวบจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2548 ถือเป็นการพัฒนากฎหมายในยุคปัจจุบัน
ที่เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะคณะรัฐมนตรีได้มีมติในการประชุมเมื่อวันที่
6 กันยายน 2548 เห็นชอบให้มีการพัฒนา นักกฎหมายภาครัฐ เพื่อเร่งรัด
พัฒนาบุคลากรทางกฎหมายให้มีความรู้ ความสามารถทันต่อความจำเป็น
ของราชการและการเปลี่ยนแปลงของโลก เสริมสร้างให้บุคลากรของกฎหมาย
มีทัศนคติที่สร้างสรรค์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับหลักนิติธรรม
แสดงให้เห็นได้ว่า ภาครัฐได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร
ด้านกฎหมายกฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บุคลากรด้านกฎหมายของ
ภาครัฐจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพเสริมเพิ่มเติมไม่เพียงแต่จากการที่จะมี
ความรู้ความชำนาญในบทกฎหมายเท่านั้น แต่จำเป็นต้องเรียนรู้ในบริบทอื่นๆ
ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ นโยบายรัฐประกอบด้วย
จึงได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตรการพัฒนานักกฎหมายภาครัฐเพื่อสร้างเสริม
ความรู้ความเข้าใจให้สามารถทันต่อความจำเป็นของทางราชการและ
ความเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งจะเห็นได้จากหลักสูตรที่ประกอบด้วย
: ระบบเศรษฐกิจสังคมไทยและระบบเศรษฐกิจโลก คุณภาพของกฎหมาย
และคุณธรรมสำหรับนักกฎหมายไทย วิสัยทัศน์ใหม่เกี่ยวกับประชาธิปไตย
ธรรมาภิบาลและการบริหารภาครัฐ เป็นต้น



ในส่วนของกระบวนการร่างกฎหมาย ก็ถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญประการหนึ่งของการพัฒนากฎหมาย กล่าวคือ เมื่อมีการศึกษา วิเคราะห์ ประเด็นที่จะปรับปรุงจนตกผลึกแล้ว ก็จะนำมาสู่การปรับปรุงมาตรา ในกฎหมายที่จะต้องถูกปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสม หรือในบางกรณี อาจเป็นเพียงการปรับปรุงกฎหมายลำดับรอง หรือที่เรียกว่าอนุบัญญัติ เช่น กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ประกาศกรม เท่านั้น อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงอนุบัญญัติต่างๆ เหล่านี้ มีข้อที่พึงต้องระวังเสมอ คือ การกำหนด ข้อบัญญัติต่างๆ ต้องไม่ควรเกินขอบเขตที่กฎหมายระดับพระราชบัญญัติ กำหนดในเรื่องนั้นๆ ไว้ เช่น พระราชบัญญัติกำหนด "วิธีการและหลักเกณฑ์ ในการอนุญาตให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง" ดังนั้น การออกกฎ กระทรวงก็จะกำหนดไว้แต่หลักเกณฑ์ของการอนุญาตเท่านั้น จะเขียนเลข ไปถึงการเปลี่ยนแปลง การเลิก เหล่านี้ถือว่าเป็นบทบัญญัติที่ให้อำนาจไว้ จึงไม่อาจทำได้

หากกล่าวโดยสรุปได้ว่า เทคนิคในการจะเป็นนักกฎหมายที่ทำงานด้าน พัฒนากฎหมายให้ได้ดี จะต้องเข้าใจในเจตนารมณ์ของกฎหมาย เวียนรู้ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รู้หลักการเปรียบเทียบกฎหมาย หากความรู้รอบตัว

ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ติดตามนโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวง มติคณะรัฐมนตรี กฎหมายใหม่ๆ ที่มีการบัญญัติออกมา หรือที่มีการปรับปรุง และทำงานอยู่บนหลักการของกฎหมาย

ด้วยเหตุที่โลกไม่หยุดเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ก็ย่อมต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นเงา ตามกันไป นักกฎหมายที่ดีจึงนิยมไม่หยุดพัฒนา ตัวเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ

บทความโดย
นางสาวภัทมาวดี บุญญากาศ
นิติกรชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่งนิติกรเชี่ยวชาญ





01 นางอภิรดี ตันตราภรณ์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดโครงการ "Trade Association President Club" (TAP Club) โดยมีผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วม ณ ห้องนурซ์ตราไชยากร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2559

02 นายวินิจชัย แจ่มแจ่ม

ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์ นำผู้บริหารและข้าราชการ ออกกำลังกาย ภายใต้กิจกรรม "รวมพลังชาวพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ" ณ ลานอเนกประสงค์ กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 ตามนโยบายของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่เชิญชวนให้ข้าราชการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพทุกวันพุธ ตั้งแต่เวลา 15.00 - 16.30 น.



03 นางสาววิบูลย์ลักษณ์ ร่วมรักษ์

ปลัดกระทรวงพาณิชย์ นำผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ ร่วมกิจกรรม "รวมพลังแห่งความภักดี" เพื่อแสดงความจงรักภักดีและรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ณ ห้องนурซ์ตราไชยากร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2559

04 นางสาวมิ่งพรรณ เจียรวิริยะพันธ์

รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี ครั้งที่ 46 (4/2559) ณ ห้องม่วงเทพรัตน์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559





05 นางสาวบรรจงจิตต์ อังศุสิงห์

อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นประธานการประชุม "การรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการกำกับดูแลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)" ณ ห้องม่วงเพชรรัตน์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2559

06 นางสาวรัตนา เขียววิศิษฏ์สกุล

รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นประธานเปิดงาน "ร้าน OTOP ต้นแบบ 77 EXPERIENCE" โครงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าและยกระดับมาตรฐานสินค้า OTOP ปี 2559 ณ สยามอีสต์เฟอเวย์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2559



07 นายสาโรจน์ สุวัตติกุล

รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นประธานการสัมมนาระดมความคิดเห็น เรื่อง "ทิศทางการพัฒนาศักยภาพนักบัญชีคุณภาพรุ่นใหม่" ครั้งที่ 4 ณ ศูนย์ฝึกอบรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2559

08 นายสำรวย แดงด้วง

รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มอบข้าวสาร ฟ้าดี และของบริโภคให้แก่ประชาชนที่มาร่วมถวายสักการะพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ณ บริเวณเต็นท์กระทรวงพาณิชย์ ที่ของสนามหลวง เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2559



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
www.dbd.go.th สายด่วน **1570**

