

คู่มือการจัดทำข้อเสนอโครงการ

ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจกลางและขนาดย่อม
ประจำปีงบประมาณ 2567

คำนำ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อกำหนดให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจจัดทำงบประมาณในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริม SME โดยบูรณาการร่วมกันเพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน สำหรับการส่งเสริม SME ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 สสว. ใช้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) เป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการและงบประมาณดังกล่าว เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้วยการบูรณาการภายใต้แผนปฏิบัติการฯ เดียวกัน

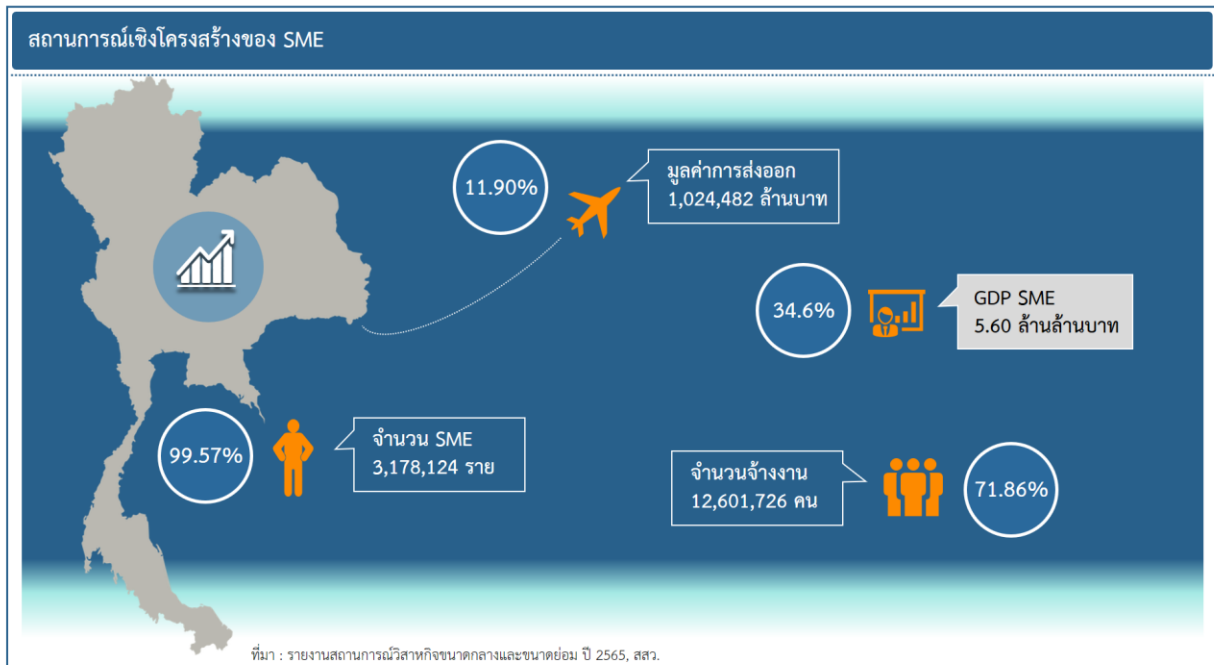
เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนา SME ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME พ.ศ. 2567 ไปสู่การปฏิบัติ และสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างเป็นรูปธรรม สำนักงานฯ จึงอาศัยกลไกงบประมาณภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสำนักงานงบประมาณในการจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินงานตามแนวทางที่แผนปฏิบัติการฯ ได้กำหนดไว้ พร้อมทั้งได้จัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้น เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ใช้เป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอโครงการส่งเสริม SME สำหรับบรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการฯ ซึ่งสำนักงานฯ จะได้นำเสนอต่อสำนักงานงบประมาณเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ ต่อไป

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
พฤศจิกายน 2565

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| 1. สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) | 1 |
| 2. นิยาม SME | 2 |
| 3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และประเด็นการส่งเสริม SME | 3 |
| 4. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกโครงการ/หน่วยงาน | 25 |
| 5. แบบฟอร์มข้อเสนอโครงการ | 26 |
| 6. กำหนดการ/ขั้นตอนการเสนอโครงการ | 31 |
| 7. การประสานงานกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 32 |

1. สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)



| | |
|---------------------|---|
| GDP SME | มูลค่า GDP ของ SME 5.60 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.6 ของ GDP รวมทั้งประเทศ (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีสัดส่วนร้อยละ 34.2) โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.0 |
| จำนวน SME | SME มีจำนวน 3,178,124 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.57 ของวิสาหกิจในภาพรวมทั้งประเทศและมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 1.39 |
| การจ้างงาน | SME มีการจ้างงานจำนวน 12,601,726 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.86 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.16 |
| การค้าระหว่างประเทศ | <u>การส่งออก</u> ของ SME มีมูลค่า 1,024,482 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.90 ต่อการส่งออกโดยรวม โดยหดตัวลงจากปีก่อนร้อยละ 0.2 ในขณะที่การนำเข้าของ SME มีมูลค่า 1,135,513 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.3 ต่อการนำเข้ารวม และหดตัวลงจากปีก่อนร้อยละ 9.7 |

จากข้อมูลสถานการณ์ SME ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ SME ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในฐานะหน่วยธุรกิจที่มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งมีบทบาทหลักในการสร้างงานและสร้างรายได้ทั้งภายในประเทศและการส่งออกสินค้าและบริการ ตลอดจนยังเป็นกลไกหมุนเวียนรายได้และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนก SME ตามขนาดธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อมและ

วิสาหกิจรายย่อยซึ่งมีจำนวนมาก ยังขาดศักยภาพและต้องการได้รับการพัฒนาในหลายมิติ ภาครัฐจึงต้องเร่งพัฒนา SME ให้ตรงกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ SME มีความเข้มแข็งที่มากพอในการที่จะเป็นกำลังสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไป

2. นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

นิยาม SME ที่จะใช้ในการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 โดยนิยาม SME ใหม่จะใช้รายได้และจำนวนการจ้างงานเป็นเกณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางและรูปแบบการส่งเสริม SME ที่ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจตามศักยภาพและความสามารถในการประกอบกิจการ ดังนี้

| นิยาม SME | | การผลิต | | การบริการและการค้า | |
|---------------------------|---------------------|----------------|---------------------|--------------------|---------|
| | | รายได้ | จ้างงาน | รายได้ | จ้างงาน |
| วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) | ไม่เกิน 500 ล้านบาท | ไม่เกิน 200 คน | ไม่เกิน 300 ล้านบาท | ไม่เกิน 100 คน | |
| วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) | ไม่เกิน 100 ล้านบาท | ไม่เกิน 50 คน | ไม่เกิน 50 ล้านบาท | ไม่เกิน 30 คน | |
| วิสาหกิจขนาดย่อย (Micro) | ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท | ไม่เกิน 5 คน | ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท | ไม่เกิน 5 คน | |

- กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562
- ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 7 มกราคม 2563

เงื่อนไข: กรณีที่จำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจหนึ่ง แต่รายได้เข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาด ให้ใช้รายได้เป็นเกณฑ์การพิจารณา

3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และประเด็นการส่งเสริม SME

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี พ.ศ. 2567 กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และประเด็นการส่งเสริม SME ดังนี้

| | |
|---------------------------|---|
| วิสัยทัศน์ | SME อยู่รอด ปรับตัวเร็ว และเติบโตสู่ความยั่งยืน |
| พันธกิจ | <ol style="list-style-type: none"> 1) ช่วยเหลือ SME ให้อยู่รอดจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก 2) ส่งเสริมให้ SME สามารถปรับตัวได้อย่างทันต่อสถานการณ์ เข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน 3) ยกระดับ SME ที่มีศักยภาพและอุตสาหกรรมที่สำคัญให้มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ |
| เป้าหมาย/ตัวชี้วัด | <ol style="list-style-type: none"> 1) SME GDP Share = 37.0% 2) สัดส่วนรายได้ของ SME ต่อรายได้รวม = 20.5% 3) สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของ SME ต่อภาษีมูลค่าเพิ่มรวม 5% |
| สาขาเป้าหมาย | <ol style="list-style-type: none"> 1) อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง 2) กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Soft Power) 3) อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ 4) อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและซ่อมบำรุง |

เพื่อให้การส่งเสริม SME มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน จึงกำหนดประเด็นการส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 4 ประเด็น 19 กลยุทธ์ ดังนี้

ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 สร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม

การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มซึ่งมีระดับศักยภาพต่างกัน มีสถานภาพ ปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกัน (Portfolio Approach/Segmentation) ได้แก่

- 1) พัฒนารูธุรกิจในระยะเริ่มต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง
- 2) ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพในการแข่งขัน
- 3) ยกระดับการแข่งขันระดับโลก
- 4) ฟื้นฟูธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว
- 5) ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอดได้
- 6) สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ
- 7) ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจแบบมืออาชีพ

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า

การสร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้าให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เข้มข้น จึงมีทั้งเรื่องการสนับสนุนการตลาดที่รอบด้านให้กับ SME และการส่งเสริม SME กลุ่มที่มีศักยภาพให้สามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้ ได้แก่

- 8) สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น
- 9) ส่งเสริมการเข้าสู่สากล

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ SME เป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยให้ SME สามารถเริ่มธุรกิจและเติบโตได้เต็มศักยภาพ โดยสภาพแวดล้อมที่สำคัญมีทั้งเรื่องแหล่งเงินทุน แรงงานที่มีทักษะ การเข้าถึงเทคโนโลยีและงานวิจัย การเข้าถึงข้อมูล เข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก การมีกฎหมาย กฎระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการมีโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ ที่เพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจ ประเด็นการส่งเสริมนี้ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ดังนี้

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

ประเด็นการส่งเสริมที่ 4 ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเป้าหมาย

การส่งเสริม SME แบบมุ่งเป้าในสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประเทศและ SME มีศักยภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ SME ประเด็นการส่งเสริมนี้ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 16) ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง
- 17) ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Soft Power)
- 18) ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์
- 19) ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและซ่อมบำรุง

กลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาธุรกิจระยะเริ่มต้นให้เริ่มต้นธุรกิจได้อย่างมั่นคง

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) อัตราการจดทะเบียนนิติบุคคลและทะเบียนพาณิชย์ เพิ่มขึ้น 5%
- 2) อัตราการอยู่รอดของ SME รายใหม่เพิ่มขึ้น 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|--|--|
| 1) ธุรกิจระยะเริ่มต้นอยู่ได้อย่างมั่นคงด้วยปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน | <ul style="list-style-type: none"> ○ ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้การเริ่มธุรกิจมีประสิทธิภาพ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้มีศูนย์กลางในการเริ่มต้นจดทะเบียนขออนุญาตธุรกิจประเภทต่าง ๆ ด้วยการขยายผล Biz Portal ให้ครอบคลุมความต้องการของ SME ○ สนับสนุนให้มีศูนย์กลางในการให้บริการสำหรับวิสาหกิจเริ่มต้น Global Startup Hub ○ ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่ยังเป็นอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ ○ ยกกระดับศูนย์บ่มเพาะที่มีอยู่ให้มีศักยภาพมากขึ้น ขยายไปสู่การบ่มเพาะธุรกิจเสมือนจริง | สป.อว. / สวทช. / สนช. / DEPA / ก.พ.ร./สสว. |
| 2) SME รายใหม่อยู่รอดและเติบโตได้ | <ul style="list-style-type: none"> ○ SME รายใหม่มีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ ความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ให้ทำธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว ทันสถานการณ์ ○ บ่มเพาะผู้ประกอบการเทคโนโลยี นวัตกรรม รวมไปถึงสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภาพ ○ เชื่อมโยงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการใหม่ และจัดให้มีคู่มือการระดมทุนสำหรับผู้ประกอบการ Startup | สป.อว. / กสอ. / พค. / DEPA / ETDA / สวทช. |
| 3) คนรุ่นใหม่มีความพร้อมเข้าสู่ธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาหลักสูตรสร้างความรู้พื้นฐานการทำธุรกิจในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาเพื่อสร้าง Entrepreneurial Mindset ○ เสริมสร้างทักษะความเป็นผู้ประกอบการและความรู้ทางธุรกิจในสถาบันการศึกษา | สป.อว. / สอศ. / สนช. / กสอ. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 2 : ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพในการแข่งขัน

