



คู่มือการจัดทำข้อเสนอโครงการ

ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจกลางและขนาดย่อม
ประจำปีงบประมาณ 2568



คำนำ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อกำหนดให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจจัดทำงบประมาณในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริม SME โดยบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

สสว. ใช้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2566-2570 เป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME และงบประมาณ ด้านการส่งเสริม SME โดยในปีงบประมาณ 2568 มุ่งเน้นให้ความสำคัญการส่งเสริม SME 3 ประเด็น คือ 1) ส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) 2) ผลักดันให้ SME เปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกิจสีเขียว (Green Transition) และ 3) สนับสนุน SME เพิ่มมูลค่าและโอกาสให้ธุรกิจด้วยซอฟต์แวร์ (Soft power)

เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมครอบคลุมการส่งเสริม SME ในวงกว้าง สสว. จึงได้ยกระดับบทบาทการทำงานเป็น Gate Keeper ในการพิจารณากลับกรองโครงการด้านการส่งเสริม SME ทั้งประเทศให้มีความเหมาะสม ร่วมกับสำนักงบประมาณ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ เพื่อจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานตามแนวทางที่แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงผลสัมฤทธิ์หรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ภารกิจและความจำเป็นของหน่วยงานครอบคลุมทุกแหล่งเงิน พร้อมทั้งได้จัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้นเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ใช้เป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอโครงการส่งเสริม SME สำหรับบรรจุไว้ในภายใต้แผนปฏิบัติการฯ จะได้นำเสนอต่อสำนักงบประมาณ ต่อไป

ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs
พฤศจิกายน 2566

สารบัญ

ประเด็นท้าทายที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อ SME	3
ความสำคัญของ SME ต่อเศรษฐกิจไทย	5
ปัญหา Pain Point สำคัญของ SME	7
ประเด็นสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568	11
แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568	13
สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568	16
เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอโครงการ	32
แบบฟอร์มการจัดทำข้อเสนอ ประจำปีงบประมาณ 2568	34

ประเด็นท้าทายที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อ SME

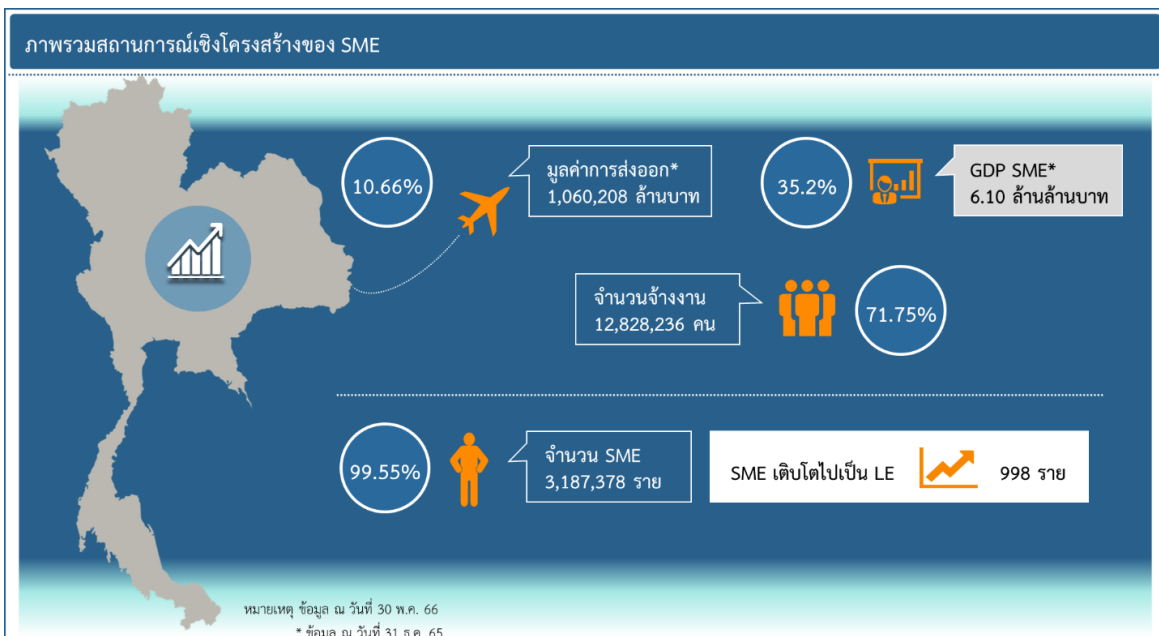
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อทั้งต่อโลกและประเทศไทย SME มีความจำเป็นที่ประเทศต้องเตรียมพร้อม รวมถึงมีแนวทางการพัฒนาเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสมโดยแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่

<p>การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> สภาพภูมิอากาศมีการแนวโน้มเปลี่ยนแปลงรุนแรง รวดเร็ว และผันผวน ความเสี่ยงต่อภัยพิบัติและผลกระทบต่อระบบนิเวศ <input type="checkbox"/> ความตกลงระหว่างประเทศเพื่อควบคุมอุณหภูมิโลก และมุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero Emission สินค้าและบริการที่ปล่อย ก๊าซเรือนกระจกสูง มีแนวโน้มถูกกีดกันทางการค้า มาตรการภาษี CO2 ก่อหน้าเข้าสินค้ามาขายในยุโรป <input type="checkbox"/> เทคโนโลยีสีเขียวก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้ต้นทุนในการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมลดต่ำลง อาทิ พลังงานหมุนเวียน รวมทั้ง การลงทุนในกลุ่มพลังงานใหม่ ได้แก่ พลังงานสะอาด (Clean Energy), กลุ่มธุรกิจก่อสร้างหรือผลิตชิ้นส่วนที่ช่วยลดโลกร้อน (Energy Efficiency), กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างประสิทธิภาพ (Environmental Resources), บริษัทที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <input type="checkbox"/> ธุรกิจต้องปรับกระบวนการผลิต และการให้บริการเพื่อลดการปล่อย CO2 และเพิ่มต้นทุนการดูแลสิ่งแวดล้อม
<p>ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 4IR, Digital Transformation ที่ถูกเร่งด้วย Covid-19 บางธุรกิจต้องปิดตัวเพราะไม่สามารถรับมือกับ Technological Disruption <input type="checkbox"/> โอกาสในการยกระดับการพัฒนา และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แต่ยังเป็นความเสี่ยงต่อการจ้างงาน, Digital Divide และ cyber security
<p>แนวโน้มเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมโลก</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> เศรษฐกิจโลกจะมีแนวโน้มชะลอลงจากวิกฤติพลังงาน เงินเฟ้อ ความผันผวนค่าเงิน การลงทุนจากต่างประเทศไม่เติบโตเท่าที่ควร <input type="checkbox"/> ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ เช่น สงครามรัสเซีย-ยูเครน ความขัดแย้งด้านการค้าและเทคโนโลยีระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน ความตึงเครียดบนคาบสมุทรเกาหลี ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง (อิหร่าน-สหรัฐอเมริกา)

	<input type="checkbox"/> เอเชียได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากขึ้น จากการกระจายความเสี่ยงของการผลิตและการลงทุนออกจากจีน โดยเวียดนามเป็นประเทศที่ได้รับความสนใจมากที่สุด <input type="checkbox"/> การปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ตลาดการค้าโลกสร้างแรงกดดันต่อเศรษฐกิจไทยเพราะพึ่งพาต่างประเทศสัดส่วนสูงในหลายด้านทั้งการส่งออก การท่องเที่ยว และการลงทุนโดยตรงต่างชาติ (FDI)
การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร	<input type="checkbox"/> สัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ว่างแรงงานลดลง <input type="checkbox"/> เศรษฐกิจผู้สูงอายุ การทำงานและสภาพสังคมรูปแบบใหม่ <input type="checkbox"/> ภาระการใช้จ่ายภาครัฐในการดูแลด้านสวัสดิการ <input type="checkbox"/> การเพิ่มขึ้นของความต้องการของสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งไทยมีความได้เปรียบ
พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	ความผันผวนของเศรษฐกิจ Technology Disruption การแพร่ระบาดของ Covid-19 สถานการณ์ความขัดแย้งของประเทศต่างๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องปรับตัวและมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

ความสำคัญของ SME ต่อเศรษฐกิจไทย

- การเติบโตของ SME มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพประเทศ เนื่องจากเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนมากที่สุดและสร้างการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจจำนวนมาก ในปี 2565 มูลค่า GDP ของ SME คิดเป็นร้อยละ 35.2 ต่อมูลค่า GDP ของทั้งประเทศหรือคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 6.10 ล้านล้านบาท โดยมีจำนวน SME 3,187,378 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.55 ของวิสาหกิจในภาพรวมทั้งประเทศ โดยมี SME เติบโตเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 998 ราย
- การจ้างงานของ SME มีสัดส่วนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับการทำงานของประเทศไทยโดยการจ้างงานของ SME มีจำนวน 12,828,236 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.75 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ สำหรับการค้าระหว่างประเทศ มีมูลค่าการส่งออก 1,060,280 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.66 ต่อการส่งออกโดยรวม

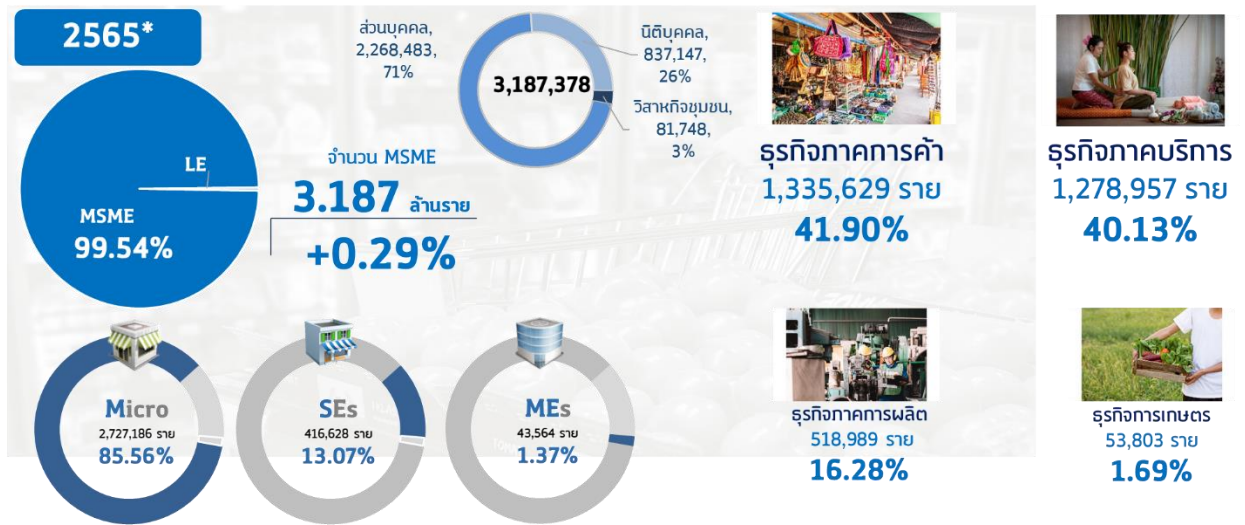


- การจำแนก SME ตามภาคธุรกิจพบว่า ภาคการค้าและภาคบริการเป็นภาคธุรกิจที่ SME ประกอบธุรกิจมากที่สุดตามจำนวนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 41.2 และ ร้อยละ 40) รองลงมา คือการประกอบธุรกิจในภาคการผลิต และภาคการเกษตร ที่ร้อยละ 16.28 และ ร้อยละ 1.69 ตามลำดับ
- จำแนกตามขนาดธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) ซึ่งเป็นขนาดกิจการที่เล็กที่สุดนั้นมีจำนวน มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 85.56 รองลงมาคือวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) ร้อยละ 13.07 และ วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise) มีจำนวนน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 1.37 จากจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด

