

กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนา องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของเชื้อไวรัส COVID-19





รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนา
องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ
จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส
COVID-19

กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม

บทสรุปผู้บริหาร

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม มีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการ ธุรกิจอุตสาหกรรมให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น รวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งของหน่วยงานให้บริการ ธุรกิจอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาองค์กรและศักยภาพของบุคลากรสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูง และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกระดับผ่านโครงการและกิจกรรมที่ กสอ. ออกแบบขึ้นเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ กสอ. ดูแลได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ดังนั้นกองยุทธศาสตร์ และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ก.กสอ.) จึงมีแนวคิดในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 เป็นการกำหนดทิศทางภายใต้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ รวมถึงนโยบายและ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการในบริบทต่าง ๆ โดยผลการศึกษาประกอบด้วย การสำรวจ สอบถามข้อมูลสถานประกอบการและการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 แนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา ผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของ กสอ. โดยการจัดทำแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ ประกอบการในครั้งนี้ ก.กสอ. ได้นำนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องในบริบทต่าง ๆ มาทบทวน อาทิ ผลกระทบของ COVID-19 ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยีพลิกโลก (Disruptive Technology) **มาตรการดูแลและเยียวยาผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประเทศไทย** และทำการออกแบบ แนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการผ่านระบบออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัส COVID-19 รวมทั้งวิเคราะห์เชิง SWOT เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ ถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค และนำข้อมูลมากำหนดมาตรการเชิงกลยุทธ์ สามารถสรุปผล การศึกษาได้ ดังนี้

ผลกระทบของผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มี ๓ ด้าน ได้แก่ **๑) ผลกระทบด้านรายได้** พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๓.๖๓ มีรายได้ลดลง ทั้งนี้มีอยู่ ร้อยละ ๔.๐๒ รายได้คงที่ และร้อยละ ๒.๓๕ มีรายได้เพิ่มขึ้น **๒) ผลกระทบด้านแรงงาน** ทั้งการลดการจ้าง งานเนื่องจากเป็นแรงงานรายวัน เมื่อธุรกิจลดการผลิต ลดการจำหน่ายสินค้า จึงตัดสินใจลดจำนวนคนงาน ที่เป็นรายวันลง การเปลี่ยนแปลงด้านแรงงานคงที่เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าหากตัดสินใจลดจำนวน แรงงานจะเป็นทางเลือกสุดท้าย แต่มีการลดเงินเดือนก่อนการเลิกจ้าง จึงยังคงมีการจ้างแรงงานเหมือนเดิม และมีการเพิ่มการจ้างงานเนื่องจากการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่ต้องมีคนทำหน้าที่จัดส่งของถึงบ้านเนื่องจาก พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปและเพิ่มแรงงานที่มีความถนัดด้านสารสนเทศดิจิทัลที่เข้ามาดูแลจัดการ ด้านออนไลน์มากขึ้น และ **๓) ผลกระทบด้านบริหารจัดการ** ได้แก่ ด้านการตลาดเนื่องจากไม่มีตลาดที่แน่นอน เป็นของตัวเอง ด้านการเงินจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน Cash Flow หมุนเวียนภายในธุรกิจ ยังเก็บเงิน ลูกค้าไม่ได้ ไม่มีเงินชำระหนี้ ไม่มีเงินจ่ายค่าเงินเดือน ด้านการผลิต ด้าน Supplier ไม่มีวัตถุดิบที่จะผลิตสินค้า ด้านโลจิสติกส์ และด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล

ความต้องการการสนับสนุนจาก กสอ. จากการสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจาก กสอ. ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ **๑) ด้านการเงิน** ต้องการมาตรการด้านการเงิน ทุนฉุกเฉิน เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ พักชำระหนี้ เพื่อช่วยผู้ประกอบการฟื้นฟูกิจการ และสร้างสภาพคล่องให้กับธุรกิจ มาตรการลดหรืองดการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมทุกประเภท ภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือค่าสาธารณูปโภค การประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้ทำสัญญาเช่าไว้กับเจ้าของที่/ห้างสรรพสินค้า และสนับสนุนให้สถานประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางได้รับการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) **๒) ด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาด** ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด จัดหาสถานที่ขายสินค้าราคาพิเศษ จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อคิดค้นนวัตกรรมใหม่ และหาเครือข่ายทางการค้าและผู้ค้ารายใหม่ **๓) ด้านการส่งเสริมเทคโนโลยี** ส่งเสริมการใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิต ลดการใช้แรงงาน และลดต้นทุนการผลิตสินค้า สนับสนุนด้านการใช้เครื่องมือเครื่องจักรในกระบวนการผลิต เพื่อทดแทนแรงงานที่ลดลงในอนาคต และให้บริการ Software สำหรับการประกอบธุรกิจฟรีเป็นระยะเวลา ๖ เดือน และ **๔) ด้านการพัฒนาองค์ความรู้** ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้และเตรียมรับมือกับสถานการณ์ได้ทัน ส่งเสริมความรู้ในการจัดทำแผนในภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อให้องค์กรอยู่รอด พัฒนาหลักสูตรที่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้จำนวนมากทางดิจิทัล พัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของแต่ละองค์กร (Tailor-Made Training Courses) ให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง การตลาด การขายออนไลน์ ให้ความรู้ด้านการเก็บวัตถุดิบ หรือการยืดอายุผลิตภัณฑ์ ฝึกทักษะเฉพาะด้านต่าง ๆ และสนับสนุนแอปพลิเคชัน LINE Official เพื่อเป็นศูนย์กลางทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

แนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบและความต้องการการสนับสนุนของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 กสอ. จึงพัฒนาแนวทางให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพมากยิ่งขึ้นในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว โดยการออกแบบและจัดทำหลักสูตรการพัฒนาองค์ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

๑) หลักสูตรสำหรับกระตุ้น Brand ของ DIProm ในช่วงวิกฤต ในหัวข้อที่เกี่ยวกับ New Normal และการพัฒนาช่วงวิกฤต COVID-19 การพัฒนาทักษะต่าง ๆ ความรู้ด้านการค้าออนไลน์และการตลาด และความรู้สำหรับธุรกิจชุมชน

๒) หลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการในภาวะปกติ ในหัวข้อที่เกี่ยวกับแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการ การเตรียมพร้อมผู้ประกอบการ และองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ

๓) หลักสูตรการประกอบการ ในหัวข้อที่เกี่ยวกับแนวคิดเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรบุคคล การเงิน การบัญชี การผลิต โลจิสติกส์ การประกันคุณภาพ การวิจัยและพัฒนา และการคิดค้นนวัตกรรม การตลาด ธุรกิจระหว่างประเทศ และการเตรียมพร้อมสู่การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น-ยอดเยี่ยม

๔) หลักสูตรพัฒนาทักษะสำหรับกลุ่มอาชีพ ใน ๘ กลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มอาชีพแฟชั่นโชว์ กลุ่มอาชีพดิจิทัล กลุ่มอาชีพนักร้องแบบ กลุ่มอาชีพการขนส่ง กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มอาชีพศิลปินพื้นบ้าน กลุ่มอาชีพช่าง และกลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร

ข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์
ของ กสอ. จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรค ทำให้ได้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

๑) เพิ่มการฝึกอบรมภาคปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะทักษะที่ขาดแคลน เช่น การใช้เครื่องจักร การซ่อมแซมและบำรุงรักษา การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน เป็นต้น

๒) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริงและครบถ้วนในการทำธุรกิจ อาจต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการ เช่น ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

๓) ควรมีระบบหรือช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เป็นแหล่งเดียวที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถแจ้งเตือนผู้ประกอบการให้ทราบถึงกิจกรรมที่สนใจได้

๔) ควรมีการจัดเก็บหลักสูตรอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวมเป็นส่วนกลางเพื่อเข้าใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	๑
บทที่ ๑ บทนำ.....	๕
๑.๑ ที่มาและความสำคัญ.....	๕
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	๕
๑.๓ กลุ่มเป้าหมาย	๖
๑.๔ ระยะเวลาดำเนินการศึกษา	๖
๑.๕ ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	๖
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และนโยบายที่เกี่ยวข้องในการศึกษา.....	๗
๒.๑ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	๗
๒.๒ นโยบายที่เกี่ยวข้อง	๑๒
บทที่ ๓ วิธีการศึกษา.....	๒๕
๓.๑ กรอบการศึกษา.....	๒๕
๓.๒ ขั้นตอนการศึกษา.....	๒๖
บทที่ ๔ ศึกษา/ทบทวนกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	๒๗
๔.๑ สํารวจผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19.....	๒๗
๔.๒ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่เป็น Key Stakeholder.....	๓๒
๔.๓ ศึกษามาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนร่วมฝ่าวิกฤต COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.....	๓๓
บทที่ ๕ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม	๓๖
๕.๑ แนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของเชื้อไวรัส COVID-19.....	๓๖
๕.๒ ข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.....	๔๘
เอกสารอ้างอิง.....	๕๐
ภาคผนวก	๕๑

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งมีการแพร่ระบาดที่ขยายตัวไปทั่วโลก และมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกและประเทศไทยได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบในทุกภาคส่วน ทั้งในเรื่องการใช้ชีวิต การทำงาน การดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้จากผลสำรวจผู้ประกอบการกว่า ๑,๕๐๐ ราย โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบหนักและรายได้ลดลงอย่างกะทันหัน ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น การเพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์ หากกลุ่มลูกค้าใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น กิจกรรมจำเป็นต้องลดภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลดจำนวนพนักงาน ปิดกิจการชั่วคราว หรือในบางรายต้องปิดกิจการและเลิกจ้างพนักงาน โดยในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รายงานภาวะสังคมในไตรมาส ๒ ของปี ๒๕๖๓ โดยระบุว่า อัตราการว่างงานอยู่ที่ร้อยละ ๑.๙๕ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ ๑.๐๓ จากไตรมาส ๑ ของปี ๒๕๖๓ และมีผู้ว่างงานลงจำนวน ๔๔๘,๐๕๐ คน และคาดว่าลูกจ้างมีความเสี่ยงต่อการถูกเลิกจ้างทั้งสิ้น ๘.๔ ล้านคน จากจำนวนลูกจ้างในระบบประมาณ ๓๗.๔ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๕ ของลูกจ้างทั้งหมดที่มาจากภาคเกษตร ภาคการผลิตและบริการ และลูกจ้างที่ไม่ได้ลงทะเบียนในระบบประกันสังคม

ดังนั้น เพื่อที่จะหาแนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว รวมถึงบัณฑิตที่จบใหม่ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคตให้สามารถมีอาชีพและรายได้เพื่อลดปัญหาการว่างงานจากการปิดกิจการ รวมถึงสร้างโอกาสทางอาชีพ พัฒนาทักษะอาชีพอิสระที่จะสามารถประกอบธุรกิจได้ต่อไปในอนาคต ผ่านการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ที่เหมาะสม ตั้งแต่ปรับทักษะเพิ่มทักษะ และสร้างทักษะใหม่ (Reskill/ Up-skill/ New Skill) เพื่อเพิ่มโอกาสในการถูกจ้างงานและโอกาสในการสร้างรายได้จากการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เกิดจากการเรียนรู้ทักษะอาชีพและแบบอย่างการลงทุนที่ดีมาประยุกต์ใช้และสามารถพัฒนาจนเกิดมาตรฐานและสามารถแข่งขันต่อไปได้ในอนาคต ตามกรอบแนวคิดเน้นการสร้างอาชีพจากการเข้าร่วมการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้จากแบบอย่างการลงทุน เน้นการสร้างรายได้จากการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ เน้นการสร้างธุรกิจอย่างมีนวัตกรรมจากการให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ “สร้างอาชีพที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีนวัตกรรม” ภายใต้วิถีชีวิตใหม่และรองรับโอกาสทางธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่วิถีความปกติใหม่ (New Normal) หลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาและประเมินวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

๑.๒.๒ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

๑.๓ กลุ่มเป้าหมาย

- ๑.๓.๑ ผู้ประกอบการ
- ๑.๓.๒ บัณฑิตจบใหม่
- ๑.๓.๓ บุคคลทั่วไปหรือผู้สนใจ
- ๑.๓.๔ ผู้สูงอายุ

๑.๔ ระยะเวลาดำเนินการศึกษา

เดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๓

๑.๕ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานภายในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสามารถนำแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ไปใช้เป็นกรอบการดำเนินงาน ทั้งเชิงนโยบาย เชิงกลยุทธ์ และเชิงปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และก่อให้เกิดผลประโยชน์กับผู้ประกอบการต่อไป