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของ SME เพิ่มขึ้น 15%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|---|
| 1) SME ดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ | ○ SME นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น | ○ สนับสนุนให้มีเงินทุนเพื่อการปรับเปลี่ยนไปสู่ธุรกิจดิจิทัล ○ จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำการปรับเปลี่ยนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม รวมไปถึงการจัดทำคู่มือเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับแต่ละธุรกิจ | สวทช. / วว. / DEPA / ETDA / สสว. |
| | ○ SME มีความสามารถในการบริหารธุรกิจมากขึ้น | ○ สนับสนุนที่ปรึกษาธุรกิจเพื่อจัดทำแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจแบบมืออาชีพ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบ ○ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Networking) รวมไปถึงการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกัน | สป.อว. / กสอ. / พค. / ส.การเงิน / สสว. |
| | ○ SME ได้รับการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด | ○ จัดให้มีพี่เลี้ยงในการเตรียมความพร้อมให้ SME ในการขอรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ○ พัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และบริการ โดยใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่าง สร้างสรรค์ ตามความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย | สวทช. / วว. / กสอ. / พค. / CEA / สป.อว. / อย. / สมอ. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับธุรกิจสู่การแข่งขันระดับโลก

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของ SME เพิ่มขึ้น 20%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|--|--|
| 1) ประเทศไทยมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น | ○ SME ขยายขนาดธุรกิจได้ (Scale up) | <ul style="list-style-type: none"> ○ สรรหา SME ที่มีศักยภาพเข้าสู่กระบวนการพัฒนาที่รอบด้าน ตั้งแต่ความสามารถของผู้ประกอบการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับธุรกิจ การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ○ สนับสนุนให้มีพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดทุน ○ ส่งเสริมให้ SME สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษต่าง ๆ (มุ่งเน้นกลุ่ม S-Curve) | สอวช. / สวทช. / DEPA / กสอ. / ก.ล.ต. / ส.การเงิน / สกพอ. / สสว. |
| 2) SME เติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน | ○ SME มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้ SME ใช้ ESG เป็นเครื่องมือในการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ พร้อมจัดทำ ESG Toolkit เพื่อใช้ประเมินความเป็น ESG ของ SME ○ สนับสนุนให้ SME พัฒนาสินค้าและบริการที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมตามกระแสความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม ○ ผลักดันให้ SME เข้าสู่การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว | สอวช. / สวทช. / กสอ. / BEDO / กลต. / ส.การเงิน / สศค. / กรมบัญชีกลาง |

กลยุทธ์ที่ 4 : ฟื้นฟูธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) สัดส่วนหนี้สินต่อทุนเฉลี่ยของ SME ลดลง 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|--|--------------------------------------|
| 1) SME ที่ได้รับผลกระทบ สามารถประคองธุรกิจให้อยู่รอดได้ | ○ SME ที่ได้รับการฟื้นฟูธุรกิจให้สามารถกลับมาดำเนินกิจการต่อไปได้ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาช่วยในการวินิจฉัยปัญหาทางธุรกิจ พร้อมแนวทางในการปรับโครงสร้างทางการเงินและการปรับแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ○ ผลักดันมาตรการช่วยเหลือเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบให้มีรายจ่ายลดลง และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ ○ จัดให้มีเงินทุนพิเศษเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ได้รับผลกระทบ โดยมีเงื่อนไขที่ผ่อนปรนและเอื้อต่อการเข้าถึงได้ง่าย ○ ปรับปรุงกฎหมายล้มละลายและวิธีปฏิบัติให้มีความเป็นธรรมและเหมาะสมกับสถานการณ์ โดย SME สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูธุรกิจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ○ สนับสนุนให้มีศูนย์ข้อมูลเตือนภัย Early Warning Center เพื่อเฝ้าระวังและเตือนให้ SME ระวังและเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์สำคัญก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ SME | ธปท. / สศค. / ส.การเงิน /บสย. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 5 : ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอดได้

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของกลุ่มธุรกิจยังชีพ เพิ่มขึ้น 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|----------------------------------|
| 1) SME กลุ่มยังชีพมีความพร้อมในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง | ○ ผู้ประกอบอาชีพได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นทางธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ การทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย ความรู้พื้นฐานทางการเงิน และเสริมหลักคิดในการทำธุรกิจ ○ พัฒนาผู้ประกอบการให้มีคุณสมบัติอาชีพ เพื่อให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีมาตรฐาน สร้างความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและแหล่งเงินทุน | สป.อว. / สคช. / ส.การเงิน / สสว. |
| 2) SME กลุ่มยังชีพในพื้นที่มีความเข้มแข็ง | ○ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน/OTOP ในท้องถิ่นมีความสามารถเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ ส่งเสริม SME ในท้องถิ่นให้ใช้อัตลักษณ์และภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ○ สนับสนุนให้มีพื้นที่/ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในชุมชนและท้องถิ่น | กสอ. / พช. / กสก. / CEA / อพท. |
| 3) SME กลุ่มยังชีพเลี้ยงดูตนเองได้ด้วยปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน | ○ ปัจจัยแวดล้อมเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SME กลุ่มยังชีพ | ○ พัฒนา/ขยายบทบาทแหล่งเงินทุนสำหรับ SME กลุ่มยังชีพ (Micro Finance) เพื่อใช้ในการเริ่มต้นและเป็นเงินทุนหมุนเวียน โดยจะต้องเข้าถึงง่ายและมีเงื่อนไขที่เหมาะสม | ธปท. / ส.การเงิน / กบท. |