- SME ที่มีอยู่จำนวนมากนั้น เมื่อพิจารณาถึงประเภทการจัดตั้งสามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่ นิติบุคคล จำนวน 837,147 ราย คิดเป็นร้อยละ 71 ส่วนบุคคลมีจำนวน 2,268,483 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 และวิสาหกิจชุมชนจำนวน 81,748 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 ของ SME ทั่วประเทศ



จำนวน MSME

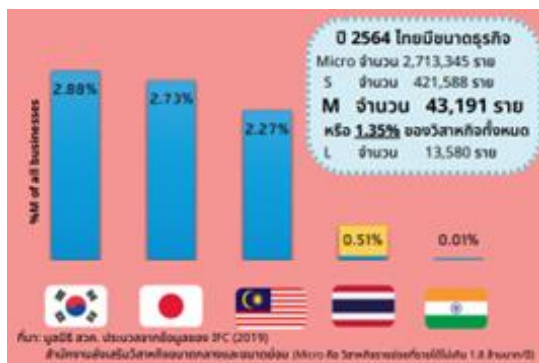


ปัญหา Pain Point สำคัญของ SME

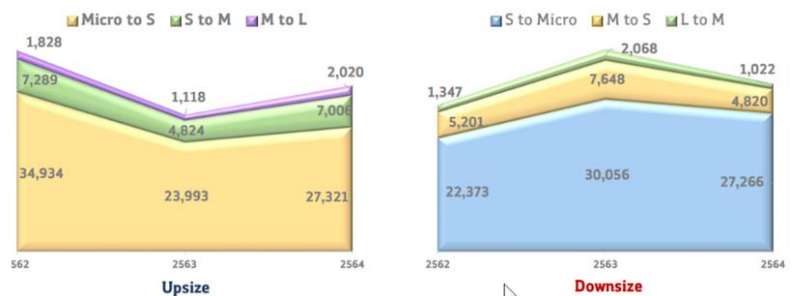
1. ประเทศไทยยังมีปัญหาการมีธุรกิจที่มีศักยภาพน้อยเกินไป หรือ OECD เรียกว่า “Missing Middle” ซึ่งเป็นอุปสรรตต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโต และแสดงให้เห็นข้อจำกัดในการพัฒนาให้วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อมเติบโตเป็นวิสาหกิจขนาดกลางได้ จากการศึกษาการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมไปสู่วิสาหกิจขนาดกลาง ของ สสว.พบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลาง (M) เพียงร้อยละ 0.51 เท่านั้น ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาในเอเชียที่มีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางมากกว่าร้อยละ 2

จากการศึกษาการเปลี่ยนขนาดธุรกิจของ SME ระหว่างปี 2562- 2564 ของ สสว.พบว่าหากมีผู้ประกอบการ Micro เพิ่มขึ้น 8 เท่าจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 1.8 หมื่นล้านบาท ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยเพิ่มขึ้น 2 เท่า จะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 2.7 แสนล้านบาท และหากมีผู้ประกอบการ M เพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าจะสร้างได้เพิ่มกว่า 5.2 แสนล้านบาท ภาครัฐจึงจำเป็นต้องเพิ่มการระดับการเติบโตของวิสาหกิจให้มากขึ้นจึงจะช่วยให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มสูงขึ้นที่ทำให้ประเทศไทยก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลางไปได้

สัดส่วนจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางไทย เปรียบเทียบกับต่างประเทศ



การเปลี่ยนแปลงขนาดธุรกิจของ SME ปี 2562-2564



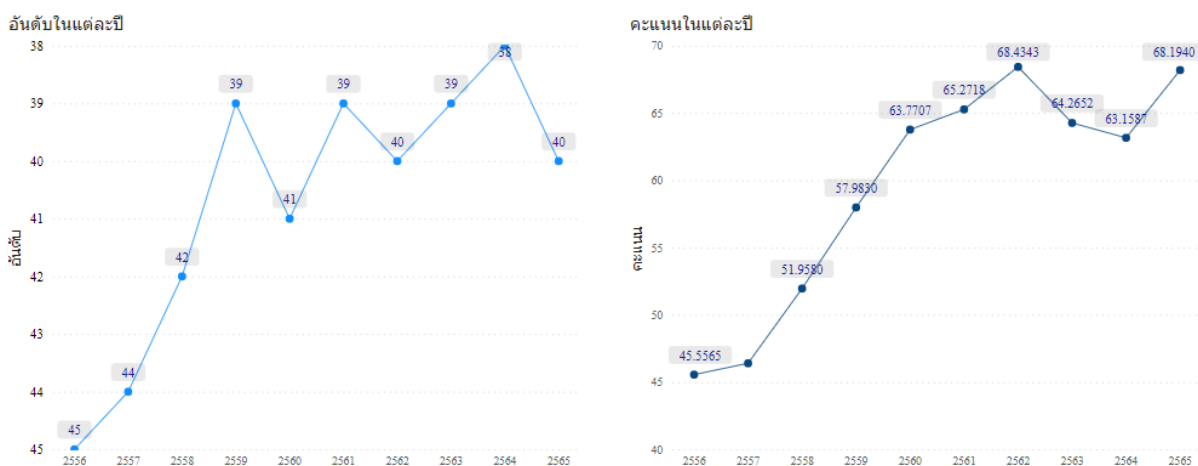
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, การศึกษาการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมไปสู่วิสาหกิจขนาดกลาง, 2565

ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยเศรษฐกิจ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. SME ส่วนใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจในระดับที่น้อย

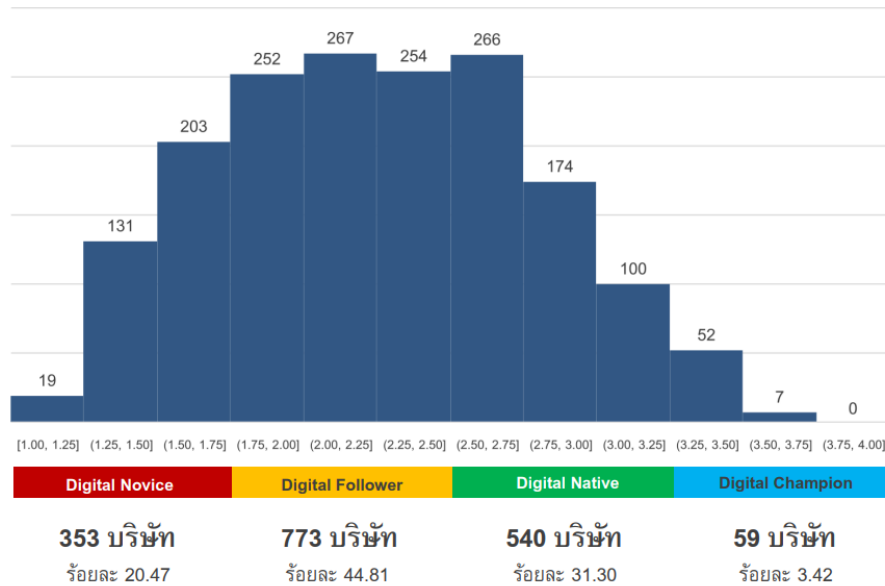
อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลดีขึ้นของผู้ประกอบการ SME ปรับตัวลดลง สะท้อนจากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีของประเทศไทย โดย IMD จากทั้งหมด 63 ประเทศในปี 2565 พบว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 40 ลดลงจากปี 2564 จำนวน 2 อันดับ ซึ่งมีอันดับเทียบเท่ากับปี 2562 เป็นผลมาจากการเลื่อนอันดับลงของปัจจัยความรู้ (knowledge) และปัจจัยความพร้อมในอนาคต (Future Readiness) ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาด้านความรู้และด้านความพร้อมในอนาคตด้านการใช้เทคโนโลยีให้มากขึ้นในกลุ่มผู้ประกอบการทุกระดับให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสมเพื่อเป็นการยกระดับศักยภาพการดำเนินธุรกิจ

World Digital Competitiveness Ranking (WDCR) ประจำปี 2565



จากการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการ SME ของ สสว. พบว่า ผู้ประกอบการ SME ประสบปัญหาการขาดแคลนทักษะด้านดิจิทัล และการเข้าถึงบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การไม่มีแนวทางในการปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่ดิจิทัล และการขาดแคลนเทคโนโลยีที่จำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจสถานะการเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัลของ SME (SME Digital Maturity Index) ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาพรวมความสามารถของด้านดิจิทัลของ SME ไทยในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลยังไม่สูงมาก ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.81 มีการประยุกต์ใช้ดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง (Digital Follower) คือ มีการใช้ประโยชน์จากดิจิทัล แต่ยังอยู่ในระดับพื้นฐานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เช่น การใช้ดิจิทัลในด้านการตลาด แต่การยังขาดความตระหนักรู้ในเรื่องการนำไปใช้ในองค์กรอย่างทั่วถึง ภาครัฐจึงจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SME เข้าถึงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อก้าวให้ทันกับกระแสความเปลี่ยนแปลง ควบคู่ไปกับการรักษาธุรกิจให้อยู่รอด และเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการแข่งขัน

ภาพรวมการกระจายตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ทำการสำรวจ (1,725 บริษัท)



ที่มา : รายงานผลสำรวจสถานะการเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Digital Maturity Index), สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

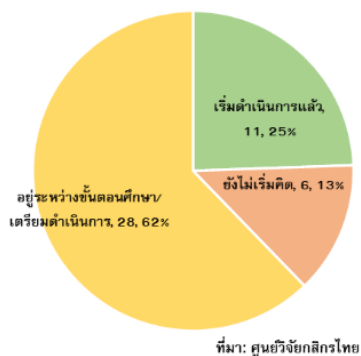
1. ภาคธุรกิจไทยขาดความตระหนัก ความพร้อมและความตื่นตัวเกี่ยวกับมาตรการและการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม