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และนโยบายที่เกี่ยวข้องในการศึกษา

เพื่อให้การศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง การช่วยเหลือภาคอุตสาหกรรมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 จึงได้ดำเนินการศึกษาสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องรายละเอียด ดังนี้

๒.๑ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในช่วงปี ๒๕๖๓ ประเทศไทยได้เผชิญกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งบางบริบทอาจคาดการณ์ได้ บางบริบทอาจคาดการณ์ได้ยาก และมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี หรือแม้กระทั่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะได้รับผลกระทบ

๒.๑.๑ ผลกระทบของ COVID-19 ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคม สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นับตั้งแต่ช่วงต้นปี ๒๕๖๓ เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างกว้างขวาง และรุนแรงในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน แม้ว่าที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการป้องกันและควบคุมโรคเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในโลก แต่การแพร่ระบาดของโรคอย่างรุนแรงและต่อเนื่องได้ส่งผลกระทบไปถึงมิติด้านเศรษฐกิจและด้านอื่น ๆ นอกเหนือไปจากวิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุข ทั้งการหยุดชะงักของห่วงโซ่การผลิตและการค้าระหว่างประเทศ การหดตัวของรายได้จากภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากการจำกัดการเดินทาง ความผันผวนรุนแรงในตลาดการเงินโลก และภาวะเศรษฐกิจถดถอย

แนวโน้มเศรษฐกิจไทย ในปี ๒๕๖๓ คาดว่าจะหดตัวลงรุนแรงที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจปี ๒๕๔๐ โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ ๒ ปี ๒๕๖๓ พบว่า มีการปรับตัวลดลงร้อยละ ๑๒.๒ อันจะส่งผลให้แนวโน้มเศรษฐกิจไทยตลอดทั้งปี ๒๕๖๓ จะปรับตัวลดลงในช่วงร้อยละ (-๗.๘) - (-๗.๓) เนื่องจากการปรับตัวลดลงมากของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาวะเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในประเทศ และปัญหาย้ายแล้ง โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะปรับตัวลดลงร้อยละ ๑๐ การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมปรับตัวลดลงร้อยละ ๓.๑ และร้อยละ ๕.๘ ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ผลกระทบในรายสาขา พบว่า ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการหลายสาขาได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาคบริการสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารหดตัวถึงร้อยละ ๕๐.๒ ขณะที่ภาคการเกษตรปรับตัวลดลงร้อยละ ๓.๒ จากปัญหาย้ายแล้ง

การหดตัวของเศรษฐกิจดังกล่าว จะนำไปสู่ปัญหาสภาพคล่องทางธุรกิจและความเสี่ยงต่อการปิดกิจการในภาคบริการ การท่องเที่ยว และกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความเปราะบาง และมีขีดความสามารถในการรองรับความเสี่ยงได้น้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ๒-๓ เท่า ในขณะเดียวกันปัญหาการว่างงานและการสูญเสียรายได้ ความยากจนและความเหลื่อมล้ำจะมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น รวมถึงความไม่เพียงพอของหลักประกันทางสังคม ตลอดจนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจและสังคมของประเทศอยู่ในภาวะกดดันมากยิ่งขึ้น โดยพบว่าในไตรมาสที่ ๒ ของปี ๒๕๖๓ ผู้ว่างงานมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง ๐.๗๕ ล้านคน คิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ ๑.๙๕ เพิ่มขึ้น

เป็นเท่าตัวจากอัตราว่างงานในภาวะปกติ และนับเป็นอัตราการว่างงานสูงสุดตั้งแต่ไตรมาสที่ ๒ ของปี ๒๕๕๒ โดยร้อยละ ๕๘.๗ ของแรงงานที่ว่างงานดังกล่าว มีสาเหตุมาจากสถานที่ทำงานเล็ก/หยุด/ปิดกิจการหรือหมดสัญญาจ้าง และเมื่อพิจารณาผู้ว่างงานที่เคยทำงานมาก่อนในช่วง ๓ เดือน ซึ่งเป็นการว่างงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 พบว่า มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ ๕๕.๔) เป็นแรงงานที่ถูกเลิกจ้างมาจากภาคบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาโรงแรมและภัตตาคาร (ร้อยละ ๑๘.๓) และสาขาค้าปลีกส่ง (ร้อยละ ๑๔.๖) โดยแรงงานส่วนใหญ่ที่ได้รับผลกระทบมีอายุมากกว่า ๔๐ ปี และจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า

๒.๑.๒ เทคโนโลยีพลิกโลก (Disruptive Technology) พลิกโฉมการพัฒนาของโลกในทุกมิติ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล อันนำไปสู่การเป็น “อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง” หรือ Internet of Things (IoT) ซึ่งทำให้เกิดปรากฏการณ์การเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคมโลก และส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างมากหลายด้าน ปรากฏการณ์ที่สำคัญได้แก่

๒.๑.๒.๑ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดสร้างความพลิกผันต่อเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของคน วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ผ่านมาทำให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม นำไปสู่โลกไร้พรมแดนหรือที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์ (Globalization) ความก้าวหน้าของทั้งวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่พัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งส่งผลให้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถูกคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนมาสู่การปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) ทำให้เกิดยุคอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) มีการพัฒนาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีโปรแกรมและใช้ร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถเคลื่อนที่ไปกับมนุษย์ได้ตลอด ส่งผลให้มนุษย์มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และสามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด มีการเผยแพร่พัฒนา และต่อยอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในโลกให้เติบโตอย่างรวดเร็ว จากการศึกษาของ Global Data โดยศูนย์ข้อมูลอัจฉริยะ (Technology Intelligence Center) ของประเทศอังกฤษ พบว่า ในปี ๒๕๖๑ มูลค่าตลาดของเทคโนโลยี IoT ทั่วโลกอยู่ที่ ๑๓๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะสูงถึง ๓๑๘ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ๒๕๖๖ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจถูกปรับเปลี่ยนเพื่อเอื้อให้วิถีการใช้ชีวิตของมนุษย์มีความสะดวกสบายมากขึ้น อาทิ การทำธุรกรรมทางการเงินและการชำระเงินรวดเร็วขึ้น ตลาดการเงินโลกมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น การระดมทุนจากนักลงทุนข้ามชาติได้ง่ายขึ้น การติดต่อสื่อสารทางไกลรวดเร็วสะดวกสบายได้ในทุกที่ทุกเวลาโดยมีค่าใช้จ่ายต่ำ ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ มีการปรับปรุงกฎระเบียบ เพื่อส่งเสริมการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ มากขึ้น รวมทั้งเกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตและบริการสาขาต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงระหว่างกันทั่วโลกในลักษณะห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Supply Chain) ทำให้การผลิตและบริการของประเทศต่าง ๆ ในโลกมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างมาก และวิถีการทำธุรกิจจะเปลี่ยนรูปแบบไป มีการเชื่อมต่อของธุรกิจการผลิตและธุรกิจบริการอย่างแยกกันไม่ได้และมีพลวัตสูง การลงทุนด้านดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลต่อบทบาทของ Regional Value Chain และ Global Value Chain ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคของโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการมีความคาดหวังต่อสินค้าและบริการที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าและบริการที่สร้างความสะดวกสบายได้อย่างสูงสุด สินค้าและบริการที่สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มคนในทุกช่วงวัย เป็นต้น ภาคการผลิตและบริการจึงต้องปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีพลิกโลก (Disruptive Technology) และสามารถปรับใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างเต็มศักยภาพ

๒.๑.๒.๒ แรงงานที่มีทักษะไม่ซับซ้อนถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบอัตโนมัติ (Automation) จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นำไปสู่แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและตลาดงานทั่วโลก ปัจจุบันมีการพัฒนา ผลิต และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานและการผลิตและบริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ ระบบอัตโนมัติหุ่นยนต์ปัญญาประดิษฐ์จากข้อมูลของสมาพันธ์หุ่นยนต์นานาชาติ (International Federation of Robotics) โดยในปี ๒๕๖๑ ภาคอุตสาหกรรมทั่วโลกมีการใช้แรงงานหุ่นยนต์เฉลี่ย ๘๕ ยูนิต์ต่อแรงงานมนุษย์ ๑๐,๐๐๐ คน และประเทศที่มีการใช้ในส่วนองแรงงานหุ่นยนต์ในภาคอุตสาหกรรมมากที่สุดคือ ประเทศเกาหลีใต้ สิงคโปร์ เยอรมนี และญี่ปุ่น ตามลำดับ ซึ่งการใช้หุ่นยนต์ส่วนใหญ่กระจุกตัวในอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive) และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical/ Electronics) ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาและการใช้ระบบอัตโนมัติส่งผลให้โลกแห่งการทำงานในอนาคตเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ และจะส่งผลกระทบต่อแรงงานในบางกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะแรงงานการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่จะถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติได้ง่าย โดยเฉพาะงานที่สามารถทำซ้ำหรือเป็นแบบแผน (Repetitive/Routine) จากรายงานของสถาบัน McKinsey Global Institute ระบุว่าภายในปี ๒๕๗๓ มีแรงงานจำนวนสูงถึง ๔๐๐-๘๐๐ ล้านคนทั่วโลก ที่มีความเสี่ยงอยู่ในภาวะตกงานหรือถูกทดแทนตำแหน่งงานอันเนื่องมาจากเทคโนโลยี โดยงานบางประเภทจะสูญหายไป และอาจเกิดงานประเภทใหม่ขึ้นมา ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ กลุ่มประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่ได้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มาใช้ทดแทนมนุษย์มากขึ้น อาทิ สนาบิโนในประเทศสิงคโปร์ได้ใช้เทคโนโลยีจดจำใบหน้าเพื่อติดตามผู้โดยสารขึ้นเครื่อง ดังนั้น แนวโน้มในอนาคตจะเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการแรงงาน การจ้างงาน ทักษะแรงงานแบบใหม่ รวมทั้งเกิดอาชีพใหม่ ๆ เช่น นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist) วิศวกรหุ่นยนต์ (Robotics Engineer) ผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI Specialist) วิศวกรปัญญาประดิษฐ์ (AI/Machine Learning Engineer) หรือผู้เชี่ยวชาญด้านฮาร์ดแวร์ปัญญาประดิษฐ์ (AI Hardware Specialist) เป็นต้น แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงานในอนาคต จึงทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาและเตรียมความพร้อมในทักษะงานใหม่ ๆ ให้กับแรงงานในแต่ละระดับ ซึ่งได้รับผลกระทบแตกต่างกัน สำหรับแรงงานไม่มีทักษะหรือมีทักษะที่ไม่ซับซ้อน ในอนาคตจะได้รับผลกระทบมากที่สุดจะต้องมีการพัฒนาให้มีทักษะในระดับที่ก้าวหน้ามากขึ้น สามารถทำงานที่ใช้ทักษะหลายด้าน (Multi-Skills) มากขึ้น ในขณะที่แรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีระดับสูงจะขาดแคลน และเกิดการแย่งชิงแรงงาน ก็ต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขัน

๒.๑.๓ แนวคิดวิเคราะห์เชิง SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน จุดเด่น และจุดด้อย กล่าวรวมไปถึงโอกาสที่ได้รับหรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ซึ่ง อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ได้ชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้ โดยนำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร รายละเอียดดังภาพที่ ๒.๑ โดยมีขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ ๒.๑ หลักในการใช้ SWOT Analysis

๒.๑.๓.๑ การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกระทบ

- **จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths)** เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรว่า ปัจจัยใดที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

- **จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses)** เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ ว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อยข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

๒.๑.๓.๒ การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร ทั้งปัจจัยด้านอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพแวดล้อมทางการเมือง และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

- **โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities)** เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถนำข้อดีมาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- **อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats)** เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบได้

๒.๑.๓.๓ แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix

TOWS Matrix เป็นเครื่องมือที่นำผลการวิเคราะห์ แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) มาวิเคราะห์ต่อเนื่องเพื่อระบุทางเลือกเชิงกลยุทธ์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์โดยการจับคู่ (Matching) เป็นการแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคที่องค์กรเผชิญ เมื่อนำมาจับคู่ให้สอดคล้องกับปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนแล้ว องค์กรควรเลือกใช้กลยุทธ์อย่างไรมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ (อนิวัช แก้วจำนง, ๒๕๕๑) ขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้ ทำให้เกิดกลยุทธ์แบ่งออกเป็น ๔ กลยุทธ์ (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย, ๒๕๕๓) ดังนี้