กลยุทธ์ที่ 6 : สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของ SME ผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|-----------------------------------|
| 1) ผู้สูงอายุมีอาชีพและมีรายได้ที่เพียงพอ ต่อเนื่อง | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้สูงอายุได้รับการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาหลักสูตรเพื่อการเตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะในการเป็นผู้ประกอบการก่อนวัยเกษียณ ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจในอนาคต ○ จัดให้มีพี่เลี้ยงช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้คำปรึกษาแนะนำการทำธุรกิจ พร้อมทั้งพัฒนาระบบประเมินความพร้อม เพื่อคัดกรองเฉพาะผู้สูงอายุที่มีความสามารถในการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงในการล้มเหลวของธุรกิจ ○ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย ผู้ประกอบการสูงอายุ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของนักธุรกิจและคนรุ่นใหม่ รวมไปถึงให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจของผู้สูงอายุร่วมกัน | ผส. / กสอ. / สคช. / สป.อว. / สสว. |
| 2) SME ผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองได้ ด้วยปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน | <ul style="list-style-type: none"> ○ ปัจจัยแวดล้อมเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสูงอายุ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ขยายบทบาทกองทุนผู้สูงอายุ ให้เข้าถึงได้ง่ายด้วยเงื่อนไขที่เหมาะสม และมีวงเงินที่เพียงพอต่อการประกอบกิจการของสูงอายุ พร้อมทั้งสนับสนุนให้ที่ปรึกษาคอยช่วยเหลือเพื่อลดความเสี่ยง | ผส. / กสอ. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 7 : ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจแบบมีอาชีพ

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของ SME ธุรกิจเกษตร เพิ่มขึ้น 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|---|--|
| 1) คนรุ่นใหม่ประกอบธุรกิจเกษตรมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการภาคการเกษตรมีความเข้มแข็งมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาแนวคิด ทักษะ ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) ทายาทเกษตรกรหรือคนรุ่นใหม่) ให้มีความสามารถในเชิงธุรกิจและการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต | กสก. / กตส. / สวทช. / วว. / DEPA |
| 2) ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ กระบวนการผลิตและการบริหารได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้ใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มผลผลิตและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการให้ มีคุณภาพมาตรฐาน ○ พัฒนาให้มีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big data มาบริหารจัดการ คาดการณ์วางแผน และสร้างโอกาสทางธุรกิจ ○ พัฒนาเครือข่ายและสร้างความร่วมมือและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยง จับคู่กับ ธุรกิจรายใหญ่ | สป.อว. / สวทช. / วว. / กสก. / กสอ. / CEA |
| 3) ธุรกิจเกษตรเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน | <ul style="list-style-type: none"> ○ ปัจจัยแวดล้อมเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนา Platform ในการรวบรวมและกระจายข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ต่างๆ ทางด้านพื้นฐานและเทคนิคการเกษตร | กสก. / สวทช. |

กลยุทธ์ที่ 8 : สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) ส่วนแบ่งตลาดในประเทศของ SME เพิ่มขึ้นเป็น 21%
- 2) สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SME /มูลค่าอิเล็กทรอนิกส์รวม เพิ่มขึ้น 2.5%
- 3) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง SME เพิ่มขึ้น 1.3%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|---|---|---------------------|
| 1) SME ขายสินค้าและบริการให้ภาครัฐได้มากขึ้น | ○ มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจาก SME ของภาครัฐเพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ ทบทวน/ปรับปรุงมาตรการส่งเสริม SME ให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้ทันสถานการณ์ ○ เตรียมความพร้อมให้ SME เข้าใจถึงกระบวนการเอกสารและความต้องการภาครัฐ และหาแนวทางในการส่งเสริมให้ SME ในกลุ่มธุรกิจที่มีมูลค่าสูงสามารถเข้าถึงตลาดภาครัฐได้มากขึ้น ○ เชื่อมโยงสินเชื่อระยะสั้นเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนให้ SME ที่ทำการค้าขายกับภาครัฐ (Factoring) ○ ผลักดันให้ SME ในกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและการซ่อมบำรุง อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ | กรมบัญชีกลาง / สสว. |
| 2) SME เข้าถึงผู้ซื้อภายในประเทศได้มากขึ้น | ○ ผู้ประกอบการ SME มีทักษะ ด้านการตลาดสมัยใหม่มากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ คัดเลือกแบรนด์สินค้า SME ที่มีคุณภาพพร้อมทั้งนำเสนอให้ผู้ซื้อได้รู้จัก ○ สร้างความร่วมมือกับผู้ค้ารายใหญ่ในการเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้ SME ○ เสริมสร้างทักษะการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเป้าหมาย เช่น TIKTOK รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับร้านค้าสมัยใหม่ ○ สร้างตราสินค้าของ SME ให้ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง | พค. / CEA |

กลยุทธ์ที่ 9 : ส่งเสริมการเข้าสู่สากล

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SME เป็น 15% ของมูลค่าการส่งออกรวม
- 2) จำนวน SME ส่งออกรายใหม่ เพิ่มขึ้น 2,500 ราย