McKinsey ได้สำรวจพฤติกรรมในการบริโภคของคน Gen Z (เกิดระหว่าง 2523-2538 ในเอเชียแปซิฟิก 6 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย จีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไทย พบว่า กลุ่มคน Generation Z ให้ความสนใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น และมุ่งเน้นให้แบรนด์ส่วนใหญ่ ตระหนักถึงการรีไซเคิล ที่ช่วยลดปัญหาขยะให้กับโลก เช่น เสื้อผ้ารีไซเคิล ถุงผ้า อาหารออร์แกนิก เป็นต้น หากเป็นแบรนด์ที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติและช่วยแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม คนกลุ่มนี้พร้อมจะให้ความสนับสนุน

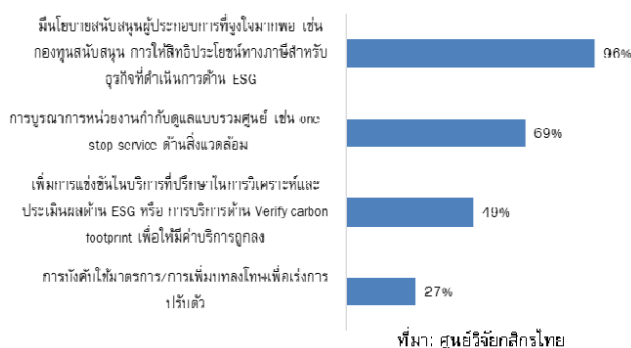
การปรับตัวของภาคธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังไม่เพียงพอ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมจากต่างประเทศที่เข้มงวดขึ้นเป็นอุปสรรคสำคัญในการประกอบธุรกิจ อาทิ มาตรการปรับราคาคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดนของสหภาพยุโรป (CBAM) ที่กำหนดให้มีการรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสินค้าที่จะนำเข้าไปในสหภาพยุโรปในเดือนตุลาคม 2566 และเตรียมเรียกเก็บค่าธรรมเนียมคาร์บอนในปี 2569 แต่อย่างไรก็ดี กลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงคือธุรกิจภาคการส่งออกที่ต้องเตรียมความพร้อมรองรับผลกระทบจากการดำเนินมาตรการดังกล่าวของประเทศคู่ค้า ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมรายใหญ่และเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่การผลิตต้องปรับตัวเพื่อรองรับเกณฑ์มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมให้ทันเวลาที่และสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดการส่งออกได้ ทั้งนี้จากผลสำรวจระดับการดำเนินการปรับตัวในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด (KResearch) (21 มิถุนายน 2566) พบว่ามีเพียงแค่ 1 ใน 4 ของผู้ประกอบการที่ดำเนินการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามประเทศไทยจะกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) อย่าง

ชัดเจนแต่ก็ยังมีประเด็นความครอบคลุมของนโยบายที่ยังไม่ทั่วถึง รวมทั้งหน้าที่การกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐที่ไม่ชัดเจน ดังนั้นสิ่งสำคัญคือการผลักดันจากภาครัฐในด้านนโยบายการส่งเสริมและเตรียมความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ การบริการด้านที่ปรึกษา และการออกใบรับรองในราคาที่ต่ำลง เป็นต้น

ผลสำรวจระดับการดำเนินการปรับตัว
ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ



ความคาดหวังต่อการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐ



2. SME มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันลดลง

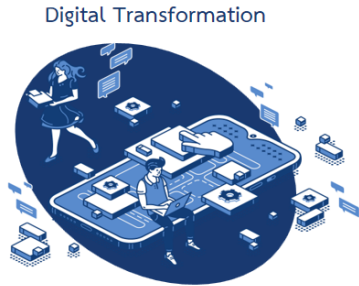
ปัญหาความเหลื่อมล้ำในหลายมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและรายได้ และโอกาสของคนเมืองกับคนในพื้นที่ห่างไกล หรือคนรวยกับคนจน และด้านความสามารถในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ SME และวิสาหกิจรายใหญ่ ผลประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่และ SME ขณะที่โอกาสการเข้าถึงบริการทางสังคมที่มีคุณภาพทั้งการศึกษา และสาธารณสุข รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานยังมีความแตกต่างกันมากในระหว่างกลุ่มต่าง ๆ กลุ่มส่งผลให้ศักยภาพการสร้าง อาชีพและรายได้ของคนกลุ่มต่าง ๆ แตกต่างกันไป

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สอนค. ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหลื่อมล้ำของประเทศมีทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจดิจิทัล การขยายตัวของเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม การใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงาน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถเป็นได้ทั้งโอกาสสำหรับผู้ที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในขณะเดียวกันเป็นประเด็นท้าทายสำหรับกลุ่มที่ไม่มีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีและไม่สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ศักยภาพการอยู่รอดและเติบโตลดลง กลุ่มที่ได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น ผู้ค้ารายย่อย ผู้ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ กลุ่มเปราะบาง ซึ่งรัฐควรมีแนวทางมาตรการให้ความช่วยเหลือ สร้างโอกาสเข้าถึงบริการภาครัฐ เพื่อให้อยู่รอด มีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งจะเป็นการสร้างการเติบโตอย่างครอบคลุม และช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในระยะยาว

ประเด็นสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568

ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ

1) ส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)



เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญให้การดำเนินธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ SME ไทยส่วนใหญ่ระดับการเปลี่ยนผ่านดิจิทัล อยู่ในระดับปานกลาง (Digital Follower) โดยสามารถใช้ประโยชน์จากดิจิทัลได้ในระดับพื้นฐาน ยังขาดความตระหนักรู้และการประยุกต์ใช้ดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ	เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพบริหารจัดการธุรกิจ	สร้างโอกาสทางการตลาด	พัฒนาระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> สร้างความตระหนักรู้ทัศนคติการใช้ดิจิทัลให้ SME (Digital Mindset) พัฒนาองค์ความรู้ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy) สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ/ปรับ Model ธุรกิจ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ จับคู่ Matching ผู้เชี่ยวชาญและผู้ปรึกษา กับ SME ในการปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่ดิจิทัล สนับสนุนให้ธุรกิจขนาดใหญ่อุปทานที่เลี้ยง SME จับคู่ SME กับผู้ให้บริการด้านดิจิทัล พัฒนาและยกระดับทักษะแรงงานด้านดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมการตลาดเชื่อมโยงระหว่าง SME ที่ผลิตสินค้า/บริการดิจิทัลกับผู้ซื้อทั้งภาครัฐและเอกชน 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ สนับสนุนศูนย์บริการด้านดิจิทัล สนับสนุนเงินทุนในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สร้างและพัฒนาที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล/ผู้ให้บริการธุรกิจดิจิทัล (Digital service Provider)

2) ผลักดันให้ SME เปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกิจสีเขียว (Green Transition)



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ผู้บริโภคและธุรกิจทั่วโลกให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม SME ส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนัก และขาดความรู้ที่มากพอต่อการปรับธุรกิจให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลายประเทศเริ่มมีการใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมกีดกันทางการค้า

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ	เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพบริหารจัดการธุรกิจ	สร้างโอกาสทางการตลาด	พัฒนาระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> สร้างความตระหนักรู้ SME ถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ พัฒนาองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้โมเดลเศรษฐกิจสีเขียวในการยกระดับธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน พัฒนา มปภ. ที่คิดค้นนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (Green Innovator) 	<ul style="list-style-type: none"> ให้มีที่ปรึกษาแนะนำแนวปฏิบัติด้าน สวส. ที่มีคุณภาพและเพียงพอ สนับสนุนให้ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ สนับสนุนการขอรับการรับรองมาตรฐานด้าน สวส. พัฒนาเครือข่าย Cluster Green พัฒนาทักษะแรงงาน มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ และเตรียมความพร้อมให้ น.ศ. รองรับ ศก. สีเขียว 	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมการตลาดเชื่อมโยงระหว่าง SME ที่ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับผู้ซื้อทั้งภาครัฐและเอกชน 	<ul style="list-style-type: none"> ยกระดับศูนย์บ่มเพาะให้เป็นที่ปรึกษาช่วยในการปรับเปลี่ยนธุรกิจ จัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อ สวส.+ จัดทำฐานข้อมูลมาตรการกีดกันทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พัฒนาแหล่งลงทุนและสนับสนุนให้ SME เข้าถึงสำหรับใช้เป็นทุนในการปรับตัวเข้าสู่ ศก. สีเขียว สนับสนุนทุนวิจัยให้ SME ในการพัฒนานวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม จัดทำ Green Indicator สนับสนุนให้มีผู้ให้บริการธุรกิจในด้าน Green

3) สนับสนุน SME เพิ่มมูลค่าและโอกาสให้ธุรกิจด้วยซอฟต์แวร์ (Soft Power)



-  ซอฟต์แวร์ เป็นนโยบายที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรม ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ และสร้างฐานรายได้ใหม่ (New Engine of Growth) ให้กับประเทศ
-  การจัดอันดับ Global Soft Power Index ในปี 2023 ไทยอยู่ในอันดับที่ 3 ของภูมิภาคอาเซียน และอยู่อันดับที่ 41 จาก 120 ประเทศทั่วโลก
-  ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมในการสร้าง SOFT POWER ให้กับสินค้าและบริการที่ดี แต่ SME ขาดความรู้ ทักษะ ในการนำซอฟต์แวร์ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

- พัฒนาองค์ความรู้ สร้างการรับรู้และความเข้าใจ เพื่อบ่มเพาะธุรกิจอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์
- รวบรวมองค์ความรู้ พัฒนาหลักสูตร
- เตรียมความพร้อม พัฒนาความรู้สู่การเป็น แพลตฟอร์มที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยใช้ Soft Power ในการขับเคลื่อนธุรกิจ

เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพบริหารจัดการธุรกิจ

- สร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ + มาตรฐาน
- ส่งเสริมให้นำ วทน.และดิจิทัลไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ+จัดทรัพยากรสินทางปัญญา
- พัฒนามาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์
- สร้าง Networking ตลอด Supply Chain

สร้างโอกาสทางการตลาด

- ส่งเสริมการสร้าง Local Brand และเสริมสร้างภาพลักษณ์แบรนด์สินค้าและบริการ SME ไทยที่มีศักยภาพไทยสู่ตลาดโลก
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ เช่น จัดงานแสดงผลงานรูปแบบ ต่าง ๆ จัดงานแสดงสินค้า จับคู่ธุรกิจ
- กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้เข้าถึงสินค้า SME ด้วย Soft Power

พัฒนาระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจ

- จัดให้มีศูนย์บริการด้านซอฟต์แวร์ เพื่ออำนวยความสะดวกและขับเคลื่อน Soft Power ในสาขาธุรกิจต่างๆ
- สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ที่ขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ในรูปแบบต่าง ๆ
- จัดให้มีพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับการจัดแสดงผลงานสินค้า/บริการ
- ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568

1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และตัวชี้วัด ของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568

1.1 วิสัยทัศน์ “SME อยู่รอด ปรับตัวเร็ว และเติบโตสู่ความยั่งยืน”

1.2 พันธกิจ

- 1) ช่วยเหลือ SME ให้อยู่รอดจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก
- 2) ส่งเสริมให้ SME สามารถปรับตัวได้อย่างทันต่อสถานการณ์ แข็งแรงและเติบโตอย่างยั่งยืน
- 3) ยกระดับ SME ที่มีศักยภาพและอุตสาหกรรมที่สำคัญให้มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

1.3 เป้าหมายและตัวชี้วัด ประกอบด้วย

ตัวชี้วัดหลัก :

- 1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศไทยของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 37.3
- 2) สัดส่วนรายได้ของ SME ต่อรายได้รวมเป็นร้อยละ 21.2
- 3) สัดส่วนมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มของ SME ต่อภาษีมูลค่าเพิ่มรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 9

ตัวชี้วัดภาพรวม :

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายในปี 2568
ตัวชี้วัดของแผน	
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ	เป็นร้อยละ 37.3
ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้สุขภาพของ SME โดยรวม	
สัดส่วนรายได้ของ SME ต่อรายได้รวม	เป็นร้อยละ 21.2
สัดส่วน SME ที่จดทะเบียนนิติบุคคลและทะเบียนพาณิชย์ต่อ SME รวม	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
สัดส่วนมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มของ SME ต่อภาษีมูลค่าเพิ่มรวม	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
สัดส่วนหนี้สินต่อทุนเฉลี่ยของ SME	ลดลงร้อยละ 9
อัตราการอยู่รอดของ SME รายใหม่เพิ่มขึ้น (ระยะเวลาในการอยู่รอด)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้การพัฒนา SME ในประเด็นสำคัญ	
สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SME	เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14.83
สัดส่วนมูลค่าการส่งออกบริการของ SME	-
จำนวน SME ผู้ส่งออกรายใหม่	เพิ่มขึ้น 4,500 ราย
ส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศของ SME	เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.86
มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐจาก SME ต่อปี	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.3
สัดส่วนสินเชื่อของ SME ต่อสินเชื่อธุรกิจรวม	เป็นร้อยละ 55.9
มูลค่าการระดมทุนของ SME ในตลาดทุน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายในปี 2568
ตัวชี้วัดของแผน	
จำนวน SME ที่มีการวิจัยและพัฒนา การพัฒนานวัตกรรม และการจดสิทธิบัตร	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
จำนวน SME ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ	เพิ่มขึ้นร้อยละ 18
สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SME ต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.5
จำนวน SME ภาคบริการที่มีมูลค่าสูง	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
มูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ SME ไทยผลิตได้	ลดลงร้อยละ 4.5
ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้การปรับปรุงปัจจัยแวดล้อม	
จำนวน SME ที่เข้าใช้ระบบ platform service ต่างๆ	เพิ่มขึ้นร้อยละ 36
จำนวนกฎหมายกฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงด้านการกำกับดูแลความเป็นธรรมของการแข่งขันทางการค้าและการเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ	เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
ฐานข้อมูลที่มีข้อมูลที่ทันสมัยสถานการณ์และครอบคลุมใช้กำหนดนโยบายได้	วัดเชิงคุณภาพ
Joint KPI มีหน่วยงานรับผิดชอบการขับเคลื่อนการส่งเสริม SME ร่วมกัน	วัดเชิงคุณภาพ

2. ประเด็นสำคัญในการส่งเสริมภายใต้ปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568

- 1) ส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)
- 2) ผลักดันให้ SME เปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกิจสีเขียว (Green Transition)
- 3) สนับสนุน SME เพิ่มมูลค่าและโอกาสให้ธุรกิจด้วยซอฟต์แวร์ (Soft power)

3. ประเด็นการส่งเสริม ประกอบด้วย 4 ประเด็นการส่งเสริม 16 กลยุทธ์

ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 สร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์

- 1) พัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง
- 2) ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพในการแข่งขัน
- 3) ยกระดับการแข่งขันระดับโลก
- 4) พัฒนาธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว
- 5) ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอดได้
- 6) สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ
- 7) ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจแบบมืออาชีพ

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์

- 8) สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น
- 9) ส่งเสริมการเข้าสู่สากล

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์

- 10) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- 11) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- 12) สร้างความพร้อมของแรงงานและบุคลากร
- 13) มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และบริการ
- 14) ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ
- 15) พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย

ประเด็นการส่งเสริมที่ 4 การส่งเสริม SME สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย

- 16) ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2568

ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 สร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม

การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มซึ่งมีระดับศักยภาพต่างกัน มีสถานภาพ ปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกัน (Portfolio Approach/Segmentation) ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์

- ตัวชี้วัด :**
- 1) สัดส่วน SME ที่จดทะเบียนนิติบุคคลและทะเบียนพาณิชย์ต่อ SME รวม
 - 2) สัดส่วนหนี้สินต่อทุนเฉลี่ยของ SME
 - 3) อัตราการอยู่รอดของ SME รายใหม่
 - 4) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SME
 - 5) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกบริการของ SME
 - 6) จำนวน SME ภาคบริการที่มีมูลค่าสูง
 - 7) มูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ SME ไทยผลิตได้

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนารูรูกิจในระยะเริ่มต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาให้ SME เป็นวิสาหกิจสมัยใหม่และเติบโตได้

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
จัดให้มีหลักสูตรการเรียนการสอนพัฒนา Entrepreneurial Mindset และเสริมสร้างความรู้พื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ ตลอดจนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	สป.อว./สพฐ./ สอศ./DEPA
เปิดโอกาสให้เยาวชนได้มีโอกาสทดสอบ/ทดลองแนวคิดในการทำธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์จริงในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจหรือความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในการนำไปสู่ความคิดริเริ่มทางธุรกิจใหม่ๆ ได้	สป.อว./สพฐ./ สอศ.
จัดให้มีศูนย์ข้อมูลด้านการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งรูปแบบออนไลน์ (Platform) หรือรูปแบบออฟไลน์ ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ และเข้าถึงได้ง่าย	สนช./สสว.
ยกระดับศูนย์บ่มเพาะที่มีอยู่ทั้งในส่วนของอุทยานวิทยาศาสตร์ ศูนย์บ่มเพาะเทคโนโลยี ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจให้มีศักยภาพมากขึ้น ขยายไปสู่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเสมือนจริง รวมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษา SME ในการปรับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	สป.อว./สวทช./ DEPA
สร้างโอกาสและพัฒนาให้ผู้ที่สนใจเริ่มต้นธุรกิจและผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น ให้มีความรู้ ทักษะ ทันท่วงทีต่อสถานการณ์ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล ผู้ประกอบการที่คิดค้นนวัตกรรมเพื่อการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม (Green Innovation)	DEPA/ETDA/ กสอ./สสว./สนช.

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
จัดให้มีแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีวิถีของธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจดั้งเดิม ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ การร่วมทุน นักลงทุนอิสระ การระดมทุนสาธารณะ เงินทุนให้เปล่ากับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ	สวทช./DEPA/ กสอ./สสว./กลต.

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพในการแข่งขัน

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาให้ SME เป็นวิสาหกิจสมัยใหม่และเติบโตได้

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
ยกระดับการบริหารจัดการธุรกิจแบบมืออาชีพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาได้อย่างเป็นระบบทั้งในเรื่องบุคลากร การเงิน บัญชี และโครงสร้างองค์กร โดยได้รับการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ	กสอ./สสว./พค.
ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาใช้ในการยกระดับดำเนินธุรกิจ การสนับสนุนให้สิทธิประโยชน์แก่ SME ให้องค์กรมีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ดิจิทัลในระดับที่สูงมากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนแหล่งเงินทุน	DEPA/ETDA/ กสอ./
ยกระดับผลิตภาพและมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ด้วยการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (ESG) การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างให้สินค้าและบริการ เช่น การนำหลัก Eco-design มาใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มาใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐาน	กสอ./CEA/วว./ สวทช./สสว.
เสริมสร้างความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) สร้างโอกาสให้ SME เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการขยายธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	ธปท/กลต./สศค.
สร้างและพัฒนากลุ่ม (Networking) เครือข่ายคลัสเตอร์ (Cluster) ให้เข้มแข็ง เพื่อให้เกิดเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพัฒนาในเรื่องต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมพัฒนา SME ร่วมกัน เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการและนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น คลัสเตอร์ธุรกิจสีเขียว คลัสเตอร์ธุรกิจดิจิทัล	กสอ./สสว.

กลยุทธ์ที่ 3 **ยกระดับธุรกิจสู่การแข่งขันระดับโลก**

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้ SME มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมรวมทั้ง สนับสนุน SME ที่มี ศักยภาพยกระดับไปสู่สากล

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
<p>พัฒนา SME ในกลุ่มเติบโตสูง (High Growth Firms : HGFs) อย่างรอบด้าน เพื่อผลักดันและสร้างโอกาสให้ธุรกิจ SME ที่มีความพร้อมและมีศักยภาพ เช่น อุตสาหกรรมเป้าหมาย S-curve อุตสาหกรรมฮาลาล โดยเฉพาะผู้ประกอบการในกลุ่มที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ให้สามารถขยายกิจการ (Scale up) ไปสู่สากล</p>	<p>กสอ./สอวช./DEPA/ETDA/สวทช.</p>
<p>พัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้มีความรู้และความพร้อมในการระดมทุนจากตลาดทุน เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกสำหรับ SME</p>	<p>กสท./กสอ./สสว.</p>
<p>สนับสนุนให้ SME มีความตระหนักในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social, and Governance: ESG) และประยุกต์ใช้โมเดลการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการยกระดับธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> สร้างความตระหนักให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกและส่งเสริม SME กลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้าและบริการ ให้พัฒนาไปสู่ธุรกิจที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เช่น กระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พลังงานงานสะอาด พลังงานทดแทน การใช้วัสดุหมุนเวียน การกำจัดของเสีย <input type="checkbox"/> สนับสนุน SME มีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในสินค้าของ SME เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน <input type="checkbox"/> สนับสนุนการขอรับรองมาตรฐาน ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ <input type="checkbox"/> สนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนสีเขียว และสร้างโอกาสให้ SME เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินได้อย่างเหมาะสม <input type="checkbox"/> จัดให้มีทุนสนับสนุนทุนวิจัยสำหรับ SME ที่ต้องการพัฒนานวัตกรรมสินค้าด้านสิ่งแวดล้อม เช่น เทคโนโลยีการใช้ประโยชน์ การดักจับ และกักเก็บคาร์บอน 	<p>สสว./กสอ./กรมควบคุมมลพิษ/สสว./สอวช./สมอ./กรอ.</p>

กลยุทธ์ที่ 4 **ฟื้นฟูธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว**

วัตถุประสงค์ เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบของ SME ที่ประสบปัญหาจากสถานการณ์ต่างๆ

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
สนับสนุนให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากที่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางการเงิน ในการวินิจฉัยปัญหาทางธุรกิจ พร้อมแนวทางในการปรับโครงสร้างทางการเงิน การปรับแผนธุรกิจ รวมทั้งการสนับสนุนเพื่อปรับเปลี่ยนจากธุรกิจเดิมสู่ธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโตในอนาคต	ธปท./สศค./สสว.
จัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับการฟื้นฟูธุรกิจ ช่วยเหลือ SME ที่ได้รับผลกระทบและประสบปัญหาทางการเงิน โดยมีเงื่อนไขผ่อนปรนเอื้อและเข้าถึงง่ายรวมถึงผลักดันมาตรการช่วยเหลือเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบให้มีรายจ่ายลดลง เสริมสภาพคล่องและสร้างโอกาสทางธุรกิจ	สศค./สสว.