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
	1 2 3	1 2 3
โอกาส (Opportunity) 1 2 3	SO ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก)	WO ใช้โอกาสลดจุดอ่อน (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
อุปสรรค (Threat) 1 2 3	ST ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ)

ภาพที่ ๒.๒ TOWS Matrix

๑) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการจับคู่ จุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ SO มาพิจารณาร่วมกันเป็นการหาแนวทางการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวย เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก

๒) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้จากการจับคู่ จุดแข็ง (S) กับอุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ ST มาพิจารณาร่วมกัน ทั้งนี้ การใช้จุดแข็งขององค์กรเพื่อหาทางหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภัยคุกคามจากภายนอก

๓) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการจับคู่ จุดอ่อน (W) กับ โอกาส (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WO มาพิจารณาร่วมกัน ทั้งนี้ เป็นการใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในองค์กรให้ดีขึ้นด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นจากภายนอก

๔) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้จากการจับคู่ จุดอ่อน (W) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WT มาพิจารณาร่วมกัน ทั้งนี้ เป็นการป้องกันตัวขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุด และหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยอันตรายที่เกิดขึ้นจากภายนอก

๒.๒ นโยบายที่เกี่ยวข้อง

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในประเทศไทยส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ซึ่งทราบกันดีว่าผู้ประกอบการเปรียบเสมือนฟันเฟืองของเศรษฐกิจ หากผู้ประกอบการล้มจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย จึงทำให้มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการ รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ได้ออกนโยบายและมาตรการดูแลและเยียวยาผู้ประกอบการ ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งการลดดอกเบี้ย ปลดปล่อยสินเชื่อ และมีมาตรการรองรับอีกมากมายเพื่อให้ผู้ประกอบการและประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น

๒.๒.๑ มาตรการดูแลและเยียวยาในภาพรวมของประเทศไทย

๒.๒.๑.๑ มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๑ รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อเศรษฐกิจไทย ซึ่งก่อนสถานการณ์ COVID-19 ประเทศไทยก็อยู่ในภาวะที่ต้องเผชิญความท้าทายรอบด้าน เช่น การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศและความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องออกมาตรการเพื่อพยุงและลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจอย่างทันท่วงที โดยยึดหลัก “ทันการณ์ ตรงเป้าหมาย และชั่วคราวตามจำเป็น” เพื่อบรรเทาผลกระทบและเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ รวมถึงแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชน โดยเมื่อวันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเรื่อง มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๑ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) มาตรการดูแลและเยียวยา “ประชาชน” ประกอบด้วย ๒ มาตรการ ได้แก่

๑.๑) มาตรการค่าตอบแทนเสี่ยงภัยให้บุคลากรทางการแพทย์ สำหรับแพทย์และสัตวแพทย์ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสังกัดกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานนอกสังกัดกระทรวงสาธารณสุข สถานพยาบาลเทศบาลและท้องถิ่น ได้รับค่าตอบแทนผลัดละ ๑,๕๐๐ บาทต่อคน ส่วนพยาบาล นักวิชาการด้านการสาธารณสุข นักวิทยาศาสตร์การแพทย์ นักเทคนิคการแพทย์ นักรังสีการแพทย์ เจ้าพนักงานสาธารณสุข เจ้าพนักงานวิทยาศาสตร์การแพทย์ และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสังกัดกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานนอกสังกัดกระทรวงสาธารณสุข สถานพยาบาล เทศบาลและท้องถิ่น ได้รับค่าตอบแทนผลัดละ ๑,๐๐๐ บาทต่อคน โดยการทำงานต้องมีลักษณะเป็นเวรเป็นผลัด ๆ ละไม่ต่ำกว่า ๘ ชั่วโมง

๑.๒) มาตรการสร้างความเชื่อมั่นในระบบตลาดทุน โดยให้ประชาชนทั่วไปหักลดหย่อนค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund หรือ SSF) ที่มีนโยบายการลงทุนในหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๕ ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน ๒๐๐,๐๐๐ บาท โดยแยกจากวงเงินหักลดหย่อนค่าซื้อหน่วยลงทุนใน SSF กรณีปกติ และไม่อยู่ภายใต้เพดานวงเงินหักลดหย่อนรวมในกองทุนเพื่อการเกษียณทั้งหมด โดยต้องซื้อระหว่างวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๓ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓ และถือหน่วยลงทุนไว้ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ทั้งนี้ เงื่อนไขอื่น ๆ ให้เป็นไปตามประกาศกรมสรรพากร

๒) มาตรการดูแลและเยียวยา “ผู้ประกอบการ” ประกอบด้วย ๙ มาตรการ ได้แก่

๒.๑) มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ โดยธนาคารออมสินสนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ วงเงินรวม ๑๕๐,๐๐๐ ล้านบาท ให้แก่สถาบันการเงิน โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ ต่อปี

และสถาบันการเงินให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการในอัตราร้อยละ ๒ ต่อปี ระยะเวลา ๒ ปี วงเงินสินเชื่อสูงสุดต่อรายไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท

๒.๒) มาตรการพักเงินต้นลดดอกเบี้ยและขยายระยะเวลาชำระหนี้แก่ลูกหนี้

เฉพาะกิจ โดยสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) มีการผ่อนปรนเงื่อนไขการชำระหนี้และเงื่อนไขการรับประกันในด้านต่าง ๆ เช่น การพักชำระหนี้เงินต้น การลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การขยายระยะเวลาการชำระหนี้ และการผ่อนคลายเงื่อนไขการจ่ายค่าสินไหมทดแทน เป็นต้น นอกจากนี้ SFIs บางแห่งยังมีมาตรการสินเชื่อเพิ่มเติมเพื่อเสริมสภาพคล่องรวมถึงมีโครงการ Refinance หนี้บัตรเครดิตในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

๒.๓) มาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย

(ธปท.) ได้ออกแนวทางในการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย เพื่อให้สถาบันการเงินและบริษัทในกลุ่มสถาบันการเงินเฉพาะกิจ รวมถึงผู้ประกอบการที่ให้สินเชื่อที่มีใช้สถาบันการเงิน เร่งดำเนินการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ในเชิงรุกอย่างทันเหตุการณ์ เช่น ผ่อนปรนเกณฑ์การจัดชั้นสินเชื่อปกติ เพิ่มความยืดหยุ่นในการอนุมัติเงินกู้ เพื่อให้ลูกหนี้มีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินธุรกิจหรือดำเนินชีวิตประจำวันต่อไปได้

๒.๔) มาตรการสินเชื่อเพื่อส่งเสริมการจ้างงานของสำนักงานประกันสังคม

โดยสำนักงานประกันสังคมร่วมกับสถาบันการเงินสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำวงเงิน ๓๐,๐๐๐ ล้านบาท ให้แก่สถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนประกันสังคมและจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมมาแล้วไม่น้อยกว่า ๓ เดือน และต้องรักษาจำนวนผู้ประกันตนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของจำนวนผู้ประกันตน ณ วันที่ได้รับสินเชื่อเป็นระยะเวลา ๓ ปี เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ยังคงสามารถจ้างลูกจ้างต่อไปได้ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน

๒.๕) มาตรการคืนสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการในประเทศ โดยลด

อัตราภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายจากอัตราร้อยละ ๓ เหลืออัตราร้อยละ ๑.๕ สำหรับการจ่ายเงินได้พึงประเมินตั้งแต่วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ และลดเหลืออัตราร้อยละ ๒ สำหรับการจ่ายเงินได้พึงประเมินตามข้อกำหนด ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๓ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ที่จ่ายผ่านระบบการหักภาษี ณ ที่จ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Withholding Tax)

๒.๖) มาตรการภาษีเพื่อลดภาระดอกเบี้ยจ่ายของผู้ประกอบการ

โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและมีการจัดทำบัญชีเดียว สามารถหักรายจ่ายได้ ๑.๕ เท่า สำหรับรายจ่ายดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๓ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๓

๒.๗) มาตรการส่งเสริมเสถียรภาพของการจ้างงาน โดยให้ผู้ประกอบการ

สามารถหักรายจ่ายได้ ๓ เท่า สำหรับรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเป็นค่าจ้างของเดือนเมษายน - กรกฎาคม ๒๕๖๓ ให้แก่ลูกจ้างที่เป็นผู้ประกันตนตามกฎหมายว่าด้วยประกันสังคมและได้รับค่าจ้างไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาทต่อคนต่อเดือน โดยต้องคงการจ้างงานในช่วงดังกล่าวไว้ไม่น้อยกว่าจำนวนลูกจ้างที่เป็นผู้ประกันตน ณ วันสุดท้ายของเดือนธันวาคม ๒๕๖๒

๒.๘) มาตรการเร่งคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการภายในประเทศ

โดยพิจารณาคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกที่ดี กรณียื่นแบบ ภ.พ.๓๐ ทางอินเทอร์เน็ตจะได้รับคืนภายใน ๑๕ วัน และกรณียื่นแบบ ภ.พ.๓๐ ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาจะได้รับคืนภายใน ๔๕ วัน

๒.๙) มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ โดยลดระยะเวลาการรับฟังความคิดเห็นร่างขอบเขตงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และระยะเวลาการเผยแพร่ประกาศและเอกสารซื้อหรือจ้าง สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างและ

การบริหารพัสดุภาครัฐ ปรับเพื่อให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างเกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงให้หน่วยงานเร่งดำเนินการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายลงทุนปีเดียวที่เป็นการจัดหาพัสดุที่มีวงเงินต่อรายการไม่เกิน ๒ ล้านบาท ให้แล้วเสร็จภายในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓

๓) มาตรการดูแลและเยียวยา “ประชาชนและผู้ประกอบการ” ประกอบด้วย ๓ มาตรการ ได้แก่

๓.๑) มาตรการบรรเทาภาระการจ่ายค่าน้ำค่าไฟ โดยพิจารณาถึงแนวทางการลดและเลื่อนการชำระค่าน้ำและค่าไฟ หรือแนวทางที่เหมาะสม เช่น คัดค้านการปรับค่าใช้ไฟบางส่วน เป็นต้น ให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัส COVID-19

๓.๒) มาตรการลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้างและลูกจ้าง เพื่อลดอัตราเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้างและผู้ประกันตนตามมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติกองทุนประกันสังคม พ.ศ. ๒๕๓๓ โดยเงินสมทบของรัฐบาลให้คงอัตราเดิมที่ร้อยละ ๒.๗๕ ของค่าจ้าง พร้อมทั้งปรับลดจำนวนเงินสมทบของผู้ประกันตนตามมาตรา ๓๙ และรัฐจ่ายเงินสมทบในจำนวนเท่าเดิม เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของนายจ้างและผู้ประกันตนในการนำส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม ในช่วงที่ภาคส่วนต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

๓.๓) มาตรการบรรเทาภาระค่าธรรมเนียม ค่าเช่า ค่าตอบแทนในการให้บริการของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ ลดหรือชะลอหรือเลื่อนการเก็บค่าธรรมเนียม ค่าเช่าราชพัสดุ ค่าตอบแทนในการให้บริการ หรือค่าใช้จ่ายอื่นเพื่อบรรเทาภาระให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ

๒.๒.๑.๒ มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๒ รัฐบาลได้ออกมาตรการดูแลและเยียวยาประชาชนและผู้ประกอบการอย่างเร่งด่วน เพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชน รวมถึงบรรเทาผลกระทบและเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ สามารถผ่านพ้นวิกฤตความยากลำบากไปได้ และเมื่อวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเรื่อง มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๒ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) มาตรการดูแลและเยียวยา “แรงงานลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว อาชีพอิสระที่ไม่อยู่ในระบบประกันสังคม” ประกอบด้วย ๔ มาตรการ ได้แก่