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|--|---|--|
| 1) SME มีโอกาสในการแสวงหาลู่ทางการค้าการลงทุนในต่างประเทศได้มากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ SME เข้าถึง Platform การค้า Online ระหว่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนา Platform การค้า Online ระหว่างประเทศ ให้มีประสิทธิภาพและคุณสมบัติ (Feature) ที่ทันสมัยเอื้อต่อการเข้าถึงได้มากขึ้น ○ สนับสนุนให้ SME เข้าถึงและใช้ประโยชน์ช่องทางการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross Border e-commerce) ในการดำเนินธุรกิจ | สค. / สสว. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME ส่งออกรายใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้มีตัวแทนการค้าระหว่างประเทศที่มีศักยภาพช่วย SME ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเป้าหมาย (National Trading Firm) ○ ให้ SME พัฒนางองค์ความรู้ของตนเองจากหลักสูตร NEA (การทำธุรกิจระหว่างประเทศ) ○ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับสินค้าเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศเข้มแข็งสำหรับผู้ประกอบการส่งออก ○ สนับสนุนข้อมูลและบริการครบวงจรทางด้านตลาดสำหรับผู้ส่งออก SME | สค. / EXIM Bank / สถาบันผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (NEA) |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ SME สามารถส่งออกสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาความสามารถและส่งเสริมการตลาดของ SME ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ให้มีศักยภาพและได้รับมาตรฐานสากล ○ สนับสนุนให้ใช้ประโยชน์จากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ SME Proactive เป็นเครื่องมือในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ | สค. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 10 : สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) อัตราการขยายตัวของสินเชื่อธุรกิจ SME เพิ่มขึ้น 10%
- 2) อัตราการขยายตัวของมูลค่าการระดมทุนของ SME ในตลาดทุน เพิ่มขึ้น 10%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|---|---------------------------------------|
| 1) SME มีเงินทุนที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจและขยายกิจการ | <ul style="list-style-type: none"> ○ SME เข้าถึงสินเชื่อในระบบ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้ SME ใช้ Prompt Biz ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้าง Digital Footprint ○ พัฒนาระบบค้าประกันสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพและหลากหลาย ○ สนับสนุนให้ SME ใช้ประโยชน์จาก Digital financing /supply chain financing เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับธุรกิจ ○ พัฒนากลไกพี่เลี้ยงที่ปรึกษาทางการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน SME | ธปท. / ส.การเงิน / บสย. / DEPA / สสว. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ SME สามารถใช้แหล่งเงินทุนทางเลือก | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้มีความรู้และความพร้อมในการระดมทุนจากตลาดทุน เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกสำหรับ SME | ก.ล.ต. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 11 : สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) จำนวน SME ที่มีการวิจัยและพัฒนา การพัฒนานวัตกรรม เพิ่มขึ้น 5%
- 2) จำนวน SME ที่มีการจดสิทธิบัตร เพิ่มขึ้น 2%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|--|---|--|
| 1) SME สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยใช้นวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME นำงานวิจัยและพัฒนาที่มีอยู่มาใช้ในเชิงพาณิชย์ | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาให้มีศูนย์กลางข้อมูลงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมทั้งใหม่ที่มีบริการช่วยในการนำงานวิจัยมาต่อยอด ○ สนับสนุนให้มีการจับคู่ และงานเสนอขายผลงานวิจัยและพัฒนาของหน่วยงานวิจัยภาครัฐที่มีอยู่ ให้ SME สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ○ สนับสนุนให้ SME ใช้ประโยชน์จากเงินทุนเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม (ITAP /open innovation / Research Gap Fund) | สป.อว. / สวทช. / วว. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME สามารถพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนให้มีเงินสำหรับ SME ที่มีการพัฒนานวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ○ กำหนดมาตรการภาษีเพื่อจูงใจและช่วย SME ที่มีการพัฒนานวัตกรรม ○ เชื่อมโยงที่ปรึกษาทางเทคโนโลยีให้กับ SME เพื่อให้สามารถพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้การจดทะเบียนสิทธิบัตรมีความรวดเร็วมากขึ้น ○ บูรณาการการทำงานระหว่างสถาบันการศึกษา เครือข่ายวิจัย นักวิจัย SME และ หน่วยงานรัฐ-เอกชน ในการเชื่อมโยงและผลักดันงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ | สป.อว. / สวทช. / วว. / สดช. / GISTDA / มว. / วศ. / สทน. /ทป. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ งานนวัตกรรมของ SME มีตลาดรองรับ | <ul style="list-style-type: none"> ○ | |

กลยุทธ์ที่ 12 : สร้างความพร้อมของแรงงานและบุคลากร

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) ผลผลิตภาพแรงงานของ SME เพิ่มขึ้น 5%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|---|--|
| 1) SME มีแรงงานที่เพียงพอและมีคุณภาพตรงต่อความต้องการของธุรกิจ | ○ แรงงานของ SME มีคุณภาพและทักษะสมัยใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ยกระดับแพลตฟอร์มที่มีอยู่เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการจับคู่ระหว่าง SME และแรงงานที่มีทักษะ ○ พัฒนาทักษะบุคลากรที่อยู่กับ SME ให้มีองค์ความรู้ทักษะสมัยใหม่ (Reskill Upskill และ New Skill) โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล ○ สนับสนุนเงินทุนให้ SME ในการยกระดับทักษะให้กับแรงงานของธุรกิจ ○ ทบทวนกฎระเบียบให้ SME ในธุรกิจที่ใช้แรงงานเข้มข้นสามารถใช้แรงงานต่างชาติได้สะดวกมากขึ้น | สป.อว. / กพร. / สคช. / สวทช. / DEPA / กรมการจัดหางาน / สคช. / ก.แรงงาน |