กลยุทธ์ที่ 5 **ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอด**

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอาชีพให้มีความรู้และทักษะที่เพียงพอต่อการหารายได้อย่างต่อเนื่อง

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
สนับสนุนผู้ประกอบการอาชีพได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นทางธุรกิจและมีมาตรฐานวิชาชีพ ได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจ การทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย การค้าขายออนไลน์ การประกอบอาชีพที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงยกระดับให้มีคุณวุฒิวิชาชีพ เพื่อให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีมาตรฐาน สร้างความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและแหล่งเงินทุน	พค./กตส./สศช.
เสริมสร้างทักษะอาชีพรวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสม รวมทั้งสนับสนุนให้มีพื้นที่/ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์	สมอ./อย./มกอช/ มว.
พัฒนา/ขยายบทบาทแหล่งเงินทุนสำหรับ SME กลุ่มยังชีพ (Micro Finance) เพื่อใช้ในการเริ่มต้นและเป็นเงินทุนหมุนเวียน ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีต้นทุนที่ไม่สูงเกินความสามารถในการชำระคืน รวมถึงส่งเสริมให้ SME ใช้ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดหลักฐานบนระบบดิจิทัล (Digital Footprint) สำหรับเป็นข้อมูลให้สถาบันการเงินใช้ประกอบการพิจารณาการให้สินเชื่อแก่ SME ได้ในอนาคต	สศค./ธปท./กทบ.

กลยุทธ์ที่ 6 สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาให้ผู้สูงอายุที่ต้องการดำเนินธุรกิจสามารถบริหารกิจการให้อยู่รอดและมีรายได้ที่เพียงพอ

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
เตรียมความพร้อมและพัฒนาหลักสูตร องค์กรความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการก่อนวัยเกษียณ ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจในอนาคต	กพร./สป.อว. (วิทยาลัยชุมชน)
พัฒนาความรู้ ทักษะผู้สูงอายุโดยจัดให้มีพี่เลี้ยงช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้คำปรึกษาแนะนำการทำธุรกิจ โดยมุ่งเน้นเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์กับการดำเนินธุรกิจและป้องกันการถูกหลอกลวง รวมทั้งพัฒนาระบบประเมินความพร้อม เพื่อคัดกรองเฉพาะผู้สูงอายุที่มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงในการล้มเหลวของธุรกิจ	กสอ./สสว./ DEPA
ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย ผู้ประกอบการ สูงอายุ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของนักธุรกิจและคนรุ่นใหม่ รวมไปถึงให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจของผู้สูงอายุร่วมกัน	กสอ./ผส.
ขยายบทบาทกองทุนผู้สูงอายุ ให้เข้าถึงได้ง่ายด้วยเงื่อนไขที่เหมาะสม และมีวงเงินที่เพียงพอต่อการประกอบกิจการของสูงอายุ พร้อมทั้งสนับสนุนให้ที่ปรึกษาคอยช่วยเหลือเพื่อลดความเสี่ยง	ผส.

กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจแบบมืออาชีพ

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาไปสู่การทำธุรกิจแบบมืออาชีพได้

แนวทาง/กิจกรรม	หน่วยงาน
พัฒนาแนวคิดและทักษะ ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้กับกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน เกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart farmer) ทายาทเกษตรกร ให้มีความสามารถในเชิงธุรกิจ ทั้งด้านการเงิน การบริหารจัดการ และให้ความสำคัญความรู้ทักษะในสามารถเลือกใช้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัลให้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ รวมทั้งเชื่อมโยงให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรกรเข้าถึงนัการตลาดมืออาชีพและช่องทางการตลาดใหม่ ๆ	กสก./กตส./สคช./ กสอ./DEPA/ สวทช./วว.
พัฒนาศูนย์ข้อมูล Platform กลางด้านการพัฒนาธุรกิจเกษตรกร เพื่อเชื่อมโยงรวบรวมและกระจายข้อมูล ข่าวสาร องค์กรความรู้ต่างๆ ด้านพื้นฐานและเทคโนโลยีการเกษตร เช่น ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ดิจิทัล หน่วยงานที่ให้บริการและความ	กสก./สวทช./วว./ สสว.

แนวทาง/กิจกรรม	หน่วยงาน
ช่วยเหลือด้านต่าง ๆ แหล่งเงินทุน ที่ง่ายต่อการเข้าถึงและเข้าใจง่าย รวมทั้งที่ปรึกษา เฉพาะทางสำหรับการพัฒนาการเกษตรเชิงธุรกิจ เป็นต้น	
สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตผลทางการเกษตร และการพัฒนามาตรฐาน มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัลที่เหมาะสม ดำเนินธุรกิจที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาให้ได้คุณภาพมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ไปถึงการใช้ e-commerce เป็นเครื่องมือในการขยายช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ	สวทช./DEPA/วว./สมอ./มกอช
พัฒนาให้มีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big data มาบริหารจัดการ คาดการณ์วางแผน และสร้างโอกาสทางธุรกิจ	สวทช.
พัฒนาเครือข่ายและสร้างความร่วมมือและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยง จับคู่กับ ธุรกิจรายใหญ่	กสก./กสอ.

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า

การสร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้าให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง เป็นการสนับสนุนการตลาดที่รอบด้านให้กับ SME ทั้งตลาดภายในประเทศด้วยการสร้างโอกาสให้กับ SME มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น และยังช่วยผลักดันให้ SME เข้าสู่ความเป็นสากล ด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์

- ตัวชี้วัด :**
- 1) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SME
 - 2) จำนวน SME ส่งออกรายใหม่
 - 3) ส่วนแบ่งตลาดในประเทศของ SME
 - 4) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง SME
 - 5) สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SME /มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวม

กลยุทธ์ที่ 8 สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างโอกาสและพัฒนาให้ SME สามารถใช้ช่องทางการตลาดภายในประเทศจำหน่ายสินค้าและบริการให้มากขึ้น

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
ส่งเสริมให้ SME เข้าสู่ตลาดการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government Procurement) ที่มากขึ้น โดยดำเนินการดังนี้ <input type="checkbox"/> ทบทวน/ปรับปรุงมาตรการส่งเสริม SME ให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้ทันสถานการณ์	สสว./กรมบัญชีกลาง/กรมควบคุมมลพิษ/ศลช./DEPA

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> สร้างความตระหนัก สร้างการรับรู้ เตรียมความพร้อมและพัฒนา SME ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมาตรฐานได้ตรงตามความต้องการของภาครัฐ <input type="checkbox"/> สนับสนุน SME ที่มีสินค้า/บริการกลุ่มที่มีมูลค่าสูงให้สามารถเข้าสู่ตลาดภาครัฐได้ เช่น กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ <input type="checkbox"/> สร้างตลาดด้วยการสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวและกระตุ้นผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงประโยชน์และความสำคัญของ ESG เพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม <input type="checkbox"/> เชื่อมโยง SME ที่ผลิตสินค้า/บริการดิจิทัลให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พร้อมเชื่อมโยงโอกาสทางการตลาดและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ 	
ส่งเสริมให้มิแพลตฟอร์มกลางในการขายสินค้า SME (National E-Commerce Platform) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้ SME เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากช่องทางการค้าสมัยใหม่ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง	พค./สสว.
<p>พัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ ที่มากขึ้น โดยดำเนินการดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> พัฒนาองค์ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์ให้ SME โดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจรายย่อย <input type="checkbox"/> สร้างความร่วมมือกับผู้ค้ารายใหญ่ในการเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับ SME <input type="checkbox"/> สร้างตราสินค้าของ SME ให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างโดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่น 	พค./กสอ./สสว.
สร้างการยอมรับในตราสินค้าของ SME ให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ ด้วยการกระตุ้นและสร้างจิตสำนึกของการซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการไทย ให้เกิดเป็นกระแสเพื่อนำไปสู่การได้รับความนิยมในสินค้าและบริการของไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสินค้าผู้ประกอบการท้องถิ่น	พค./สสว.

กลยุทธ์ที่ 9 ส่งเสริมการเข้าสู่สากล
วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้ SME ที่มีศักยภาพสามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
จัดให้มีข้อมูลสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Market Intelligence) ที่ครบถ้วน เพื่อให้ SME มีข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาดของประเทศคู่ค้าที่เพียงพอและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมความต้องการของธุรกิจ	สค./สสว.
สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่ ด้วยการสร้างแรงบันดาลใจและพัฒนาองค์ความรู้ทักษะที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจส่งออก	สค./สสว.