๑.๑) มาตรการชดเชยรายได้แก่แรงงานลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว อาชีพอิสระที่ไม่อยู่ในระบบประกันสังคมหรือผู้ได้รับผลกระทบ เพื่อช่วยเหลือเยียวยาให้กับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวที่ได้รับผลกระทบจากการหยุดประกอบกิจการของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีคนแออัด เปียกเสียได้ง่ายต่อการแพร่เชื้อ เช่น สนามมวย สนามกีฬา ผับ สถานบันเทิง โรงมหรสพ นวดแผนโบราณ สปา ฟิตเนส สถานบริการอื่น ๆ เป็นต้น หรือผู้ได้รับผลกระทบอื่น ๆ ทั้งนี้ ไม่รวมผู้ประกันตนตามมาตรา ๓๓ ที่มีคุณสมบัติครบตามเงื่อนไขการได้รับประโยชน์ทดแทนกรณีว่างงานจากสำนักงานประกันสังคม ไม่รวมข้าราชการและข้าราชการบำนาญ และไม่รวมเกษตรกร (กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลืออื่น ๆ จากรัฐบาลอยู่แล้ว) ทั้งนี้ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้รับลงทะเบียนเข้าร่วมมาตรการ เป้าหมายรวมทั้งสิ้น ๓ ล้านคน โดยการสนับสนุนเงินช่วยเหลือรายละ ๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน เป็นระยะเวลา ๓ เดือน (เมษายน – มิถุนายน ๒๕๖๓)

๑.๒) มาตรการสินเชื่อฉุกเฉิน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องชั่วคราวในการดำรงชีวิตแก่ประชาชน โดยไม่จำเป็นต้องมีหลักประกันผ่านธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สนับสนุนสินเชื่อวงเงินรวม ๔๐,๐๐๐ ล้านบาท (ธนาคารออมสิน ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท และ

จ.ก.ส. ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท) วงเงินต่อรายไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท คิดอัตราดอกเบี้ยคงที่ไม่เกินร้อยละ ๐.๑ ต่อเดือน ระยะเวลาไม่เกิน ๒ ปี ๖ เดือน ปลอดชำระเงินต้นและดอกเบี้ย ๖ เดือน รับคำขอสินเชื่อถึงวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๓

๑.๓) มาตรการสินเชื่อพิเศษเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มสภาพคล่องชั่วคราว ในการดำรงชีวิตแก่ประชาชนที่มีรายได้ประจำ โดยมีหลักประกันผ่านธนาคารออมสินสนับสนุนสินเชื่อ วงเงินรวม ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท วงเงินต่อรายไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ บาท คิดอัตราดอกเบี้ยคงที่ไม่เกินร้อยละ ๐.๓๕ ต่อเดือน ระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี รับคำขอสินเชื่อถึงวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๓

๑.๔) มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับสำนักงานธนาคุณเคราะห์ เพื่อช่วยเหลือประชาชนฐานรากที่ได้รับผลกระทบ โดยธนาคารออมสินสนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ วงเงินรวม ๒,๐๐๐ ล้านบาท ให้แก่กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในนามของสำนักงานธนาคุณเคราะห์ (สธค.) โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ ๐.๑ ต่อปี และ สธค. คิดดอกเบี้ยจากประชาชนในอัตราไม่เกินร้อยละ ๐.๑๒๕ ต่อเดือน ระยะเวลา ๒ ปี

๑.๕) มาตรการเสริมความรู้ พิจารณาดำเนินการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ เสริมอาชีพ เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้ที่สนใจ พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

๑.๖) มาตรการเลื่อนเวลาการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยเลื่อน เวลาการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จากเดิมสิ้นสุดวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓ เป็นสิ้นสุดวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๓ เพื่อบรรเทาภาระให้แก่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น

๑.๗) มาตรการเพิ่มวงเงินหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพ โดยเพิ่มวงเงิน หักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพจากเดิมตามจ่ายจริงไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท เป็นไม่เกิน ๒๕,๐๐๐ บาท และ เมื่อรวมกับการหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันชีวิตและเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตแล้วต้องไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ ตั้งแต่ปีภาษี ๒๕๖๓ เป็นต้นไป เพื่อให้ประชาชนมีหลักประกันสุขภาพเพิ่มขึ้นและมีภาระค่าใช้จ่าย ในการดูแลสุขภาพลดลง และรัฐสามารถนำรายจ่ายด้านสาธารณสุขที่ลดลงจากการทำประกันสุขภาพ ของประชาชนไปช่วยเหลือประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยทั้งในด้านสาธารณสุขและด้านอื่น ๆ ได้มากขึ้น

๑.๘) มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับค่าตอบแทน ในการเสี่ยงภัยของบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข โดยยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับ (๑) ค่าตอบแทนเสี่ยงภัยในการเฝ้าระวัง สอบสวน ป้องกัน ควบคุม และรักษาผู้ป่วยจากไวรัส COVID-19 (๒) ค่าตอบแทนบุคคลที่มีไข้หรือมีอาการหรือมีอาการที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการให้ คำปรึกษาด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ได้รับแต่งตั้งจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นเงินได้พึงประเมิน ที่ได้รับในปีภาษี ๒๕๖๓ เพื่อสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ไม่มีภาระภาษีสำหรับค่าตอบแทนพิเศษจากการปฏิบัติงานดังกล่าวและ มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น

๒) มาตรการดูแลและเยียวยา “ผู้ประกอบการ” ประกอบด้วย ๗ มาตรการ ได้แก่

๒.๑) มาตรการสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเสริม สภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจและแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้แก่ ธุรกิจทัวร์ ธุรกิจสปา ธุรกิจขนส่ง ที่เกี่ยวเนื่อง (รถทัวร์ รถบัส รถตู้ รถแท็กซี่ เรือนำเที่ยว รถเช่า) บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และร้านอาหาร

โดยธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) สนับสนุนสินเชื่อวงเงินรวม ๑๐,๐๐๐ ล้านบาท วงเงินต่อรายไม่เกิน ๓ ล้านบาท คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ ๓ สำหรับ ๒ ปีแรก ระยะเวลาการกู้ยืมสูงสุดไม่เกิน ๕ ปี รับคำขอสินเชื่อถึงวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๓ สำหรับมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำภายใต้มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๑ นั้น เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินโครงการ คณะรัฐมนตรีจึงได้มอบหมายให้ธนาคารออมสินเป็นผู้นำหลักในการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ

๒.๒) มาตรการเลื่อนเวลาการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยเลื่อนเวลาการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้ (๑) รอบระยะเวลาบัญชีปี ๒๕๖๒ (ภ.ง.ด. ๕๐) สำหรับกรณีที่จะต้องยื่นรายการชำระภาษีตั้งแต่วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๓ - ๓๐ สิงหาคม ๒๕๖๓ ออกไปเป็นภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๓ (๒) รอบระยะเวลาบัญชีปี ๒๕๖๓ (ภ.ง.ด. ๕๑) สำหรับกรณีที่จะต้องยื่นรายการชำระภาษีตั้งแต่วันที่ ๑ กรกฎาคม - ๒๙ กันยายน ๒๕๖๓ ออกไปเป็นภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้นจากการเลื่อนชำระภาษีตาม ภ.ง.ด. ๕๐ ประมาณ ๑๒๐,๐๐๐ ล้านบาท และจากการเลื่อนชำระภาษีตาม ภ.ง.ด. ๕๑ ประมาณ ๓๐,๐๐๐ ล้านบาท

๒.๓) มาตรการเลื่อนเวลาการยื่นแบบแสดงรายการ นำส่ง และชำระภาษี โดยเลื่อนเวลาการยื่นแบบแสดงรายการ นำส่ง และชำระภาษีทุกประเภทที่กรมสรรพากรจัดเก็บ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ เป็นต้น ให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้แก่ (๑) ผู้ประกอบการที่ต้องปิดสถานประกอบการตามคำสั่งของทางราชการ เช่น กระทรวงมหาดไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น (๒) ผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 เฉพาะที่มีเหตุอันสมควรให้เลื่อนเวลาออกไป โดยกระทรวงการคลังจะพิจารณาเป็นรายกรณี เพื่อเป็นการลดภาระในการจัดทำเอกสารและการเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว

๒.๔) มาตรการขยายเวลาการชำระภาษีให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม สินค้าน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมัน เพื่อบรรเทาภาระภาษีแก่ผู้เสียภาษีที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 กรมสรรพสามิตให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมันจากเดิมยื่นขอชำระภาษีภายใน ๑๐ วัน เป็นภายในวันที่ ๑๕ ของเดือนถัดจากเดือนที่นำสินค้าออกจากโรงอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้าทัณฑ์บน โดยให้ดำเนินการดังกล่าวเป็นระยะเวลา ๓ เดือน (เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓)

๒.๕) มาตรการขยายเวลาการยื่นแบบรายการภาษีพร้อมกับชำระภาษี ของการประกอบกิจการสถานบริการที่จัดเป็นบริการตามบัญชีพักอัตราภาษีสรรพสามิต เพื่อบรรเทาภาระภาษีแก่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่ได้รับผลกระทบจากการให้ปิดสถานที่ที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดที่มีคนแออัด เปียกเสียด ง่ายต่อการแพร่เชื้อไวรัส COVID-19 เป็นการชั่วคราว กรมสรรพสามิตขยายเวลาการยื่นแบบรายการภาษีพร้อมกับชำระภาษีของการประกอบกิจการสถานบริการ ได้แก่ ไนต์คลับ ดิสโกเธค ผับ บาร์ ค็อกเทลเลาจน์ โดยรวมถึงสถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ซึ่งปิดทำการหลังเวลา ๒๔.๐๐ นาฬิกา และสถานอาบน้ำหรืออบตัว และนวด ตลอดจนกิจการเสี่ยงโชคประเภทสนามแข่งม้า และสนามกอล์ฟ ให้ยื่นแบบรายการและชำระภาษีภายในวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓

๒.๖) มาตรการยกเว้นอากรขาเข้าของที่ใช้รักษา วินิจฉัย หรือป้องกัน โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ โดยยกเว้นอากรขาเข้าของที่ใช้รักษา วินิจฉัย หรือป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ตามรายการที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนด ตั้งแต่วันที่ประกาศกระทรวงการคลัง มีผลบังคับใช้ จนถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงการรักษา วินิจฉัย หรือป้องกัน โรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ได้มากขึ้น

๒.๗) มาตรการทางภาษีอากรและค่าธรรมเนียม เพื่อสนับสนุนการปรับปรุง โครงสร้างหนี้ของเจ้าหนี้ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อรายย่อย เพื่อการประกอบอาชีพ สินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัด เช่าซื้อ ลีสซิ่ง และเจ้าหนี้อื่นที่ทำสัญญาปรับปรุงโครงสร้าง หนี้ร่วมกับสถาบันการเงิน)

๒.๗.๑) (๑) ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีเงินได้นิติบุคคล ให้แก่ลูกหนี้สำหรับเงินได้ที่ได้จากการปลดหนี้ของเจ้าหนี้ (๒) ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ให้แก่ลูกหนี้และเจ้าหนี้สำหรับเงินได้ที่ได้ จากการโอนทรัพย์สิน การขายสินค้าหรือการให้บริการ และการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการปรับปรุง โครงสร้างหนี้ (๓) ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ ให้แก่ลูกหนี้สำหรับเงินได้ที่ได้จากการโอนอสังหาริมทรัพย์ที่จำนองเป็นประกันหนี้ของเจ้าหนี้ให้แก่ผู้อื่นซึ่งมิใช่ เจ้าหนี้และการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการโอนอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว โดยลูกหนี้ต้องนำเงินนั้น ไปชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ เฉพาะส่วนที่ไม่เกินกว่าหนี้ที่ค้างชำระหรือมีภาระผูกพันตามสัญญาประกันหนี้ ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด และ (๔) ผ่อนปรนหลักเกณฑ์การจำหน่ายหนี้สูญ จากบัญชีลูกหนี้สำหรับหนี้ที่เจ้าหนี้ปลดหนี้ให้แก่ลูกหนี้ โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ปกติ ทั้งนี้ สำหรับการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๖๓ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๔

๒.๗.๒) ลดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมการโอนและการ จำนองอสังหาริมทรัพย์ตามประมวลกฎหมายที่ดิน และห้องชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด สำหรับกรณี การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ตามกรณีที่กำหนด ซึ่งกรมที่ดินจะดำเนินการออกประกาศกระทรวงมหาดไทย ให้เรียกเก็บค่าจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมดังกล่าว ร้อยละ ๐.๐๑ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ทั้งนี้ การดำเนินการข้างต้นเป็นการขยายหลักเกณฑ์จากมาตรการภาษี อากรและค่าธรรมเนียมภายใต้มาตรการต่อเติม เสริมทุน SMEs สร้างไทย ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๗ มกราคม ๒๕๖๓ เพื่อให้ครอบคลุมการปรับปรุงโครงสร้างหนี้สำหรับลูกหนี้ของเจ้าหนี้อื่น ซึ่งจะช่วยให้ลูกหนี้ มีสภาพคล่องเพิ่มขึ้นและสามารถฟื้นฟูฐานะและกิจการแล้วประกอบอาชีพและธุรกิจต่อไปได้ และเจ้าหนี้และ ระบบสถาบันการเงินในภาพรวมมีต้นทุนลดลงและสามารถให้สินเชื่อแก่ประชาชนและธุรกิจต่าง ๆ เพิ่มเติมได้