กลยุทธ์ที่ 13 : ศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์กรความรู้ และบริการ

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) จำนวน SME ที่เข้าใช้ระบบ Platform Service ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น 20%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|-------------------------------------|---|----------|
| 1) SME มีข้อมูลเพียงพอในการเริ่มต้นหรือตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งสามารถเข้าถึงบริการความช่วยเหลือของ | ○ SME เข้าถึงบริการต่าง ๆ ของภาครัฐ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ยกระดับ OSS ให้เป็นศูนย์กลางในการประสานในพื้นที่และให้บริการแก่ SME เน้นการเข้าถึงง่ายทั้งในรูปแบบ Online – Offline และ ส่งต่อ เชื่อมโยงการพัฒนาได้อย่างตรงจุด ○ ยกระดับ SME ONE ให้เป็น SME National Single Window ในการรวบรวมบริการ โครงการ ข้อมูล ข่าวสาร ครอบคลุมการส่งเสริม SME ของภาครัฐทั้งหมดไว้ในที่เดียว | สสว. |

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|----------------------|-----------|---|----------|
| ภาครัฐได้อย่างสะดวก | | <ul style="list-style-type: none"> ยกระดับ SME academy 365 ให้เป็น Platform ศูนย์กลางการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของ SME ทุกมิติ โดยใช้ระบบประเมินศักยภาพ SME เป็นเครื่องมือในการเสนอแนะหลักสูตรการพัฒนาที่เหมาะสมกับ SME แต่ละราย | |

กลยุทธ์ที่ 14 : ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) กฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงให้สร้างความเป็นธรรม และไม่เป็นอุปสรรคกับธุรกิจ

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|--------------------|
| 1) SME สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีศักยภาพด้วยกฎหมาย/กฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> กฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงให้เอื้อต่อธุรกิจ SME | <ul style="list-style-type: none"> การจัดทำข้อเสนอแนะ แนวทางสนับสนุนให้มีการปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบใหม่ให้เอื้อและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน นำข้อเสนอแนะคณะกรรมการดำเนินการปฏิรูปกฎหมาย (Regulatory Guillotine: RG) ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของ SME มาบังคับใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ | สชค. / กบค. / สสว. |
| | <ul style="list-style-type: none"> SME ได้รับความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ที่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้ | สสว. |

กลยุทธ์ที่ 15 : พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) ฐานข้อมูลที่มีข้อมูลที่ทันสมัยและครอบคลุมใช้กำหนดนโยบายได้

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|----------|
| 1) หน่วยงานของรัฐกำหนดนโยบายส่งเสริม SME ได้ อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับ ปัญหาและความต้องการของ SME | ○ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อการพัฒนาการดำเนินงาน | ○ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและปรับปรุงข้อมูล SME ให้ทันสมัยพร้อมใช้ประโยชน์เชิงนโยบายเพื่อการส่งเสริม SME ○ พัฒนาเครื่องมือในการชี้วัด เตือนภัย และพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เพื่อใช้ประโยชน์ ○ ผลักดัน เชื่อมโยงให้มีการใช้ SME One ID เป็นรหัสประจำตัวผู้ประกอบการ SME เดียวกันทั่วประเทศ | สสว. |

ประเด็นการส่งเสริมที่ 4 ส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเป้าหมาย

การส่งเสริม SME แบบมุ่งเป้าในสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประเทศและ SME มีศักยภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ SME ประเด็นการส่งเสริมนี้ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 16 : การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของ SME ในสาขาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเพิ่มขึ้น 10%

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|---|--|--|
| 1) SME อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีความสามารถในการแข่งขันระดับสากล | ○ SME อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ให้มีความนวัตกรรมและมาตรฐาน โดยใช้ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และ ความคิดสร้างสรรค์ ○ พัฒนา SME OEM ให้มีคุณภาพ ธรรมมาภิบาล และ มาตรฐานระดับสากล (GMP / ISO) ○ ยกระดับ SME OEM ที่มีศักยภาพให้เป็น ODM (ผู้รับจ้างที่มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์) เพื่อสร้างนวัตกรรมให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของ SME โดยเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัย ○ ส่งเสริมเทรนด์ ภาพลักษณ์ และสร้างความเชื่อมั่นให้สินค้าเครื่องสำอางไทย ด้วยการสร้างการรับรู้เรื่องอัตลักษณ์ คุณภาพ รวมไปถึงสนับสนุนให้มี Cosmetic Thailand Brand ○ จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศคู่ค้า ○ สนับสนุนการรวมกลุ่ม ผู้ประกอบการ SME และ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่ายเครื่องสำอางที่เข้มแข็ง (Networking / Cluster) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจ | สป.อว. / สวทช. / วว. / CEA / กสอ. / อย. / สมอ. / สค. / กรมพท. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 17 : การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Soft Power)

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

1) รายได้ของกลุ่มธุรกิจที่ขับเคลื่อน Soft Power (อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพิ่มขึ้น 5%)