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
<p>สนับสนุนกิจกรรมการขยายตลาดไปยังต่างประเทศสำหรับ SME มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ สินค้าเทคโนโลยีดิจิทัล สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จาก e-commerce platform ระดับโลก <input type="checkbox"/> สนับสนุนการเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ <input type="checkbox"/> การให้บริการคำปรึกษาแนะนำแก่ SME ในกระบวนการส่งออกที่เกี่ยวข้อง <input type="checkbox"/> พัฒนา Platform การค้าออนไลน์ ระหว่างประเทศ ให้มีประสิทธิภาพและคุณสมบัติ (feature) ที่ทันสมัย เอื้อต่อการเข้าถึงได้มากขึ้น <input type="checkbox"/> สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากกองทุนจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (SME Proactive) เป็นเครื่องมือในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ 	<p>สค./สสว./จร.</p>
<p>แสวงหาความเชื่อมโยงระหว่าง SME ไปสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับโลก (Regional/Global Value Chain) ด้วยการสร้างความร่วมมือกับธุรกิจระดับโลกโดยเฉพาะธุรกิจที่มาลงทุนอยู่แล้วในประเทศไทยในการช่วยสนับสนุนธุรกิจ SME ให้ได้มีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์จากห่วงโซ่อุปทาน</p>	<p>BOI/สสว.</p>
<p>พัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด ด้วยการเตรียมความพร้อมและช่วยพัฒนาสินค้าและบริการของ SME ให้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบต่าง ๆ ไปจนถึงการได้รับมาตรฐานในแต่ละระดับและมาตรฐานเฉพาะของแต่ละประเทศ</p>	<p>สสว.</p>
<p>ส่งเสริม SME ให้มีความสามารถในการส่งออกสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น โดยมีการคัดสรรสินค้า/บริการที่มีมูลค่าสูงทั้งในเชิงเทคโนโลยี นวัตกรรม เพื่อนำเสนอเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยอาจจัดทำเป็น Virtual Exhibition</p>	<p>สค./สสว./กกท.</p>
<p>สนับสนุนให้มีตัวแทนทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้า SME ในต่างประเทศ (National Trading Firm) เพื่อช่วยแสวงหาโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ พร้อมคัดสรรสินค้าของ SME ที่มีศักยภาพนำเสนอต่อผู้บริโภคที่ตรงตามความต้องการ</p>	<p>สค./สสว.</p>
<p>ส่งเสริมให้ SME สามารถใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่ประเทศไทยได้ทำความตกลงไว้ ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสและแต้มต่อด้านราคาให้กับสินค้าและบริการของ SME ไทยในต่างประเทศ</p>	<p>คต.</p>
<p>จัดทำฐานข้อมูลมาตรการกีดกันทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อม (Non-Tariff Barrier) และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย</p>	<p>คต./จร.</p>

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการเริ่มต้นและเติบโตของธุรกิจในระยะต่าง ๆ หากปัจจัยแวดล้อมมีความพร้อมและมีคุณภาพ ธุรกิจจะสามารถดำเนินการในขั้นตอนการพัฒนาในเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองมากขึ้น ลดการพึ่งพาโครงการความช่วยเหลือของภาครัฐไปได้ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญสำหรับภาคธุรกิจ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความพร้อมด้านทักษะของบุคลากรและแรงงาน การมีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และบริการ กฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย ซึ่งมีความจำเป็นต้องเร่งปรับสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ให้มีความเพียงพอ มีคุณภาพ และทันสมัย ครอบคลุมทุกสาขาและพื้นที่

- ตัวชี้วัด :**
- 1) สัดส่วนสินเชื่อของ SME ต่อสินเชื่อธุรกิจรวม
 - 2) มูลค่าการระดมทุนของ SME ในตลาดทุน
 - 3) จำนวน SME ที่มีการวิจัยและพัฒนา การพัฒนานวัตกรรม และจำนวน SME ที่มีการจดสิทธิบัตร
 - 5) จำนวน SME ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ
 - 6) จำนวน SME ที่เข้าใช้ระบบ Platform Service ต่างๆ
 - 7) กฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงให้สร้างความเป็นธรรม และไม่เป็นอุปสรรคกับธุรกิจ
 - 8) ฐานข้อมูลที่มีข้อมูลที่ทันสมัยการณและครอบคลุมใช้กำหนดนโยบายได้
 - 9) Joint KPI มีหน่วยงานรับผิดชอบการขับเคลื่อนการส่งเสริม SME ร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 10 สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนให้ SME มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนมากขึ้น

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
สนับสนุนให้มี Virtual bank หรือ ธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินธุรกิจบนช่องทางดิจิทัลที่สามารถให้บริการรูปแบบใหม่แก่ SME รวมไปถึงส่งเสริมให้ SME เข้าร่วม/ใช้โครงสร้างที่รองรับการทำธุรกรรมการค้าและการเงินดิจิทัลแบบครบวงจร (end-to-end) เพื่อสร้าง Digital footprint ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ดีขึ้น อาทิ Digital ID สำหรับธุรกิจและ PromptBiz	ธปท./สศค.
พัฒนาให้มีแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม และเข้าถึงและเข้าถึงง่ายสำหรับใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับ เงินทุนสำหรับการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล Green Finance Green Loan/Bond	ธปท./สถาบันการเงิน/สสว.
พัฒนาระบบค้ำประกันสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพและหลากหลาย แต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม	บสย.
สนับสนุนให้ SME ใช้ประโยชน์จาก Digital financing /supply chain financing เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับธุรกิจ	ธปท./สถาบันการเงิน/สสว.

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
พัฒนากลไกที่เลี้ยงที่ปรึกษาทางการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน SME	สสว.
พัฒนาระบบนิเวศสำหรับการทำธุรกรรมแฟกเตอร์ริงในรูปแบบดิจิทัล (Digital Factoring) ให้เป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม ตลอดจนเพื่อเป็นการผลักดันให้มีการปรับจากการให้สินเชื่ออิงหลักประกัน ไปสู่การให้สินเชื่อแบบไม่อิงหลักประกัน (Information-based Lending)	ธปท./สสว.
พัฒนาระบบประเมินสินทรัพย์ที่ไม่ใช่หลักทรัพย์ค้ำประกันแบบดั้งเดิม เพื่อช่วยให้ SME ที่ไม่มีหลักทรัพย์มีโอกาสในการเข้าถึงสินเชื่อหรือระดมทุนได้มากขึ้น	สสว.
ผลักดันให้มีตัวกลางทางเครดิต (Credit Mediator) ช่วยเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการเงินและผู้ประกอบการ SME เพื่อช่วยแก้ปัญหาที่เกิดจากความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลธุรกิจระหว่าง SME และสถาบันการเงิน	บสย./สสว.

กลยุทธ์ที่ 11 สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้ SME เข้าถึงการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรม/โครงการ	หน่วยงาน
สนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ ถ่ายทอดเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมและงานวิจัยให้แก่ SME เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูล องค์ความรู้ และผลงานวิจัยและพัฒนาสำหรับนำมาใช้เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการของ SME	สป.อว./DEPA/ สวทช./ว.
จัดให้มีที่ปรึกษาให้คำแนะนำการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี ดิจิทัลโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ของธุรกิจประเภทต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้หรือการพัฒนาเทคโนโลยี ดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาผลิตภาพและประสิทธิภาพของธุรกิจอย่างเป็นระบบรวมทั้งช่วยเชื่อมโยง SME ไปจนถึงผู้ที่สามารถให้บริการด้านการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ได้ทั้งในและต่างประเทศ	สวทช./DEPA/ว./ สสว.
พัฒนาให้มีศูนย์กลางข้อมูลงานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ ห้องปฏิบัติการ ให้ SME สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์เพื่อการสืบค้นข้อมูลเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการของธุรกิจ	สป.อว./สวทช./ วช.
สนับสนุนสิทธิประโยชน์ อาทิ เงินทุน ภาษี ให้กับ SME เพื่อจูงใจให้สร้างและพัฒนาพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม ในเชิงพาณิชย์	สวทช./DEPA/ สกว.

กิจกรรม/โครงการ	หน่วยงาน
สนับสนุนการจดทรัพย์สินทางปัญญาให้กับ SME ที่มีการคิดค้นผลงานนวัตกรรมต่าง ๆ โดยมีที่ปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้คำแนะนำขั้นตอนต่าง ๆ แก่ SME รวมทั้งให้มีสิทธิประโยชน์จูงใจในการจดทรัพย์สินทางปัญญาแก่ SME	ทป.
บูรณาการการทำงานระหว่างสถาบันการศึกษา เครือข่ายวิจัย นักวิจัย SME และหน่วยงานรัฐ - เอกชน ในการเชื่อมโยงและผลักดันงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	สป.อว./สสว./วช.

กลยุทธ์ที่ 12 สร้างความพร้อมของบุคลากรและแรงงาน

วัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับทักษะและสร้างทักษะแรงงานใหม่ที่ตรงต่อความต้องการของ SME

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
จัดให้มีสิทธิประโยชน์จูงใจให้ SME พัฒนาศักยภาพของบุคลากรและแรงงานของธุรกิจตนเอง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต ด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ทักษะทั้งทางด้านเทคนิค ดิจิทัล เป็นต้น	กพร.
พัฒนาผลิตภาพบุคลากรและแรงงานของ SME ด้วยการยกระดับทักษะแรงงานและสร้างทักษะแรงงานใหม่ที่ควรจะมีในปัจจุบันและอนาคต (Reskill/Upskill/New skill) ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีการปรับรูปแบบและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลระดับสูงมากขึ้น ทั้งในส่วนทักษะที่เป็น Hard Skills และ Soft Skills	กพร./สคช./กสอ./DEPA/ETDA/สวทช.
เตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยให้บทบาทสถาบันการศึกษาในการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาให้รองรับตลาดแรงงาน ด้วยการสนับสนุนให้ SME มีการทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถของนักศึกษาให้ตรงกับความต้องการของ SME โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	สป.อว./สอศ./DEPA
พัฒนาแพลตฟอร์มการจ้างงานสำหรับ SME ทั้งในส่วนของการจ้างแรงงานประจำและผู้รับจ้างอิสระต่างๆ (outsourse) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่าง SME และแรงงานที่มีทักษะ	กพร./กกจ./สคช./สสว.
สนับสนุนให้มีการจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงาน มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ เพื่อเพิ่มผลิตภาพแรงงาน ตลอดจน ส่งเสริมให้ SME ใช้แรงงานและบุคลากรที่มีมาตรฐาน โดยมุ่งเน้นในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านสิ่งแวดล้อม	กพร./สคช.