๒.๒.๑.๓ มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๓ วงเงิน ๑,๙๐๐,๐๐๐ ล้านบาท เพื่อบรรเทาผลกระทบ ต่อระบบเศรษฐกิจ ป้องกันไม่ให้สถานการณ์รุนแรงเข้าขั้นวิกฤตจนต้องสูญเสียทรัพยากรทางเศรษฐกิจและ การเงินที่มากเกินไปอันจะเป็นภาระให้กับประเทศในอนาคต และวางรากฐานเพื่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดคลี่คลายดีขึ้น โดยเมื่อวันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีได้มีมติ เห็นชอบเรื่อง มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๓ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ร่างพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟู เศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พ.ศ. (ร่าง พ.ร.ก. กู้เงินฯ) รัฐบาลมีเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นที่จะบรรเทา ความเดือดร้อนของประชาชนและควบคุมการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจแต่ด้วยข้อจำกัดและเงื่อนไขเวลา การงบประมาณรัฐบาลจำเป็นต้องตราร่าง พ.ร.ก. กู้เงินฯ โดยมีกรอบวงเงินกู้ไม่เกิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ ล้านบาท เพื่อเป็นงบประมาณเพิ่มเติมรองรับการช่วยเหลือเยียวยา และฟื้นฟู เศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบ จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยสามารถแบ่งกรอบการใช้เงินได้ ดังนี้

๑.๑) มาตรการด้านการแพทย์และสาธารณสุข วงเงิน ๖๐๐,๐๐๐ ล้านบาท เพื่อแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยครอบคลุมการช่วยเหลือและเยียวยาให้กับ ประชาชน เกษตรกร และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และการแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 การแพทย์และสาธารณสุข

๑.๒) มาตรการดูแลเศรษฐกิจภายในประเทศ วงเงิน ๔๐๐,๐๐๐ ล้านบาท โดยครอบคลุม ๑) การเพิ่มศักยภาพ กระบวนการค้าการผลิต และการบริการในสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ ของประเทศและในระดับพื้นที่ เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ ตลอดจนการส่งเสริมตลาดสำหรับผลผลิต และ ผลิตภัณฑ์ ในระดับที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวหรือภาคบริการอื่น ๒) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน การจัดหาปัจจัย การผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งการสร้างช่องทางทางการตลาด และยกระดับมาตรฐานคุณภาพและมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น (Local Economy) และ ๓) การส่งเสริมและกระตุ้นการบริโภคภาคครัวเรือนและเอกชน รวมทั้ง การส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุนต่าง ๆ ของภาคเอกชนที่จะทำให้สภาวะการบริโภคและการลงทุนกลับเข้าสู่ ระดับปกติ

๒) มาตรการเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและระบบการเงิน รัฐบาล เพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการ พร้อมกับการเสริมสภาพคล่องและรักษาเสถียรภาพตลาดตราสารหนี้ ภาคเอกชน โดยการตราพระราชกำหนด ๒ ฉบับ ดังนี้

๒.๑) ร่างพระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พ.ศ. (ร่าง พ.ร.ก. Soft loan ๕๐๐,๐๐๐ ล้านบาท) สำหรับช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยร่าง พ.ร.ก. Soft loan ๕๐๐,๐๐๐ ล้านบาท กำหนดให้ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สามารถปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft loan) ให้แก่ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ ต่อปี วงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ ล้านบาท เพื่อปล่อยสินเชื่อใหม่เพิ่มเติมให้แก่ผู้ประกอบการที่มียอดสินเชื่อคงค้างเดิมไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท ที่ไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและไม่เป็น NPL ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๒ โดยผู้ประกอบการจะได้รับ สินเชื่อเพิ่มเติมไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของยอดสินเชื่อเดิม ในอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ ๒ ต่อปี ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ ไม่ต้องชำระเงินต้นและดอกเบี้ยสำหรับสินเชื่อที่ได้เพิ่มเติมในระยะ ๖ เดือนแรก นอกจากนี้ยังมีโครงการ ให้ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ สามารถพักชำระหนี้เดิมทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย ให้ผู้ประกอบการที่เป็นลูกหนี้ชั้นดี ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๒ เป็นระยะเวลา ๖ เดือน

๒.๒) ร่างพระราชกำหนดการสนับสนุนสภาพคล่องเพื่อดูแลเสถียรภาพ ตลาดตราสารหนี้ภาคเอกชน พ.ศ. (ร่าง พ.ร.ก. BSF) วงเงิน ๔๐๐,๐๐๐ ล้านบาท สำหรับเพิ่มสภาพคล่อง และรักษาเสถียรภาพของตลาดตราสารหนี้ภาคเอกชนและระบบการเงิน โดยร่าง พ.ร.ก. ฉบับนี้กำหนด ให้จัดตั้งกองทุนเสริมสภาพคล่องเพื่อลดความเสี่ยงของการระดมทุนในตลาดตราสารหนี้ภาคเอกชน

(Corporate Bond Liquidity Stabilization Fund: BSF) และให้ ธปท. สามารถซื้อขายหน่วยลงทุนในกองทุนดังกล่าว เพื่อสนับสนุนให้การระดมทุนโดยการออกตราสารหนี้ในตลาดแรกให้ทำงานได้เป็นปกติ (Market functioning) โดยกองทุนจะเข้าไปซื้อตราสารหนี้เพื่อช่วยเพิ่มสภาพคล่องแก่บริษัทผู้ออกหุ้นกู้ที่มีคุณภาพ แต่ประสบปัญหาสภาพคล่องชั่วคราวจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ให้บริษัทสามารถ Rollover หุ้นกู้ต่อไปได้ ทั้งนี้ ธปท. สามารถซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนดังกล่าวได้ไม่เกิน ๔๐๐,๐๐๐ ล้านบาท

๓) มาตรการช่วยเหลืออื่น ๆ ประกอบด้วย ๓ มาตรการ ดังนี้

๓.๑) ร่างพระราชกฤษฎีกากำหนดจำนวนเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองเป็นการทั่วไป พ.ศ. เพื่อให้ขยายวงเงินคุ้มครองเงินฝากที่ระดับ ๕ ล้านบาท ไปถึงวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๔ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ฝากเงิน ซึ่งจะเพิ่มความมั่นคงและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและระบบสถาบันการเงินในภาพรวม

๓.๒) มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบธุรกิจการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-banks) ธนาคารออมสินปล่อยสินเชื่อให้แก่ Non-Banks เพื่อให้สามารถช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยของแต่ละบริษัทโดยการผ่อนปรนเงื่อนไขสินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ เช่าซื้อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์และสินเชื่อทะเบียนรถให้แก่ประชาชน

๓.๓ การปรับลดอัตราเงินนำส่งจากสถาบันการเงินเป็นการชั่วคราว ปรับลดอัตราเงินนำส่งจากสถาบันการเงินจากอัตราร้อยละ ๐.๔๖ ต่อปีเหลือร้อยละ ๐.๒๓ ต่อปี เพื่อให้สถาบันการเงินมีต้นทุนต่ำลง ซึ่งจะนำไปสู่การลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่จะช่วยบรรเทาภาระหนี้ของภาคธุรกิจและประชาชน

๒.๒.๒ มาตรการดูแลและเยียวยาในภาพรวมสำหรับผู้ประกอบการ

๒.๒.๒.๑ มาตรการด้านการเงิน

๑) ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ขยายมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ทุกประเภทที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ อาทิ มาตรการช่วยเหลือด้านสินเชื่อสำหรับลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มาตรการเพิ่มเติมเพื่อช่วยเหลือ SMEs และดูแลเสถียรภาพตลาดตราสารหนี้เอกชน เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยกำหนดเป็นมาตรการชั่วคราวระยะเวลา ๒ ปี ระหว่างวันที่ ๑ มกราคม ๒๕๖๓ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ เพื่อให้สถาบันการเงินช่วยเหลือด้านสภาพคล่องและปรับโครงสร้างหนี้ให้แก่ลูกหนี้ได้อย่างทั่วถึงและทันที่ที่ ธปท. จึงได้ปรับปรุงกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดชั้นและการกันเงินสำรอง รวมทั้งการรายงานข้อมูลเครดิตของลูกหนี้เพื่อให้เข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายขึ้น

๒) บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (เครดิตบูโร) มาตรการช่วยเหลือด้านสินเชื่อสำหรับลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ลูกหนี้ “ไม่เสียประวัติข้อมูลเครดิต” ผ่อนผันเงื่อนไขการชำระหนี้ และ/หรือ ดอกเบี้ยในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ให้แก่ลูกหนี้ที่ไม่มีหนี้ค้างชำระ หรือมีหนี้ค้างชำระไม่เกิน ๙๐ วัน นับแต่วันถึงกำหนดชำระ ให้สามารถนำส่งข้อมูลสถานะบัญชีเป็นปกติได้

๓) ธนาคารกรุงไทย พักชำระหนี้ต้นและดอกเบี้ย สำหรับลูกค้าผู้ประกอบการที่มีวงเงินสินเชื่อไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท พักชำระหนี้ต้นและดอกเบี้ย ๖ เดือน (เมษายน – กันยายน ๒๕๖๓) **ปล่อยเงินกู้เสริมสภาพคล่อง** สำหรับลูกค้าผู้ประกอบการที่มีวงเงินสินเชื่อไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท วงเงินกู้สูงสุดไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของยอดคงค้าง อัตราดอกเบี้ยร้อยละ ๒ คิดดอกเบี้ย ๖ เดือน **สินเชื่อกรุงไทย**

ด้านภัยโควิด-๑๙ สำหรับธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ดอกเบี้ยต่ำ เริ่มต้นร้อยละ ๒ คงที่ วงเงินกู้สูงสุด ๒๐ ล้านบาท ฟรีค่าธรรมเนียม

๔) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) ให้สินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยพิเศษ คลินิกให้คำปรึกษาแก่ผู้ส่งออกทางโทรศัพท์ และให้สินเชื่อสำนักงานประกันสังคม (สปส.) เพื่อส่งเสริมการจ้างงานยืนนกัที่ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM bank)

๕) ธนาคารออมสิน พักชำระเงินต้นและดอกเบี้ยอัตโนมัติและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ Soft loan

๖) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Development Bank) กำหนดมาตรการพัก-ลด-ผ่อนขยาย-เติม เลื่อนการชำระหนี้ และให้สินเชื่อ SMEs ลูกค้ำเดิมไม่เป็น NPL SMEs ลูกค้ำเดิมเป็น NPL และ SMEs ลูกค้ำใหม่ หรือไม่มีหนี้ค้ำ

๗) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ช่วยธุรกิจ จากผลกระทบไวรัส COVID-19 สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว พักชำระค่าธรรมเนียมการค้ำประกันสินเชื่อ ๑๒ เดือน ฟรีค่าธรรมเนียมค้ำประกัน ๒ ปีแรก

๘) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) พักชำระเงินต้นระยะเวลา ๓ เดือน - ๑ ปี พร้อมลดดอกเบี้ยเหลือสูงสุดร้อยละ ๓.๙๐ ต่อปี สำหรับลูกค้ำทั่วไปและบุคลากรทางการแพทย์และ สาธารณสุข

๙) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) มาตรการช่วยเหลือลูกค้ำ ผู้ฝากเงินสงเคราะห์ชีวิต และโครงการสนับสนุนสินเชื่อฉุกเฉินวงเงิน ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท

๑๐) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มาตรการสินเชื่อส่วนบุคคล มาตรการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (Hire Purchase) มาตรการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และมาตรการสินเชื่อเพื่อธุรกิจ

๑๑) ธนาคารไทยพาณิชย์ การพักชำระหนี้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยให้กับลูกค้ำ การสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อย (ยอดขายไม่เกิน ๗๕ ล้านบาท)

๑๒) ธนาคารกรุงเทพ ให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับประเภทเงินกู้ (Installment Loan)

๑๓) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สินเชื่อเพื่อธุรกิจรายย่อย และมาตรการเยียวยา ธุรกิจตามมาตรการของ ธปท. พักชำระเงินต้นและดอกเบี้ย ๖ เดือน

