



โครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SMEs

ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

1. หลักการและเหตุผล

ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกธุรกิจปัจจุบัน ทำให้รัฐบาลยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เป็นแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศให้ทันกับโลกในยุคปัจจุบัน ตั้งแต่ Knowledge Economy หรือ เศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ และ Creative Economy ที่วางเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการผ่านทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ จากการรายงานของ zocialrank ในปี 2014 อัตราการเติบโตของสมาชิก Facebook ทั่วโลก เติบโตขึ้น 3% โดยมีผู้ใช้ Facebook ทั่วโลกมากถึง 1,191 ล้านคน หากดูประเทศผู้ใช้ Facebook ในกลุ่มอาเซียนนั้น ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้ Facebook ตอนนี้อยู่ที่ 26 ล้านราย มากเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน รองจากฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เห็นได้ชัดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคไทย ก้าวเข้าสู่ “การตลาดออนไลน์” เต็มรูปแบบแล้ว แต่ปัญหาการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือ ขาดทักษะการทำตลาดออนไลน์ที่มีความซับซ้อนในแง่การนำเสนอ เช่น การถ่ายภาพสินค้า การเขียนคำโฆษณาสินค้า การจัดทำรูปแบบกราฟฟิก การสร้างเรื่องราว หรือการสร้างแรงจูงใจในรูปแบบโปรโมชันที่เหมาะสม ตลอดจนยังมีอุปสรรคในการจัดการด้านการเงินผ่านรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการชำระผ่านระบบออนไลน์ การจัดส่งสินค้าและการตอบคำถามลูกค้าทันทีตลอดเวลา

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการให้การส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์ขึ้น เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวก สร้างยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น Startup ผู้ประกอบการกลุ่ม Regular ให้มีช่องทางการจำหน่าย และมีศูนย์กลางในการบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ด้วยมืออาชีพทั้งระบบ ตั้งแต่พัฒนาภาพลักษณ์ สร้างแบรนด์ สร้างการยอมรับในกลุ่มลูกค้า สร้างโปรโมชันเร่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ จัดการด้านการเงินผ่านระบบออนไลน์ ตอบข้อซักถามลูกค้าและบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างเป็นระบบ สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้และยกระดับกิจการของ SMEs ให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นในรูปแบบ Business to Business to Customers (B2 B 2C)

2.2 เพื่อเชื่อมโยงการส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ SME ภาคการผลิต กับกลุ่มผู้ให้บริการด้านตลาดออนไลน์ให้ขยายความสามารถในการแข่งขันในตลาดออนไลน์เป็นกลไกขับเคลื่อนการตลาดสำหรับ SME

2.3 เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดออนไลน์สำหรับ SME ให้เป็นช่องทางการตลาดที่ยั่งยืน

3. กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์

3.1 ผู้ประกอบการ SME กลุ่มสมาชิก สสว.

3.2 ผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการกลุ่มพัฒนาโปรแกรมธุรกิจ

3.3 ผู้ประกอบการในโครงการต่างๆ ของภาครัฐ

4. พื้นที่ดำเนินการ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และกลุ่มธุรกิจตามนโยบาย

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 รับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ

5.1.1 รับสมัครและคัดเลือกสินค้า/บริการ โดยผู้ประกอบการต้องเป็นสมาชิกของ สสว. หรือ เข้าร่วมโครงการต่างๆ ของ สสว. หรือ เข้าร่วมโครงการต่างๆ ของ ภาครัฐ ฯลฯ

5.1.2 ดำเนินการจัดทำ หรือ จัดหาภาพนิ่งสินค้า/บริการ รวมถึงจัดทำเนื้อหาของสินค้า/บริการ ที่ผ่านการคัดเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า 32,500 (สามหมื่นสองพันห้าร้อย) ผลิตภัณฑ์

5.2 พัฒนาและเตรียมความพร้อมผลิตภัณฑ์เข้าสู่ระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

5.3.1 เผยแพร่องค์ความรู้ด้านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ให้กับผู้ประกอบการที่สนใจ

5.3.2 ให้คำแนะนำ ปรึกษาเพิ่มแก่ผู้ประกอบการได้ เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดออนไลน์

5.3.3 นำสินค้า/บริการที่ผ่านการเตรียมความพร้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 25,000 (สองหมื่นห้าพัน) ผลิตภัณฑ์ ขึ้นขายบนตลาดอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ประกอบการจะต้องไม่เสียค่าแรกเข้า (Entrance Fee)

6. ระยะเวลาการดำเนินงาน

12 มิถุนายน จนถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2560