กลยุทธ์ที่ 13 มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และบริการ

วัตถุประสงค์ เพื่อบูรณาการระบบการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และการบูรณาการต่าง ๆ ให้อยู่ในที่เดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกให้แก่ SME

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
<p>พัฒนาเว็บไซต์กลางในการให้ข้อมูลแก่ SME (SME Web Portal) เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารหลักให้กับ SME เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจมีจำนวนมากและกระจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงาน โดยควรมีข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ขั้นตอนการจดทะเบียน/การขออนุญาตของธุรกิจประเภทต่างๆ (super license) <input type="checkbox"/> กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง <input type="checkbox"/> มาตรฐานสินค้า/บริการที่กฎหมายกำหนด <input type="checkbox"/> บริการ โครงการความช่วยเหลือ กิจกรรม และสิทธิประโยชน์ของหน่วยงานต่างๆ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค <input type="checkbox"/> คู่มือการทำธุรกิจประเภทต่างๆ (Toolkit) 	<p>สสว.</p>
<p>ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจเชิงลึก บริหารจัดการ คาดการณ์วางแผน ตัดสินใจเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ</p>	<p>DEPA/ETDA/ สวทช./ BDI</p>
<p>จัดให้มีแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ (SME Learning Platform) ที่จะช่วยให้ SME สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้อย่างสะดวกทุกที่และทุกเวลา สามารถเลือกความรู้ในด้านที่ตนเองต้องการได้ โดยจัดให้มีทั้งชุดความรู้สำหรับ SME ในแต่ละระดับการเติบโต แต่ละสาขาธุรกิจ ตลอดจนมีทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว โดยให้ความสำคัญกับหลักสูตรการให้ความรู้ด้านดิจิทัล การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p>	<p>สสว.</p>
<p>สนับสนุนให้มีระบบที่ปรึกษา/ผู้ให้บริการทางธุรกิจ/ผู้เชี่ยวชาญที่ครบวงจร เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการปรึกษาแนะนำสำหรับการพัฒนาธุรกิจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ผู้ให้บริการธุรกิจด้าน การบริหารจัดการ การตลาด การพัฒนาประสิทธิภาพด้านการปรับเปลี่ยนธุรกิจไปสู่ดิจิทัล และด้านธุรกิจสีเขียว <input type="checkbox"/> สร้างความร่วมมือให้ภาคเอกชนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนา SME และเชื่อมโยงความร่วมมือทางธุรกิจระหว่าง SME กับเอกชนรายใหญ่ อาทิ การเป็นพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาทางธุรกิจแก่ SME (Big Brother) การเป็นผู้ให้บริการทางธุรกิจ (Business Development Service: BDS) แก่ SME ในด้านต่างๆ 	<p>สสว.</p>
<p>พัฒนาเครื่องมือในการประเมินศักยภาพของ SME (Assessment/Scoring) ที่จะช่วยให้ SME สามารถทราบจุดอ่อน ปัญหาของธุรกิจตนเอง เพื่อจะได้นำไปสู่การปรับปรุงธุรกิจได้ด้วยตนเอง รวมทั้ง จัดทำและพัฒนาเครื่องมือวัดความเป็น Green ของ SME (Green Indicator)</p>	<p>สสว.</p>

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
พัฒนาระบบข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึก (Market Intelligence) สำหรับ SME โดยมีข้อมูลด้านการตลาดที่ครบถ้วน เพียงพอ และมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เอื้อต่อการเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ในตัดสินใจและวางแผนการตลาดได้อย่างถูกต้อง	สสว.
จัดให้มีศูนย์บริการด้านดิจิทัลที่ช่วย SME ในการปรับเปลี่ยนธุรกิจดิจิทัล โดยให้ความสำคัญในการใช้เครื่องมือ solution ที่เหมาะสมกับธุรกิจ	DEPA/ETDA/ สป.อว.
จัดทำฐานข้อมูลหรือแคตตาล็อกสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศที่สามารถเชื่อมโยงกับผู้ผลิตและผู้บริโภคทั้ง B2B และ B2C ได้ในทีเดียว	กสอ./สค./สสว./ กรมควบคุมมลพิษ
ยกระดับศูนย์บริการ SME (SME One-stop Service Center) ที่เอื้อต่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากผู้ประกอบการ SME ทั่วประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการประสานในพื้นที่และให้บริการแก่ SME เน้นการเข้าถึงง่ายทั้งในรูปแบบ Online - Offline และส่งต่อ เชื่อมโยงการพัฒนาได้อย่างตรงจุด	สสว.

กลยุทธ์ที่ 14 ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์ เพื่อทบทวนและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ ให้สามารถอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินธุรกิจของ SME และสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
<p>ทบทวนและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ SME ด้วยการศึกษาศึกษาและปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบที่หมดความจำเป็น เป็นอุปสรรค และล้าสมัย ให้ได้รับการปรับปรุงจนมีความทันสมัย</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจบริการโรงแรม ธุรกิจบริการร้านอาหาร ธุรกิจบริการรับส่งเอกสารและพัสดุภัณฑ์ ธุรกิจบริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พระราชบัญญัติบริษัทจำกัดคนเดียว และข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกรรม Trade Financing กฎหมายล้มละลายและวิธีปฏิบัติให้มีความเป็นธรรมและเหมาะสมกับสถานการณ์ โดย SME สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูธุรกิจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นต้น <input type="checkbox"/> กำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรม อาทิ ติดตามสถานการณ์การแข่งขันของตลาด/พัฒนาเครื่องมือตรวจจับพฤติกรรมจำกัดการแข่งขัน/เร่งประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่อง Credit Term 	สชค./หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ กฎระเบียบต่าง ๆ/ สสว.
ผลักดันให้มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในภาพรวมยังคงมีช่องว่างให้มีการพัฒนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้อีกมาก ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจให้กับ SME รวมไปถึงนักลงทุนต่างชาติที่ให้ความสนใจมาลงทุนในประเทศ ด้วยการ	สำนักงาน ก.พ.ร./ สสว.

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
ปฏิรูประบบการดำเนินธุรกิจในลักษณะที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนต่ำ รวมไปถึงการมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ	
พัฒนาลิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการที่อยู่นอกระบบเข้าสู่ระบบ (Formalization) เพื่อให้ภาครัฐสามารถให้ความช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการช่วยเพิ่มฐานภาษีให้ภาครัฐเมื่อผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบและเห็นประโยชน์จากการได้รับการพัฒนาจนเข้มแข็งแล้ว อีกด้วย	สสว./ กรมสรรพากร

กลยุทธ์ที่ 15 พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีฐานข้อมูลกลางที่มีข้อมูล SME ที่ครอบคลุมและทันสมัยสามารถนำไปใช้สนับสนุนการ พัฒนาให้ SME เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
ขยายระดับการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะช่วยให้มีข้อมูล SME ที่รอบด้านมากขึ้น และมีข้อมูลของ SME แต่ละกลุ่มที่ชัดเจน ข้อมูลที่จำเป็น ได้แก่ ด้านแรงงาน ด้านการเข้าถึงสินเชื่อ ด้านรายได้/หนี้สิน ด้านการลงทุน ด้านภาษีซึ่งจะสะท้อนรายได้ได้ทันสถานการณ์ ด้านผลผลิตภาพเป็นต้น	สสว.
พัฒนาข้อมูล SME ผู้รับบริการความช่วยเหลือ สำหรับนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนากระบวนการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามความต้องการของ SME มากยิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลผู้รับบริการและเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบูรณาการข้อมูลของ SME ที่มีรายละเอียดสมบูรณ์เพียงพอต่อการนำมาใช้วิเคราะห์ประเด็นสำคัญของการส่งเสริม SME ในมิติต่าง ๆ	สสว.
สนับสนุนให้มีระบบเตือนภัย SME (SME Early Warning System) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสะท้อนสถานภาพและความสามารถของ SME ในแต่ละช่วงเวลา พร้อมส่งสัญญาณเตือนให้ทั้งภาครัฐและ SME ทราบในกรณีที่เกิดวิกฤติและส่งผลกระทบต่อการทำงาน เพื่อเร่งให้การแก้ไขปัญหาทำได้อย่างทันการณ์ ด้วยการจัดทำและบูรณาการข้อมูลที่เป็นตัวบ่งชี้ (Indicator) ในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	สสว.
พัฒนาระบบการใช้หนึ่งรหัส หนึ่งผู้ประกอบการ (SME One ID) เพื่อการบูรณาการความช่วยเหลือและการออกแบบมาตรการส่งเสริม SME ให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม จากการมีข้อมูลเชิงลึกของ SME โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดใช้รหัสผู้ประกอบการ SME เดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐมีข้อมูลประวัติโดยรวมของผู้ประกอบการที่ครบถ้วนสำหรับนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการบริหารจัดการ SME ที่เข้าร่วมโครงการ/รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สสว.

ประเด็นการส่งเสริมที่ 4 การส่งเสริม SME สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย

การส่งเสริม SME แบบมุ่งเป้าในสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประเทศและ SME มีศักยภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ SME

- ตัวชี้วัด :
- 1) สัดส่วนรายได้ของ SME ต่อรายได้รวม
 - 2) สัดส่วนมูลค่าการส่งออก

กลยุทธ์ที่ 16 ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพ SME ในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ รวมถึงสนับสนุนให้ SME สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
พัฒนาองค์ความรู้ สร้างการรับรู้และความเข้าใจ เพื่อบ่มเพาะผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์	CEA/สสว.
รวบรวมองค์ความรู้ พัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาด ในรูปแบบออนไลน์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการสนับสนุนให้มีพี่เลี้ยงที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำปรึกษา	สป.อว./สอศ./CEA
เตรียมความพร้อม พัฒนาความรู้ทักษะ สู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ โดยใช้ซอฟต์แวร์ในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโต	CEA/กสอ./สสว.
พัฒนาสินค้าและบริการ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับเทรนด์ตลาดโลกและยกระดับมีมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	CEA/สสว./กสอ./พช./สวธ.
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีนวัตกรรม และดิจิทัลไปใช้ในการพัฒนา อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการพร้อมสนับสนุนให้ จัดทรัพยากรเชิงปัญญาเพื่อปกป้องคุ้มครองผลงานสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ	สวทช./ทป./DEPA
พัฒนามาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เพื่อยกระดับอาชีพให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ	สคช./สป.อว.
สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงตลอด Supply Chain เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาสินค้าและบริการ เชื่อมโยงความร่วมมือความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	CEA/กสอ./สสว.
ส่งเสริมการสร้าง Local Brand และเสริมสร้างภาพลักษณ์แบรนด์สินค้าและบริการ SME ไทยที่มีศักยภาพไทยสู่ตลาดโลก เช่น การร่วมมือกัน (collaboration) กับแบรนด์ระดับโลก	CEA/พค./สค.