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|---|--|
| 1) SME มีทักษะและความพร้อมในการนำ Soft Power ขับเคลื่อนธุรกิจ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อสร้างรายได้ | <ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบอาชีพได้รับการพัฒนาทักษะในการนำเสนอ Soft Power ของไทยผ่านการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และทักษะในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาหลักสูตรการสร้างภาพยนตร์ในสถาบันการศึกษาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน พัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะทางที่จำเป็นในการประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ | CEA / depa / สป.อว. / สอศ / กพร. / สคช. |
| 2) SME มีโอกาสทางการตลาดและโอกาสในการต่อยอดธุรกิจเพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบอาชีพได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสและช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการจัดกิจกรรมประกวดเรื่องสั้น นวนิยาย ภาพยนตร์สั้น ที่มีเนื้อหาด้านการส่งเสริม Soft Power ไทย สนับสนุนการขยายโอกาสทางการตลาดสำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทย สนับสนุนภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ด้วยมาตรการจูงใจ | CEA / หอภาพยนตร์ / วธ. / สค. / ททท. / กทท./BOI |
| 3) SME สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างมั่นคง ด้วยปัจจัยเอื้อและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการขับเคลื่อนธุรกิจ | <ul style="list-style-type: none"> มีปัจจัยเอื้อและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมขับเคลื่อน Soft Power ผ่านธุรกิจภาพยนตร์และวีดิทัศน์ | <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนแหล่งเงินทุน เช่น Seed Fund / Grant เงินร่วมลงทุน ฯลฯ สนับสนุนพื้นที่ส่วนกลางสำหรับการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สนับสนุนข้อมูลของตลาดต่างประเทศที่น่าสนใจและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทั้งข้อมูลตลาดเชิงลึก พฤติกรรมผู้บริโภค ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง | SFI / ก.ล.ต. / กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ / BOI / วธ. / กต. / สค. / ทป. |

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|----------------------|-----------|---|----------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ○ สนับสนุนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อปกป้องและคุ้มครองผลงานสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการไทย | |

กลยุทธ์ที่ 18 : การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) ผู้ประกอบการ SME กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ มีรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
- 2) มูลค่าการนำเข้าสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ที่ผู้ประกอบการ SME ไทยผลิตได้ลดลง

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|---|---|--|
| 1) การพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME / สินค้าได้รับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน | <ul style="list-style-type: none"> ○ สร้างและพัฒนาผู้ผลิต/สินค้าในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ฯ ให้มีความพร้อมด้านคุณภาพมาตรฐาน ○ พัฒนาผู้ประกอบการ/สินค้า โดยเชื่อมโยงความต้องการใช้งานของบุคลากรทางการแพทย์ ร่วมกับหน่วยงานเครือข่าย และ ผู้ประกอบการ SME ○ สนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน ○ สนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี/พัฒนานวัตกรรมการผลิต เช่น การพัฒนา ผู้ประกอบการ SME ที่มีศักยภาพให้เป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าเครื่องมือแพทย์ (OEM) ให้กับห่วงโซ่อุปทานขนาดใหญ่ ○ สร้างหรือพัฒนา ผู้ประกอบการ SME กลุ่มบริการซ่อมบำรุง ดูแลรักษาเครื่องมือแพทย์ฯ | ศลช. / สวทช. / กสอ. / สนช./ สอวช. / BOI / กรอ./ สป.อก. (ส. เครือข่าย ก. อุตสาหกรรม) / สถาบันการศึกษา (คณะแพทยศาสตร์ โรงเรียนแพทย์) |
| 2) การสร้างโอกาสทางการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ | <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME มีรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 | <ul style="list-style-type: none"> ○ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการ SME กับผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ ○ การพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณ์ที่อยู่ระหว่างการศึกษาวิจัย | สค./จร./ทป./ สนช./ ศลช. / สวทช. / กสอ./ สถาบันการศึกษา |

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--|--|--|-----------------------------------|
| SME ที่มีความพร้อม | | <p>ผลิตภัณฑ์ที่สิทธิบัตรใกล้สิ้นอายุความคุ้มครอง</p> <p>ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ให้มีโอกาสด้านการตลาดสู่เชิงพาณิชย์</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ การสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งานเครื่องมือแพทย์ฯ ที่ผลิตภายในประเทศ | (คณะแพทยศาสตร์ โรงเรียนแพทย์) |
| 3) การพัฒนาระบบนิเวศสำหรับผู้ประกอบการ SME กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ | ○ ระบบนิเวศได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับผู้ประกอบการ SME ผู้ซื้อ | <p>การพัฒนาฐานข้อมูล SME กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ฯ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ การพัฒนาฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SME หรือสินค้าที่จำแนกหมวดหมู่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ■ การพัฒนาฐานข้อมูลศูนย์ทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ ห้องปฏิบัติการทดสอบมาตรฐานเครื่องมือแพทย์ | สศอ. / ศลช. / สวทช. / ออย. / สสว. |
| | | <p>การสร้างองค์ความรู้ด้านกฎหมาย กฎระเบียบสำหรับผู้ประกอบการ SME เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562) ■ การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ฯ ให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย ■ กฎหมาย กฎระเบียบมาตรฐาน | ออย. / ศลช. / สวทช./สมอ. / สสวช. |
| | | <p>การจัดให้มีพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา ที่ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ SME เช่น การเตรียมความพร้อม การขึ้นทะเบียนเครื่องมือแพทย์ การขอมาตรฐาน การดำเนินธุรกิจ เป็นต้น</p> | ออย. / ศลช. / สวทช. / กสอ. / สสว. |

กลยุทธ์ที่ 19 : การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและซ่อมบำรุง

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดกลยุทธ์

- 1) รายได้ของกลุ่มธุรกิจ SME ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและการซ่อมบำรุง เพิ่มขึ้น 5%
- 2) SME สามารถผันตัวเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและการซ่อมบำรุง ได้ 5 ราย