๑๔) ธนาคารกสิกรไทย มาตรการช่วยเหลือด้านสินเชื่อสำหรับลูกค้ำรายย่อย และลูกค้ำผู้ประกอบการ ของธนาคารกสิกรไทย

๑๕) ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สินเชื่อ SMEs พักชำระหนี้ เงินต้นสูงสุด ๖ เดือน

๑๖) ธนาคารเกียรตินาคิน สินเชื่อ SMEs พักชำระหนี้เงินต้น ๙-๑๘ เดือน (สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมทั้งหมด)

๑๗) ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ ลูกค้ำผู้ประกอบการที่มีวงเงินสินเชื่อ ไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท พักชำระเงินต้นและดอกเบี้ย ๖ เดือน และมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ธุรกิจและลูกหนี้รายย่อย ผ่อนปรนเงื่อนไขการชำระ

๑๘) กลุ่มธนาคารไอซีบีซี ลูกค้ำธุรกิจและลูกค้ำบุคคลธรรมดา ผ่อนปรน การชำระหนี้เงินต้นชั่วคราวเป็นระยะเวลาสูงสุดไม่เกิน ๑๒ เดือน

๑๙) ธนาคารทีเอสบี สินเชื่อธุรกิจ SMEs วงเงินไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท พักชำระเงินต้น ๓ เดือน

๒๐) ธนาคารยูโอบี สินเชื่อลูกค้าธุรกิจเอสเอ็มอี และลูกค้าองค์กร ยกเว้น การชำระทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยสูงสุดไม่เกิน ๓ เดือน และพักชำระหนี้เงินต้น โดยชำระเฉพาะดอกเบี้ยสูงสุด ๑๒ เดือน และให้สินเชื่อโครงการ Soft Loan อัตราดอกเบี้ยพิเศษร้อยละ ๒ เป็นระยะเวลา ๒ ปี

๒.๒.๒.๒ มาตรการด้านประกันสังคม/แรงงาน

๑) การลดอัตราเงินสมทบของนายจ้างและผู้ประกันตน ระยะเวลาการลดอัตราเงินสมทบของนายจ้างและผู้ประกันตน มีระยะเวลา ๓ เดือน ตั้งแต่วันที่ ๑ มีนาคม – พฤษภาคม ๒๕๖๓ นายจ้าง ลดลงเป็นร้อยละ ๔ ส่วนผู้ประกันตน มาตรา ๓๓ ลดลงเป็นร้อยละ ๑ และผู้ประกันตน มาตรา ๓๙ เหลือเพียง ๘๖ บาท

๒) การเพิ่มสิทธิประโยชน์ กรณีว่างงานเนื่องจากเหตุสุดวิสัยจากโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ได้รับการจ่ายเงินชดเชย กรณีลาออกชดเชยร้อยละ ๔๕ ของค่าจ้าง ไม่เกิน ๙๐ วัน (บังคับใช้ ๒ ปี) กรณีเลิกจ้าง ชดเชยร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง ไม่เกิน ๒๐๐ วัน (บังคับใช้ ๒ ปี) และผู้ประกันตนมาตรา ๓๓ ที่ได้รับผลกระทบหยุดงานชั่วคราว ประกันสังคมจ่ายให้ร้อยละ ๖๒ ของค่าจ้างรายวัน ไม่เกิน ๙๐ วัน

๓) การขยายระยะเวลาการส่งเงินสมทบของนายจ้างและผู้ประกันตน มาตรา ๓๓ และ ๓๙ ตามประกาศกระทรวงแรงงาน ขยายกำหนดเวลายื่นแบบรายการแสดงการส่งเงินสมทบ และการนำส่งเงินสมทบของนายจ้างและผู้ประกันตน สำหรับงวดเดือนมีนาคม – พฤษภาคม ขยายไป ๓ เดือน

๔) เปิดอบรมฟรีสำหรับแรงงานอิสระ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน เปิดหลักสูตรการอบรมให้กับแรงงานอิสระที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ให้ฝึกอาชีพฟรี ระยะเวลาฝึก ๑๕ วัน มี เบี้ยเลี้ยงให้วันละ ๑๕๐ บาท เป้าหมายรับสมัคร ๗,๘๐๐ คน โดยเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ อาทิ การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ บาริสต้ามีอาชีพ การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย การประกอบธุรกิจกาแฟ การประกอบอาหาร และการทำขนม เป็นต้น

๕) การดูแลรักษาผู้ประกันตนที่ป่วย COVID-19 ประชาชนในทุกจังหวัด หากมีความเสี่ยงอยู่ในเกณฑ์สอบสวนโรคของกระทรวงสาธารณสุข สามารถเข้ารับการตรวจ COVID-19 ฟรี ได้ที่โรงพยาบาลในสิทธิประกันสังคมและบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง/ ๓๐ บาทรักษาทุกโรค)

๖) อนุญาตให้ปรับการจ้างงานเป็นรายชั่วโมงได้ กรณีโรงงานไม่มีการผลิตครบเหมือนเดิม และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเลิกจ้าง จึงอนุญาตให้ปรับการจ้างงานเป็นรายชั่วโมงได้ในอัตรา ๔๐ - ๔๑ บาท โดยจ้างขั้นต่ำ ๔ - ๘ ชั่วโมง

๗) ผ่อนผันการต่อใบอนุญาตแรงงานต่างชาติ (Work Permit) มาตรการผ่อนผันการต่อใบอนุญาตแรงงานต่างชาติ (Work Permit) ไป ๖ เดือน สำหรับผู้ประกอบการที่ใช้แรงงานต่างชาติ

๒.๒.๒.๓ มาตรการด้านภาษี

๑) เลื่อนยื่นแบบแสดงรายการภาษี ขยายเวลายื่นแบบและชำระภาษีเฉพาะผู้ประกอบการที่ปิดสถานประกอบการตามคำสั่งของทางราชการ ขยายออกไปสูงสุดถึงวันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๓

๒) มาตรการลดอัตราภาษีหัก ณ ที่จ่าย จากร้อยละ ๓ เหลือร้อยละ ๑.๕ เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการและบุคคลธรรมดา ในช่วงตั้งแต่เดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๓ และหลังจากนั้นผู้ประกอบการที่ใช้ระบบภาษีหัก ณ ที่จ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ จะจ่ายภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ ๒ ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๓ - ธันวาคม ๒๕๖๔

๓) มาตรการลดภาระดอกเบี้ยจ่าย SMEs หักจ่ายดอกเบี้ยเพิ่ม ๑.๕ เท่า เป็นการลดภาระดอกเบี้ยจ่ายให้แก่ SMEs ที่เข้าร่วมมาตรการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำของรัฐบาล โดยสามารถหักจ่ายดอกเบี้ยเพิ่มได้ ๑.๕ เท่า สำหรับการจ่ายดอกเบี้ยในช่วงตั้งแต่เดือนเมษายน - ธันวาคม ๒๕๖๓ สำหรับผู้ประกอบการที่จัดทำบัญชีชุดเดียว

๔) มาตรการสนับสนุน SMEs จ้างงานต่อเนื่อง โดยสามารถนำรายจ่าย ค่าจ้างพนักงานมาหักจ่ายได้ ๓ เท่า สำหรับรายจ่ายค่าจ้างตั้งแต่เดือนเมษายน - กรกฎาคม ๒๕๖๓

๕) เพิ่มสภาพคล่องผู้ส่งออกที่ดี คืน VAT เร็ว ภายใน ๑๕ วัน เพิ่มสภาพคล่องผู้ส่งออกที่ดี โดยคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ในกรณียื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ตภายใน ๑๕ วัน จากปกติใช้เวลา ๓๐ วัน และหากยื่นเอกสารผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จะคืนภายใน ๔๕ วัน จากปกติใช้เวลา ๖๐ วัน

๖) มาตรการเพิ่มความเชื่อมั่นนักลงทุนและตลาดทุนที่ลงทุนในกองทุนเพื่อการออม (SSF) โดยให้ลดหย่อนภาษีเพิ่ม ๒๐๐,๐๐๐ บาท แยกจากวงเงินของกองทุน SSF ปกติ และไม่อยู่ภายใต้เพดานเงินสะสมเพื่อการเกษียณอายุ ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้การลดหย่อนภาษีส่วนที่เพิ่มเติมต้องเป็นการลงทุนในกองทุน SSF ที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๕ ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ โดยถือครองหน่วยลงทุนไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ลงทุนในเดือนเมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓

๗) มาตรการสนับสนุนการแก้ไขปัญหา COVID-19 บริจาคได้ลดหย่อนหักจ่าย ยกเว้น VAT โดยการบริจาคเงินช่วย COVID-19 ผ่านทาง e-Donation ตั้งแต่วันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๖๓ - ๕ มีนาคม ๒๕๖๔ โดยสามารถรับสิทธิ์ลดหย่อนหักจ่าย ยกเว้น VAT สำหรับบุคคลธรรมดา บริจาคเงินสามารถหักลดหย่อนได้ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของเงินได้หลักหักค่าใช้จ่าย บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล บริจาคเงินหรือทรัพย์สินช่วย COVID-19 สามารถหักจ่ายได้ไม่เกินร้อยละ ๒ ของกำไรสุทธิ และผู้ประกอบการบริจาคทรัพย์สินช่วย COVID-19 จะได้รับยกเว้น VAT

๒.๒.๒.๔ มาตรการสาธารณูปโภค

๑) มาตรการเกี่ยวกับไฟฟ้า ลดค่าไฟร้อยละ ๓ ให้แก่ผู้ใช้ทุกประเภทตั้งแต่เดือนเมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓ เป็นระยะเวลา ๓ เดือน และขยายระยะเวลาการชำระค่าไฟฟ้า สำหรับผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทกิจการเฉพาะอย่าง สามารถชำระได้ถึงเดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๓

๒) มาตรการเกี่ยวกับประปา ลดค่าน้ำร้อยละ ๓ ของผู้ใช้ทุกประเภทตั้งแต่เดือนเมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓ เป็นระยะเวลา ๓ เดือน และมาตรการขยายระยะเวลาการชำระค่าน้ำประปา สำหรับผู้ใช้น้ำที่จดทะเบียนประกอบธุรกิจโรงแรม และกิจการให้ที่พักอาศัย โดยไม่คิดดอกเบี้ยสามารถผ่อนชำระได้ไม่เกิน ๖ เดือนของแต่ละรอบปี แঙ্গค่าน้ำประปาของเดือนเมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๓

๓) มาตรการลดค่าธรรมเนียม ค่าเช่า ในการบริการของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ ผู้เช่าที่ถือสัญญาเช่าอาคารราชพัสดุ สัญญาเช่าเพื่อประโยชน์อื่น สัญญาก่อสร้างอาคาร ยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังและสัญญาเช่าที่ราชพัสดุ สามารถเลื่อนชำระค่าเช่าและค่าตอบแทนของเดือนมีนาคม - สิงหาคม ๒๕๖๓ (รวมระยะเวลา ๖ เดือน) และผ่อนชำระค่าเช่าและค่าตอบแทนเป็นระยะเวลา ๑๒ เดือน (๑ กันยายน ๒๕๖๓ - ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๔)

๔) มาตรการเกี่ยวกับเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ เปิดให้ประชาชนได้ใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือ เพิ่มอีก ๑๐ กิกะไบต์ฟรี เป็นเวลา ๓๐ วัน

๒.๒.๒.๕ มาตรการด้านการขนส่ง

๑) บริการจากไปรษณีย์ไทย รับพัสดุถึงหน้าบ้าน ไม่เก็บเงินเพิ่ม ไม่จำกัดจำนวนชิ้น และฝากส่งได้ ๓ บริการ ได้แก่ ลงทะเบียนในประเทศ (ค่าบริการตามน้ำหนักสิ่งของ) EMS ในประเทศ (ค่าบริการตามน้ำหนักสิ่งของ) โครงการยืมตู้-๑๙ ราคาเหมาจ่าย ๑๙ บาท/ชิ้น (น้ำหนักไม่เกิน ๑ กิโลกรัม) ส่งได้ทั้งสินค้าอุปโภค-บริโภค เช่น อาหารแห้ง หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์เจล เป็นต้น