แนวทาง/โครงการ	หน่วยงาน
จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การแสดงผลงานจริง (Onsite) ในรูปแบบเสมือนจริง (Virtual Platform) รวมถึงสนับสนุนให้เข้าร่วมงานเทศกาลต่าง ๆ ของต่างประเทศ เช่น งานแสดงสินค้า กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ	CEA/พค./สค.
กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้เข้าถึงสินค้าและบริการ SME ให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เช่น การศึกษาความต้องการของตลาด สนับสนุนให้ Creator/Influencer ประชาสัมพันธ์วีวีสินค้าและบริการ จัดงาน อีเว้นท์/เฟสติวัล/แคมเปญเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าบริการ SME	พค./สค./CEA/ กรมประชาสัมพันธ์
จัดให้มีศูนย์บริการด้านซอฟต์แวร์ เพื่ออำนวยความสะดวกและขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ในสาขาอุตสาหกรรมต่าง ๆ	CEA/ สป.อว.
สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ที่ขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กองทุน การระดมทุน เงินร่วมลงทุน	สถาบันการเงิน/ กทบ./
จัดให้มีพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับการจัดแสดงผลงานสินค้า/บริการ (Showcases) เพื่อสร้างโอกาสและเผยแพร่ซอฟต์แวร์ของ SME	CEA/กทม./พช./ สวธ.
ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการสนับสนุนสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ	สวธ./CEA/ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับ กฎระเบียบต่าง ๆ

เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอโครงการ

เพื่อให้การจัดทำข้อเสนอโครงการภายใต้แนวทางของแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ประจำปี พ.ศ. 2568 มีความสอดคล้องกับเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการดำเนินงาน จึงมีหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกโครงการ ดังนี้

1. สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ และภารกิจหลักในเรื่องการส่งเสริม SME ของหน่วยงาน (กรณีเป็นสถาบันการศึกษา ต้องเป็นโครงการที่นำงานวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนา SME และข้อเสนอโครงการจำเป็นต้องได้รับการลงนามเห็นชอบจากอธิการบดี และส่งในนามของมหาวิทยาลัย)
2. มีรายละเอียดที่ชัดเจน (มีองค์ประกอบครบถ้วน มีการอ้างอิงข้อมูลเชิงประจักษ์ การเขียนมีความกระชับ เชื่อมโยง สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาอื่น ๆ)
3. มีแผนการดำเนินงานและกิจกรรมที่ชัดเจน สามารถดำเนินการได้จริง และส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์โครงการ (มีแผนการดำเนินงาน กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม และมีความคุ้มค่าในการดำเนินการ)
4. โครงการที่จะสามารถสร้างผลกระทบได้สูง (เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนา SME ได้ในวงกว้าง หรือส่งผลให้เกิดมูลค่าเศรษฐกิจสูง)
5. โครงการส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายของแผนและเป็นโครงการที่มีความจำเป็นหรือเป็นโครงการที่สอดคล้องกับประเด็นสำคัญของแผนปฏิบัติการฯ
6. มีความสอดคล้องกับตัวชี้วัด/แนวทางการส่งเสริม SME อย่างชัดเจน รวมไปถึง แสดงให้เห็นว่า SME ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการดำเนินงาน/โครงการ
7. โครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาเชิงคุณภาพ โดยมีรูปแบบกิจกรรมหลักเป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME ในเชิงลึก

ข้อมูลเพิ่มเติม : แนวทางการจัดทำเอกสารและไฟล์สำหรับส่ง

จัดทำข้อเสนอโครงการตามแบบฟอร์มที่มีรายละเอียดครบถ้วน 1 แบบฟอร์มต่อ 1 โครงการ ในรูปแบบไฟล์ Word และ PDF ทั้งนี้กรณีหน่วยงานมีข้อเสนอโครงการมากกว่า 1 โครงการให้จัดทำใบสรุปโครงการพร้อมนำส่งมายัง สสว. โดยจัดส่งไฟล์ข้อมูลผ่าน Google Form <https://forms.gle/BUb2vaVXEzTwcLAJ7> ภายในวันจันทร์ที่ 18 ธันวาคม 2566 เวลา 16.30 น.

ขอความกรุณาทุกหน่วยงานเสนอข้อเสนอโครงการผ่านหัวหน้าส่วนราชการและส่งมาให้ สสว. ภายในเวลาที่กำหนด เพื่อ สสว. จะได้ดำเนินการตามกระบวนการขั้นตอนและส่งให้สำนักงบประมาณ ต่อไป



คิวอาร์โค้ดสำหรับส่งข้อเสนอโครงการ

แบบฟอร์มการจัดทำข้อเสนอ ประจำปีงบประมาณ 2568

กระทรวง :

หน่วยงาน :

ชื่อกิจกรรม :

งบประมาณ :

ใช้งบประมาณ

- แผนงานยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568
- แผนงานยุทธศาสตร์อื่น โปรดระบุ.....
- แผนงานบูรณาการ โปรดระบุ.....
- แผนงานพื้นฐาน โปรดระบุ.....
- กองทุน โปรดระบุ.....
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ไม่ใช้งบประมาณ

สถานภาพโครงการ : โครงการใหม่ โครงการต่อเนื่อง โครงการเดิม โครงการ Flagship

	ผู้รับผิดชอบโครงการ	ผู้ประสานงาน
ชื่อ-นามสกุล		
ตำแหน่ง		
โทรศัพท์		
โทรศัพท์เคลื่อนที่		
email		
Id Line		

ประเด็นสำคัญในการส่งเสริม SME ปี พ.ศ. 2568

- Digital Transformation Green Transition Soft Power ทุกประเด็น

ประเด็นการส่งเสริม/กลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปีงบประมาณ 2568 (เลือกเพียง 1 กลยุทธ์ 1 โครงการ ต่อ 1 กิจกรรม)

ประเด็นการส่งเสริม	กลยุทธ์
<input type="checkbox"/> ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุม	<input type="checkbox"/> 1 การพัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง
	<input type="checkbox"/> 2 ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพในการแข่งขัน
	<input type="checkbox"/> 3 ยกระดับธุรกิจสู่การแข่งขันระดับโลก
	<input type="checkbox"/> 4 พัฒนาธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว
	<input type="checkbox"/> 5 ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอด
	<input type="checkbox"/> 6 สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ

ประเด็นการส่งเสริม	กลยุทธ์
	<input type="checkbox"/> 7 ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจแบบมืออาชีพ
<input type="checkbox"/> ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า	<input type="checkbox"/> 8 สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น
	<input type="checkbox"/> 9 ส่งเสริมการเข้าสู่สากล
<input type="checkbox"/> ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ	<input type="checkbox"/> 10 สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
	<input type="checkbox"/> 11 สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม
	<input type="checkbox"/> 12 สร้างความพร้อมของบุคลากรและแรงงาน
	<input type="checkbox"/> 13 มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และบริการ
	<input type="checkbox"/> 14 ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ
	<input type="checkbox"/> 15 พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย
<input type="checkbox"/> ประเด็นการส่งเสริมที่ 4 การส่งเสริม SME สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย	<input type="checkbox"/> 16 ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

ความสำคัญของโครงการ/หลักการและเหตุผล :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

วัตถุประสงค์ของโครงการ :

1.
2.
3.

กลุ่มเป้าหมาย : (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 กลุ่มเป้าหมาย)

- วิสาหกิจระยะเริ่มต้น Early-Stage Enterprise วิสาหกิจขนาดย่อม Small Enterprise
- วิสาหกิจรายย่อย Micro Enterprise วิสาหกิจขนาดกลาง Medium Enterprise ทุกกลุ่ม

รายละเอียดแผนการดำเนินงาน/กิจกรรม (โปรดอธิบายขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของโครงการทั้งหมด จำแนกเป็นข้อๆ ตามลำดับขั้นตอนการไหลของงาน โดยละเอียด)

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....
- 6.....

จุดเด่นของโครงการ (อธิบายภาพรวมโครงการโดยย่อ และแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและความสำคัญของโครงการ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พื้นที่ดำเนินการ : (ระบุภาค/พื้นที่เป้าหมาย)

ภาค/พื้นที่เป้าหมาย

- ทั่วประเทศ
- ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี สมุทรปราการ อุทัยธานี นนทบุรี ชัยนาท สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ฉะเชิงเทรา สิงห์บุรี นครนายก ลพบุรี สระบุรี นครปฐม อ่างทอง)
- ภาคเหนือ (เชียงใหม่ เชียงราย ตาก ลำปาง พิจิตร นครสวรรค์ กำแพงเพชร สุโขทัย เพชรบูรณ์ ลำพูน แพร่)
- ภาคใต้ (กระบี่ พัทลุง พังงา ระนอง ชุมพร สงขลา ตรัง นครศรีธรรมราช สตูล นราธิวาส สุราษฎร์ธานี ปัตตานี ภูเก็ต ยะลา)
- ภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง สระแก้ว ปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด)
- ภาคตะวันตก (ราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เลย นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ สกลนคร ศรีสะเกษ สุรินทร์ หนองบัวลำภู อุบลราชธานี นครพนม บึงกาฬ อำนาจเจริญ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ หนองคาย มหาสารคาม ยโสธร มุกดาหาร)
- พื้นที่ EEC (ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา)

สาขาเป้าหมาย : (ระบุสาขาเป้าหมาย เช่น ทุกสาขา สาขาท่องเที่ยว สาขาอาหารแปรรูป สาขายานยนต์และชิ้นส่วน สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น)

.....

.....

.....

การพัฒนา 11 อุตสาหกรรม Soft Power : (ระบุสาขาอุตสาหกรรม หากท่านเลือกกลยุทธ์ที่ 16)

- อาหาร กีฬา แฟชั่น เฟสติวล ท่องเที่ยว ภาพยนตร์
 หนังสือ ศิลปะ เกม ออกแบบ ดนตรี 11 อุตสาหกรรม

ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ :

หน่วยงานที่ร่วมบูรณาการ รูปแบบ/วิธีร่วมดำเนินการร่วมกัน (รูปแบบการดำเนินงานแบบบูรณาการ การส่งต่อผู้ประกอบการ ฯลฯ โปรดระบุ)

.....(ชื่อหน่วยงาน).....ทำหน้าที่.....

.....(ชื่อหน่วยงาน).....ทำหน้าที่.....

.....(ชื่อหน่วยงาน).....ทำหน้าที่.....

ตัวชี้วัดที่สำคัญ (โปรดระบุตัวชี้วัดระดับผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/ พร้อมหน่วยนับและเป้าหมายเชิงปริมาณ)

ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนเป้าหมาย	หน่วยนับ	วิธีการวัดผล
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	จำนวนเป้าหมาย	หน่วยนับ	วิธีการวัดผล

ข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมที่จะช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน

การประสานงานกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ถนนวิภาวดีรังสิต
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs (แผนผ.)

นายพงศธร หนูดำ	02 298 3045
นางสาวสุทธภา ทวีขจรกิตติ	02 298 3189
นางสาวเบญจมาศ ทินโนรส	02 298 3093

Email: integrated.sme@gmail.com

QR Code LINE Open Chat



**หมายเหตุ

- การเข้าร่วม ขอให้สมาชิกตั้งชื่อโดยระบุชื่อจริงและหน่วยงาน เช่น ลาลิตา (สสว.)
- การเข้ากลุ่มจะถูกอนุมัติโดย Admin เท่านั้น