| ประเด็นทางยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|---|--|---|---|
| 1) เพิ่มศักยภาพ SME ที่อยู่ในอุตสาหกรรมฯ และ SME ที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมฯ | ○ SME ได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในอุตสาหกรรมฯ | ○ พัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและการซ่อมบำรุง เช่น ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมอากาศยาน การผลิตโดยกระบวนการวิศวกรรมย้อนรอย (Reverse Engineering) การขอรับมาตรฐานด้านอากาศยาน | กสอ. / สสว. |
| 2) เชื่อมโยงตลาดอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและการซ่อมบำรุง | ○ SME สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานทั้งในและต่างประเทศได้ | ○ เพิ่มเติมมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมฯ เพื่อส่งเสริมให้เกิดคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานด้วยเงื่อนไขการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตจากผู้ผลิตภายในประเทศ ○ จัดกิจกรรมให้เกิดการจับคู่ธุรกิจ ระหว่างผู้ผลิตอากาศยานรายใหญ่ และ SME ผู้รับช่วงการผลิต ○ จัดกิจกรรมเชื่อมโยง SME กับหน่วยงานภาครัฐผู้เป็นเจ้าของอากาศยาน เพื่อให้เกิดการรับโจทย์การผลิตล่วงหน้าในการผลิตชิ้นส่วนเพื่อสนับสนุนการซ่อมบำรุงอากาศยานภาครัฐ | BOI / ทบ. / สสว. / หน่วยงานภาครัฐผู้เป็นเจ้าของอากาศยาน |
| 3) พัฒนาสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมฯ | ○ มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมฯ | 3.1 สนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับ SME ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมฯ และ SME ที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมฯ ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย | สศค. / ธพว. |
| | | 3.2 ยกกระดับขีดความสามารถห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ ทดสอบ ทดลองทางวิศวกรรม สำหรับอุตสาหกรรมฯ รวมทั้งพื้นที่ทดสอบ ทดลอง อากาศยาน และระบบอากาศยานไร้คนขับ | วว. / Gistda / EECi |
| | | 3.3 สนับสนุนเงินทุนวิจัย สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อต่อยอดการวิจัยไปสู่การใช้งานเชิงพาณิชย์ | บพข. |

| ประเด็นทาง ยุทธศาสตร์ | ตัวชี้วัด | แนวทาง/โครงการ | หน่วยงาน |
|--------------------------|-----------|--|----------------------|
| | | 3.4 พัฒนาหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพสำหรับ อุตสาหกรรมฯ และจัดทำมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ที่ตรง ตามข้อกำหนดด้านมาตรฐาน และตรงกับความต้องการ ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฯ | สอศ. / สคช. |
| | | 3.5 จัดทำฐานข้อมูล ผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมฯ และ ผลิตภัณฑ์ที่ ผู้ประกอบการ มีขีดความสามารถในการผลิต เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ในการเชื่อมโยงอุปสงค์และ อุปทานของอุตสาหกรรมฯ | สสว. / BOI / กสอ. |
| | | 3.6 พัฒนากฎระเบียบ และมาตรฐานสำหรับรับรองการ ผลิตอากาศยาน การใช้งานอากาศยานขนาดเล็ก และการ ใช้งานอากาศยานไร้คนขับ | กพท. |

4. เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอโครงการ

เพื่อให้การจัดทำข้อเสนอโครงการภายใต้แนวทางของแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ประจำปี พ.ศ. 2567 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 และส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์โครงการ (มีแผนการดำเนินงาน กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม และมีความคุ้มค่าในการดำเนินการ)
4. โครงการที่จะสามารถสร้างผลกระทบได้สูง (เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนา SME ได้ในวงกว้าง หรือส่งผลให้เกิดมูลค่าเศรษฐกิจสูง)
5. โครงการส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายของแผนและเป็นโครงการที่มีความจำเป็น (สามารถปิดช่องว่างและส่งผลต่อเป้าหมายได้อย่างเป็นรูปธรรม)
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/YsyzgR6qyDmMnHyA7> ภายในวันจันทร์ที่ 6 ธันวาคม 2565 เวลา 16.30 น.

ขอความกรุณาทุกหน่วยงานเสนอข้อเสนอโครงการผ่านหัวหน้าส่วนราชการและส่งมาให้ สสว. ภายในเวลาที่กำหนด เพื่อ สสว. จะได้ดำเนินการตามกระบวนการขั้นตอนและส่งให้สำนักงานงบประมาณ ต่อไป



คิวอาร์โค้ดสำหรับส่งข้อเสนอโครงการ

5. แบบฟอร์มการจัดทำข้อเสนอ ประจำปีงบประมาณ 2567

กระทรวง :

หน่วยงาน :

ชื่อกิจกรรม :

งบประมาณ :

ใช้งบประมาณ

- แผนงานยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
- 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 | | |

ประเด็นการส่งเสริม/กลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปีงบประมาณ 2567 (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 |

| ประเด็นการส่งเสริม | กลยุทธ์ |
|---|--|
| | <input type="checkbox"/> 5 ช่วยเหลือธุรกิจยังชีพให้สามารถอยู่รอด |
| | <input type="checkbox"/> 6 สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ |
| | <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 การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง |
| | <input type="checkbox"/> 17 การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อขับเคลื่อน Soft power |
| | <input type="checkbox"/> 18 การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ |
| | <input type="checkbox"/> 19 การส่งเสริม SME อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและซ่อมบำรุง |

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 และจังหวัด เช่น ทั่วประเทศ ภาคเหนือ พื้นที่ EEC จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น)

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 พะเยา พิษณุโลก 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)

จังหวัด



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

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

6 กำหนดการ/ขั้นตอนการเสนอโครงการ

เดือนพฤษภาคม 2565

| อา | จ | อ | พ | พฤ | ศ | ส |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 |
| 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | | | |

■ วันหยุดนักขัตฤกษ์

■ 11 พ.ย.65 ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนฯ

เดือนธันวาคม 2565

| อา | จ | อ | พ | พฤ | ศ | ส |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | | | 01 | 02 | 03 |
| 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

■ วันหยุดนักขัตฤกษ์

■ 6 ธ.ค.65 จัดส่งข้อเสนอโครงการมายัง สสว.

7. 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 |
| นายวันฉัตรวัฒน์ โอภาสวัฒนา | 02 298 3086 |

Email: integrated.sme@gmail.com

Line QR Code