๒) มาตรการช่วยเหลือบรรเทาความเสียหายแก่สายเดินเรือจากสถานการณ์ COVID-19 ลดค่าธรรมเนียมพิเศษการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงของการให้บริการตู้สินค้าและเรือลากจูง ทั้งที่ทำเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง ในอัตราปรับลดลงร้อยละ ๕ จากอัตราที่ได้ประกาศใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ พฤษภาคม - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓ และขยายระยะเวลาผ่อนผันให้ชำระเงินตามใบแจ้งหนี้จากเดิมที่กำหนดไว้ ๑๕ วัน เป็น ๔๕ วัน มีผลตั้งแต่วันที่ ๑๕ เมษายน - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

๓) คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติของสถานประกอบการโรงงานตามข้อกำหนดของ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน สำคัญ อาทิ การขนส่งสินค้าอุตสาหกรรม รวมทั้งวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนอุปกรณ์การขนส่งช่วงเคอร์ฟิว ต้องมีหนังสือรับรองของสถานประกอบการนั้น ๆ พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานในโรงงานให้สถานประกอบการโรงงานออกหนังสือรับรองการทำงานแต่ละกะให้พนักงานพกติดตัวสำหรับแสดงต่อเจ้าหน้าที่ และกรณีที่สถานประกอบการจัดรถรับ-ส่งให้กับพนักงาน อาจพิจารณาติดสติ๊กเกอร์/ป้ายหน้ารถเพื่อแสดงสถานการณ์เป็นรถรับ-ส่งพนักงานโรงงานและแสดงเวลาเข้า-ออกกะงาน

๒.๒.๒.๖ มาตรการด้านการนำเข้า – ส่งออก

๑) สนับสนุนในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ มาตรการเร่งรัดการลงทุนในอุตสาหกรรมทางการแพทย์เพื่อรับมือกับ COVID-19 ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมร้อยละ ๕๐ เป็นเวลา ๓ ปี สำหรับกิจการในกลุ่มอุตสาหกรรมทางการแพทย์ มาตรการสนับสนุนการปรับเปลี่ยนสายการผลิตเดิมเพื่อผลิตเครื่องมือแพทย์หรือชิ้นส่วน รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรโดยต้องนำเข้าภายในปี ๒๕๖๓ และยื่นขอแก้ไขโครงการภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๓ ภายในประเทศอย่างน้อยร้อยละ ๕๐ ของปริมาณที่ผลิตได้ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ และปรับสิทธิประโยชน์สำหรับกิจการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ โดยการเพิ่มเติมขอบข่ายประเภทกิจการผลิตเชื้อเพลิง จากผลผลิตการเกษตรให้ครอบคลุมถึงการผลิตแอลกอฮอล์ทางการแพทย์ โดยจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ๘ ปี

๒) ยกเว้นอากรขาเข้า สำหรับของที่ใช้รักษาวินิจฉัยหรือป้องกันโรคติดเชื้อ COVID-19 ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับหน้ากากชนิดที่ใช้ในห้องผ่าตัดตามประเภทย่อย ๖๓๐๗.๙๐.๔๐ และหน้ากากอนามัยเฉพาะหน้ากากกรองฝุ่น หมอกควัน หรือสารพิษบรรดาที่เป็นอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยตามประเภทย่อย ๖๓๐๗.๙๐.๙๐ อีกทั้งยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของใด ๆ ที่นำเข้ามาเพื่อผลิตหน้ากากอนามัยตามประเภทที่กำหนดกล่าวด้วย โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๓ และให้สิ้นสุดใช้บังคับวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๓

๓) ผ่อนปรนเพื่อบรรเทาผลกระทบผู้ประกอบการ เช่น การขยายเวลานำเข้าเครื่องจักรและเปิดดำเนินการ /ขยายเวลาการดำเนินการให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล/ ผ่อนผัน การขออนุญาตหยุดดำเนินการชั่วคราวเป็นระยะเวลาเกินกว่า ๒ เดือน

๒.๒.๒.๗ มาตรการอื่น ๆ

๑) ๕ มาตรการแผนระบายผลไม้ไทยออกตลาดช่วง COVID-19 ได้แก่ **มาตรการด้านการผลิต** การบริหารจัดการเรื่องแรงงานเก็บผลไม้ โดยจะมีการผ่อนผันการเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามเขต การดูแลความเป็นธรรมเรื่องราคาและปริมาณมีการใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า และกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการเข้ามาควบคุมการส่งเสริมให้มีการทำคอนแทรคฟาร์มมิ่ง การส่งเสริมการซื้อขายผ่านสัญญาข้อตกลงการเชื่อมโยงการกระจายผลไม้ผ่านห้าง และการสนับสนุนกล่องบรรจุผลไม้ ขนาด ๕, ๑๐ และ ๒๐ กิโลกรัม **มาตรการด้านตลาดในประเทศ** เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และขอความร่วมมือไปรษณีย์ไทยมาช่วยในการจัดส่งผลไม้ โดยมีปริมาณฟรี ๒๐๐ ตัน การผลักดันให้นำผลไม้จำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการจำหน่ายผลไม้ทางช่องทางออนไลน์ การรณรงค์การบริโภคผลไม้ในประเทศ และส่งเสริมให้นำผลไม้มาแปรรูปเป็นของฝากของขวัญ **มาตรการด้านตลาดต่างประเทศ** เดินหน้าการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เพิ่มการทำ Business Matching ในรูปแบบออนไลน์ให้มากขึ้น และมอบหมายให้ทูตพาณิชย์เป็นเซลล์แมนขายผลไม้ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด และช่วยดูในเรื่องการจัดหาสินค้านำเข้า เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งทางอากาศ **มาตรการเสริมสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการ** ช่วยสนับสนุนดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการที่รวบรวมผลไม้ในอัตราร้อยละ ๓ ระยะเวลา ๑๐ เดือน ชดเชยดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการที่รวบรวมผลไม้เพื่อส่งออกในอัตราร้อยละ ๓ ระยะเวลา ๖ เดือน และช่วยค่าใช้จ่ายรวบรวมเพื่อส่งออกอีกกิโลกรัมละ ๓ บาท จำนวน ๑ หมื่นตัน และ**มาตรการเสริมศักยภาพการบริหารจัดการมาตรฐานผลไม้** หากผ่านการตรวจสอบจากเซ็นทรัลแลปของไทยแล้ว เมื่อส่งออกไปจีนจะไม่มีตรวจสอบอีก

๒) **มาตรการสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ** ลดราคาสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพร้อยละ ๕-๕๘ จำนวน ๗๒ รายการ แบ่งเป็น ๖ หมวด เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ประกอบด้วย หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดอาหารปรุงสำเร็จแช่แข็ง หมวดซอสปรุงรส หมวดของใช้ประจำวัน หมวดผลิตภัณฑ์ชำระร่างกาย และหมวดผลิตภัณฑ์ซัก - ถ้าง

บทที่ ๓ วิธีการศึกษา

การศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มีการเป้าหมายของการศึกษาเพื่อได้แนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวให้เพิ่มโอกาสในการถูกจ้างงานและโอกาสในการสร้างรายได้จากการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เกิดจากการเรียนรู้ทักษะ ดังนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการศึกษา จึงต้องกำหนดกรอบการศึกษาและขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

๓.๑ กรอบการศึกษา

การจัดทำแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มีกรอบการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามีรายละเอียดดังภาพที่ ๓.๑ ดังนี้



ภาพที่ ๓.๑ กรอบการศึกษา

๓.๒ ขั้นตอนการศึกษา

๓.๒.๑ ศึกษาภาพรวมของนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือช่วยเหลือผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในบริบทต่าง ๆ ของประเทศไทย

๓.๒.๒ ศึกษาข้อมูลและทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

๓.๒.๓ จัดทำข้อมูลแนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

๓.๒.๔ วิเคราะห์เชิง SWOT Analysis การพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

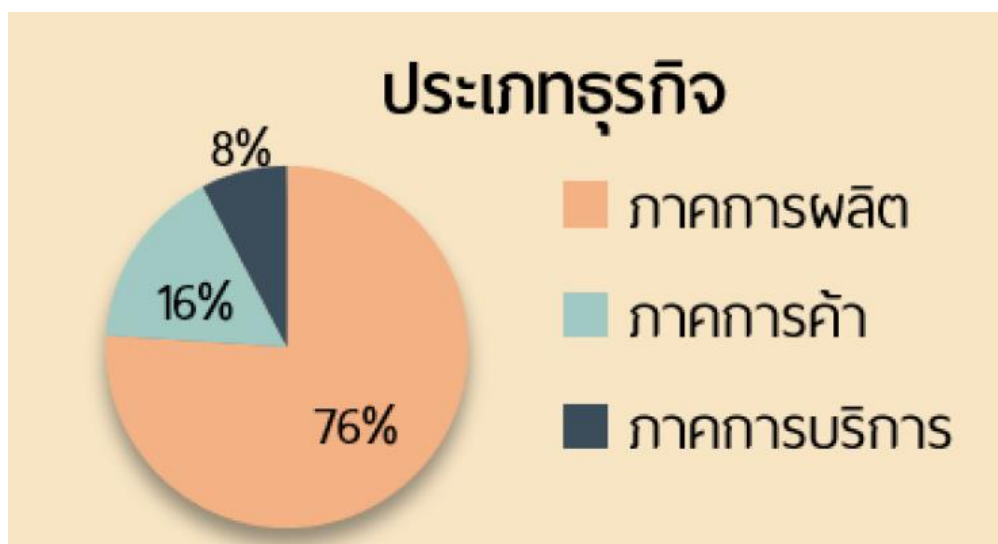
๓.๒.๕ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

บทที่ ๔ ศึกษา/ทบทวนกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

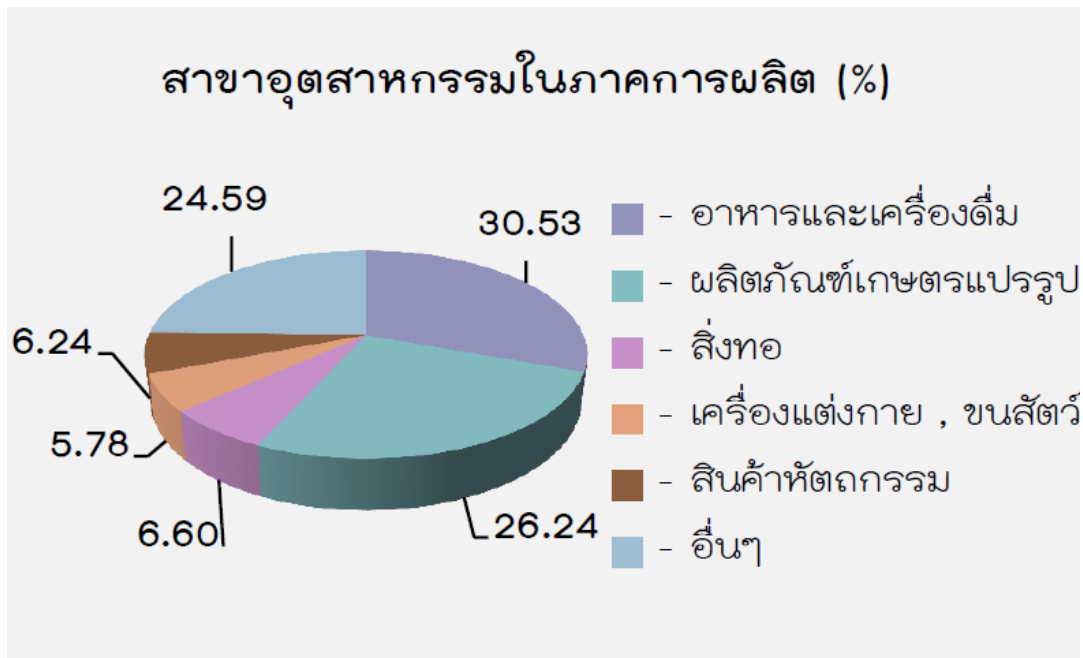
จากผลกระทบของไวรัส COVID-19 ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคม ทำให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ทำให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการสำรวจปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบข้อมูลที่แท้จริงในการสนับสนุนความต้องการให้ได้ตามความต้องการมากที่สุด โดยได้การสำรวจในลักษณะใช้แบบสำรวจสอบถามข้อมูลสถานประกอบการและการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นอกจากนี้จากแนวคิดเทคโนโลยีพลิกโลก (Disruptive Technology) ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล อันนำไปสู่การเป็น “อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง” ทั้งนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้มีการกำหนดนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลือและเยียวยาผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบออนไลน์และเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

