

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี

เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔

โดยที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) แล้วเมื่อวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ ซึ่งเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SME) ของประเทศ และให้ใช้แผนดังกล่าวเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการจัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๐ แล้ว

เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ และมาตรา ๓๗ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) จึงออกประกาศแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง ใช้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ ตามเอกสารแนบท้ายประกาศนี้ เพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อ ๓ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๑

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

นายกรัฐมนตรี

เอกสารแนบท้ายประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี
เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔

๑. ความนำ

- ๑.๑ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา ๑๑(๕) มาตรา ๑๖(๓) มาตรา ๑๗(๕) มาตรา ๓๗ และมาตรา ๓๘ ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร่วมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔ เพื่อเป็นการปฏิบัติตามแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
- ๑.๒ วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔ เพื่อเป็นกรอบในการจัดทำโครงการกิจกรรมที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์และแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

๒. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔ ที่จัดทำขึ้นเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานในระยะ ๓ ปี ตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมายของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

๒.๑ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมายของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

- ๒.๑.๑ วิสัยทัศน์ “SME ไทยเติบโต แข็งแรง แข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ”
- ๒.๑.๒ พันธกิจ
- ๑) พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME
 - ๒) ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของ SME ให้มีประสิทธิภาพ พร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ
 - ๓) เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME เพื่อสร้างมูลค่า ตอบโจทย์อนาคตประเทศไทย
- ๒.๑.๓ เป้าหมาย “การเพิ่มสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้สูงขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ภายในปี ๒๕๖๔”
- ๒.๑.๔ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ๖ สาขาธุรกิจ คือ
- ๑) กลุ่มธุรกิจด้านอาหาร การเกษตร และอุตสาหกรรมชีวภาพ
 - ๒) กลุ่มธุรกิจด้านสุขภาพและที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์
 - ๓) กลุ่มธุรกิจด้านเครื่องจักรกล วิศวกรรม อิเล็กทรอนิกส์เชิงกล และหุ่นยนต์
 - ๔) กลุ่มธุรกิจด้านดิจิทัล
 - ๕) กลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม และ
 - ๖) กลุ่มธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง

๒.๒ สารสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME ในประเด็นที่สำคัญต่อการเติบโตและขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME (Issue-based) ประกอบด้วย ๔ กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ ๑.๑ ยกระดับผลผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มีเป้าหมายหลัก คือ มูลค่าผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SME เพิ่มขึ้นเป็น ๖๐๐,๐๐๐ บาทต่อคนต่อปี ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๔ เป้าประสงค์ และ ๙ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ SME ได้รับการยกระดับผลผลิตภาพ มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ยกระดับกระบวนการผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (Process Upgrading) และ ๒) เสริมสร้างขีดความสามารถการใช้ ICT ของ SME

เป้าประสงค์ที่ ๒ SME ได้รับการยกระดับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มี ๓ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับ SME ๒) สนับสนุนให้ SME เข้าถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมและนวัตกรรมชาวบ้าน (Frugal Innovation) และ ๓) สร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาให้ตอบโจทย์ SME

เป้าประสงค์ที่ ๓ สิ้นค้านวัตกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนาของ SME ไทย มีตลาดรองรับ มี ๒ แผนงาน คือ ๑) สนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ไทยเข้าสู่ตลาดภาครัฐ และ ๒) สนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าถึงผู้ซื้อ

เป้าประสงค์ที่ ๔ โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ได้รับการพัฒนา มี ๒ แผนงาน คือ ๑) พัฒนาระบบการจดสิทธิบัตรให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME และ ๒) พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านงานวิจัยและพัฒนาและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน

กลยุทธ์ที่ ๑.๒ ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีเป้าหมายหลัก คือ ๑) สัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อรวมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๓๘ และ ๒) มูลค่าเงินทุนที่ SME ได้รับจากแหล่งเงินทุนประเภททุน (Equity Financing) เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๓ เป้าประสงค์ และ ๙ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ SME เข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ มี ๔ แผนงาน คือ ๑) ขยายการค้าประกันสินเชื่อให้มีบทบาทมากขึ้น ๒) รับรองสถานะและศักยภาพของ SME เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ ๓) สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับ SME กลุ่มเป้าหมาย และ ๔) จัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ

เป้าประสงค์ที่ ๒ แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing) โดยเฉพาะแหล่งเงินทุนประเภททุน (Equity Financing) มีบทบาทมากขึ้น มี ๓ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมให้มีการร่วมทุน (Venture Capital: VC) สำหรับ SME มากขึ้น ๒) สนับสนุนให้การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกใหม่ และ ๓) สนับสนุนให้ SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai)

เป้าประสงค์ที่ ๓ พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมให้ SME ใช้บริการระบบพี่เลี้ยงที่ปรึกษาด้านการเงิน และ ๒) ส่งเสริมให้ SME มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงิน (Financial Literacy) ในการประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ ๑.๓ ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล มีเป้าหมายหลัก คือ ๑) สัดส่วนการส่งออกของ SME เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๐ และ ๒) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยของ SME เพิ่มขึ้นเป็น ๑๐๐ ล้านบาทต่อรายต่อปี ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๓ เป้าประสงค์ และ ๖ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ SME มีช่องทางการจำหน่ายในประเทศมากขึ้น มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และ ๒) ส่งเสริมให้ SME ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ ๒ SME มีศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ มี ๓ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมให้มีข้อมูลการตลาดต่างประเทศเชิงลึกที่ช่วยสนับสนุน SME ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ๒) สนับสนุน SME ที่มีศักยภาพในการขยายตลาดต่างประเทศ และ ๓) สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่

เป้าประสงค์ที่ ๓ SME ลงทุนในต่างประเทศได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ มี ๑ แผนงาน คือ อำนวยความสะดวกแก่ SME ที่สนใจไปลงทุนในต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๑.๔ พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ มีเป้าหมายหลัก คือ จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๒ เป้าประสงค์ และ ๔ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ สร้างแรงบันดาลใจและความเป็นผู้ประกอบการให้กับคนรุ่นใหม่ มี ๓ แผนงาน คือ ๑) สร้างความตระหนักรู้ในการเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชน ๒) สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และ ๓) เตรียมความพร้อมให้ผู้ที่กำลังจะจบการศึกษาและต้องการเป็นผู้ประกอบการ

เป้าประสงค์ที่ ๒ ผู้ประกอบการใหม่มีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ มี ๑ แผนงาน คือ พัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME เฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีสถานการณ์ ปัจจัยแวดล้อม สภาพปัญหา และความต้องการการช่วยเหลือที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ ๒.๑ สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) มีเป้าหมายหลัก คือ จำนวนผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๒ เป้าประสงค์ และ ๖ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงเริ่มดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มี ๔ แผนงาน คือ ๑) สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง ๒) พัฒนาการบ่มเพาะให้มีประสิทธิภาพในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ๓) จัดตั้งและพัฒนาศูนย์ออกแบบและสร้างสรรค์ และ ๔) สนับสนุนให้หน่วยงานที่มีบทบาทให้ความช่วยเหลือ SME มีศักยภาพในการช่วยเหลือมากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ ๒ ปัจจัยสนับสนุนการเริ่มต้นของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงได้รับการพัฒนา มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง และ ๒) ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎ ระเบียบและสิทธิประโยชน์ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง

กลยุทธ์ที่ ๒.๒ ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME มีเป้าหมายหลัก คือ ๑) สัดส่วนของกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ และ ๒) สัดส่วนของสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๓ เป้าประสงค์และ ๔ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ SME มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ มี ๒ แผนงาน คือ ๑) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คลัสเตอร์ SME และ ๒) ส่งเสริมและสนับสนุนองค์การเอกชนและเครือข่าย SME

เป้าประสงค์ที่ ๒ SME สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่ มี ๑ แผนงาน คือ สนับสนุนให้ SME เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่

เป้าประสงค์ที่ ๓ สหกรณ์การเกษตรได้รับการยกระดับให้มีความเข้มแข็ง มี ๑ แผนงาน คือ พัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายของสหกรณ์การเกษตรและกลุ่มสมาชิก

กลยุทธ์ที่ ๒.๓ พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง มีเป้าหมายหลัก คือ รายได้เฉลี่ยของ SME ฐานรากที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๓ เป้าประสงค์และ ๕ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ วิสาหกิจฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น มี ๑ แผนงาน คือ สนับสนุนให้วิสาหกิจฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ ๒ วิสาหกิจฐานรากสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ส่งเสริมความรู้ในการประกอบธุรกิจให้วิสาหกิจฐานราก และ ๒) เสริมสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการตลาด

เป้าประสงค์ที่ ๓ ผลผลิตของวิสาหกิจฐานรากได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐาน มี ๒ แผนงาน คือ ๑) ยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม และ ๒) ยกระดับสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพมาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ เป็นการพัฒนาระบบสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนา SME เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ ๓.๑ พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ มีเป้าหมายหลัก คือ ๑) จำนวนผู้ใช้บริการศูนย์ข้อมูลเพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๐ ๒) จำนวนผู้ใช้บริการ SME Portal เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘๐ และ ๓) โครงการส่งเสริมและพัฒนา SME มีการจัดเก็บข้อมูล SME ผู้รับบริการอย่างเป็นระบบมีสัดส่วนร้อยละ ๖๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๒ เป้าประสงค์และ ๖ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ SME เข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้ และการพัฒนาต่างๆ มี ๕ แผนงาน คือ ๑) ยกระดับการให้ข้อมูลแก่ SME ให้มีประสิทธิภาพ ๒) สนับสนุนให้ SME สามารถใช้บริการจาก

ผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชน (Private Service Provider) ๓) พัฒนาระบบการให้บริการด้าน
ที่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวิจักษ์ ๔) ยกระดับการพัฒนามาตรฐานให้ SME มีประสิทธิภาพ
และ ๕) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา SME

เป้าประสงค์ที่ ๒ มีการติดตามและประเมินศักยภาพ SME เพื่อให้ได้รับการพัฒนาอย่าง
เหมาะสม มี ๑ แผนงาน คือ สร้างระบบติดตามและประเมินศักยภาพ SME

**กลยุทธ์ที่ ๓.๒ ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรค
ต่อการดำเนินธุรกิจของ SME** มีเป้าหมายหลัก คือ กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ได้รับการ
ปรับปรุง แก้ไขเพื่อเอื้อให้การดำเนินธุรกิจของ SME มีความสะดวกมากขึ้น ภายในปี ๒๕๖๔
ประกอบด้วย ๑ เป้าประสงค์และ ๒ แผนงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ ๑ กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME
ได้รับการปรับปรุงแก้ไข มี ๒ แผนงาน คือ ๑) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎ และระเบียบต่างๆ
ที่มีผลต่อการพัฒนา SME และ ๒) กำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ในรูปแบบต่างๆ