๔.๑ สำรวจผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้สำรวจธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ด้วยวิธีการใช้แบบสำรวจสอบถามข้อมูลสถานประกอบการ จำนวน ๙๓๔ ราย จากผู้ประกอบการในภาคการผลิต การค้าและบริการ ทั้งสาขาอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เกษตรและแปรรูป สิ่งทอ เครื่องแต่งกาย สินค้าหัตถกรรม และอื่น ๆ โดยแบ่งเป็นสรุป ดังนี้



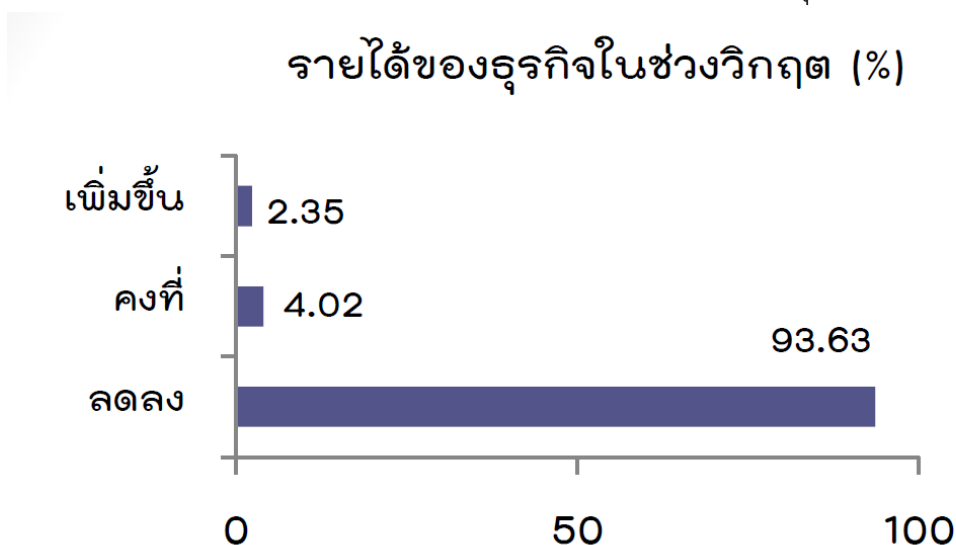
ภาพที่ ๔.๑ ข้อมูลสถานประกอบการแบ่งตามประเภทธุรกิจ



ภาพที่ ๔.๒ ข้อมูลสถานประกอบการแบ่งตามสาขาอุตสาหกรรม

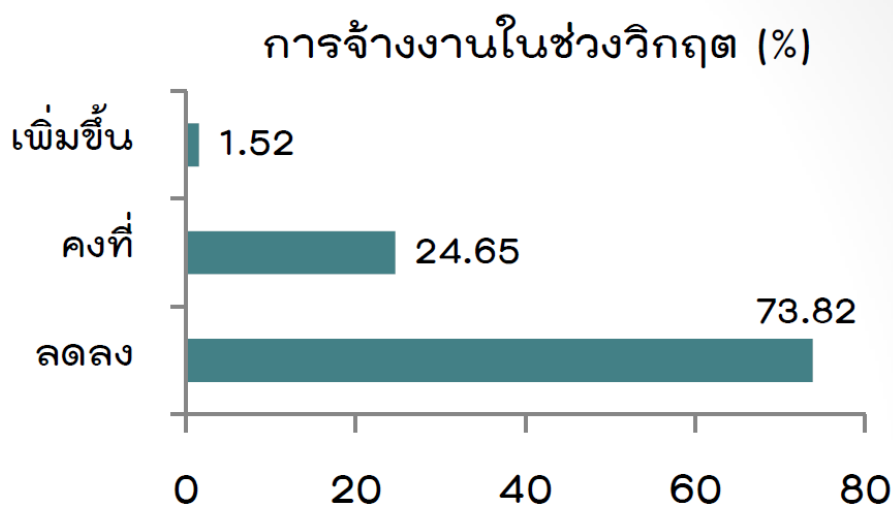
จากการสำรวจผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการทั้ง ๙๓๔ ราย ได้รับผลกระทบต่อธุรกิจ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งผลกระทบโดยตรงและทางอ้อม ซึ่งมีผลกระทบ ด้านรายได้ ด้านแรงงาน การบริหารจัดการภายในธุรกิจ เช่น ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านโลจิสติกส์ และด้าน Supplier เป็นต้น โดยแยกพิจารณา ดังนี้

๔.๑.๑ ผลกระทบด้านรายได้ จะได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้น ทั้งรายได้ลดลงคิดเป็นร้อยละ ๙๓.๖๓ ทั้งนี้มีอยู่ร้อยละ ๔.๐๒ รายได้คงที่ เนื่องจากธุรกิจมีตลาดที่แน่นอน ทำให้ไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ และร้อยละ ๒.๓๕ ที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งการที่ธุรกิจสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากการปรับตัวของธุรกิจ ได้ทันเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนไลน์การผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการด้านสุขอนามัย



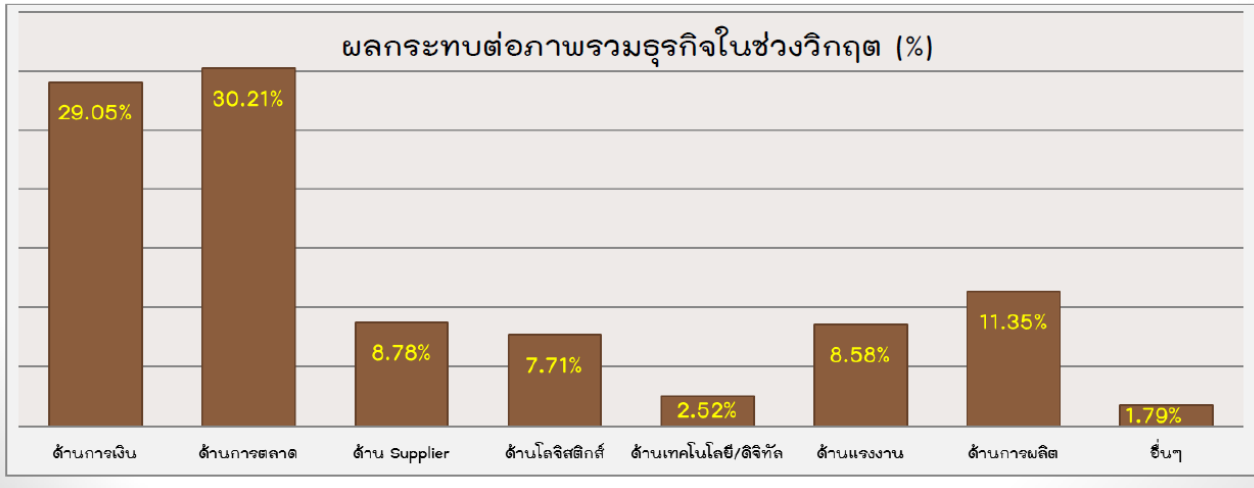
ภาพที่ ๔.๓ ผลกระทบด้านรายได้

๔.๑.๒ ผลกระทบด้านแรงงาน พบว่ามีการจ้างงานลดลงคิดเป็นร้อยละ ๗๓.๘๒ โดยการลดการจ้างงานเนื่องจากเป็นแรงงานรายวัน เมื่อธุรกิจลดการผลิต ลดการจำหน่ายสินค้า จึงตัดสินใจลดจำนวนคนงานที่เป็นรายวันลดลง นอกจากนี้พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านแรงงานคิดเป็นร้อยละ ๒๔.๖๕ เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าหากตัดสินใจจะลดจำนวนแรงงานจะเป็นทางเลือกสุดท้าย แต่มีการลดเงินเดือนก่อนการเลิกจ้าง จึงยังคงมีการจ้างแรงงานเหมือนเดิม และมีการเพิ่มการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ ๑.๕๒ เนื่องจากการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่ต้องมีคนทำหน้าที่จัดส่งของถึงบ้านเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป และเพิ่มแรงงานที่มีความถนัดด้านสารสนเทศดิจิทัลที่จะมาดูแลจัดการด้านออนไลน์มากขึ้น



ภาพที่ ๔.๔ ผลกระทบด้านแรงงาน

๔.๑.๓ ผลกระทบด้านการบริหารจัดการ พบว่าการบริหารจัดการภายในธุรกิจได้รับผลกระทบมากที่สุด คือด้านการตลาดคิดเป็นร้อยละ ๓๐.๒๑ ไม่มีตลาดที่แน่นอนเป็นของตนเอง นอกจากนี้ยังมีผลกระทบ ด้านการเงินคิดเป็นร้อยละ ๒๙.๐๕ ซึ่งเป็นเรื่องของการขาดสภาพคล่องทางการเงิน Cash Flow หมุนเวียนภายในธุรกิจ ยังเก็บเงินลูกค้าไม่ได้ ไม่มีเงินชำระหนี้ ไม่มีเงินจ่ายค่าเงินเดือน ด้านการผลิตคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๓๕ ด้าน Supplier คิดเป็นร้อยละ ๘.๗๘ โดย Supplier เป็นส่วนหนึ่งของ Supply chain ไม่มีวัตถุดิบที่จะผลิตสินค้า ด้านแรงงานคิดเป็นร้อยละ ๘.๕๘ ด้านโลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ ๗.๗๑ ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัลคิดเป็นร้อยละ ๒.๕๒ และด้านอื่น ๆ ร้อยละ ๑.๗๙



ภาพที่ ๔.๕ ผลกระทบด้านบริหารจัดการ

๔.๑.๔ การปรับตัวของธุรกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

เมื่อได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ธุรกิจมีการปรับตัวและมีแนวคิดหาแนวทางในการปรับตัวตลอดเวลาเนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบหนักมาก ในเบื้องต้นธุรกิจมีการปรับตัวด้วยการลดค่าใช้จ่าย เช่น ลดเงินเดือน/ค่าจ้างของผู้บริหาร/พนักงาน ลด OT พนักงาน และให้พนักงานลาโดยไม่รับเงินเดือน ปิดร้าน หยุดผลิต หยุดขาย คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๑๕ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น เพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์ หากกลุ่มลูกค้าใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๔๐ การลดต้นทุนการผลิตคิดเป็นร้อยละ ๒๐.๑๐ นอกจากนี้มีบางธุรกิจยังดำเนินการได้ตามปกติคิดเป็นร้อยละ ๙.๕๒ การลดจำนวนพนักงานคิดเป็นร้อยละ ๘.๗๕ และให้พนักงานทำงานแบบ Work from home คิดเป็นร้อยละ ๗.๐๗

การปรับตัวของธุรกิจในช่วงวิกฤต Covid-19	
การปรับตัวของธุรกิจ	%
1. ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น	26.40
- เพิ่มช่องทางตลาด online	
- หากกลุ่มลูกค้าใหม่	
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	
2. ลดค่าใช้จ่าย เช่น ต้นทุนการผลิต ฯลฯ	20.10
3. ดำเนินการตามปกติ	9.52
4. ลดจำนวนพนักงาน	8.75
5. ให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน/นอกสถานที่	7.07
6. อื่นๆ เช่น	28.15
- ลดเงินเดือน/ค่าจ้างของผู้บริหาร/พนักงาน	
- ลด OT พนักงาน	
- ให้พนักงานลาโดยไม่รับเงินเดือน	
- ปิดร้าน หยุดผลิต หยุดขาย	

ภาพที่ ๔.๖ การปรับตัวของธุรกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

๔.๑.๕ มุมมองของผู้ประกอบการต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ธุรกิจมีการประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าลดลงคิดเป็นร้อยละ ๕๗ เนื่องจากรายได้ของผู้บริโภคลดลง เน้นราคาถูก ไม่มีเงินซื้อสินค้าเนื่องจากต้งงาน ซื้อสินค้าด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ มีความประหยัดมากขึ้น การเปลี่ยนไปซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และ Delivery มากขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๒ เนื่องจากคุ้นเคยเกี่ยวกับการใช้งานเกี่ยวกับดิจิทัล การเปลี่ยนไปของผู้บริโภคในการงดทำกิจกรรม เช่น ออกนอกบ้านน้อยลง ไม่ค่อยเดินห้างสรรพสินค้า ไม่ค่อยออกไปดูหนัง คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๔๕ การเปลี่ยนไปของผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพคิดเป็นร้อยละ ๔.๖๖ เนื่องจากผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าเกี่ยวกับการป้องกันและการทำให้สุขภาพดีขึ้น และการเปลี่ยนไปของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเพื่อกักตุนมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๒.๐๔ นอกจากนี้ธุรกิจประเมินการว่าผู้บริโภคไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคิดเป็นร้อยละ ๔.๙๙

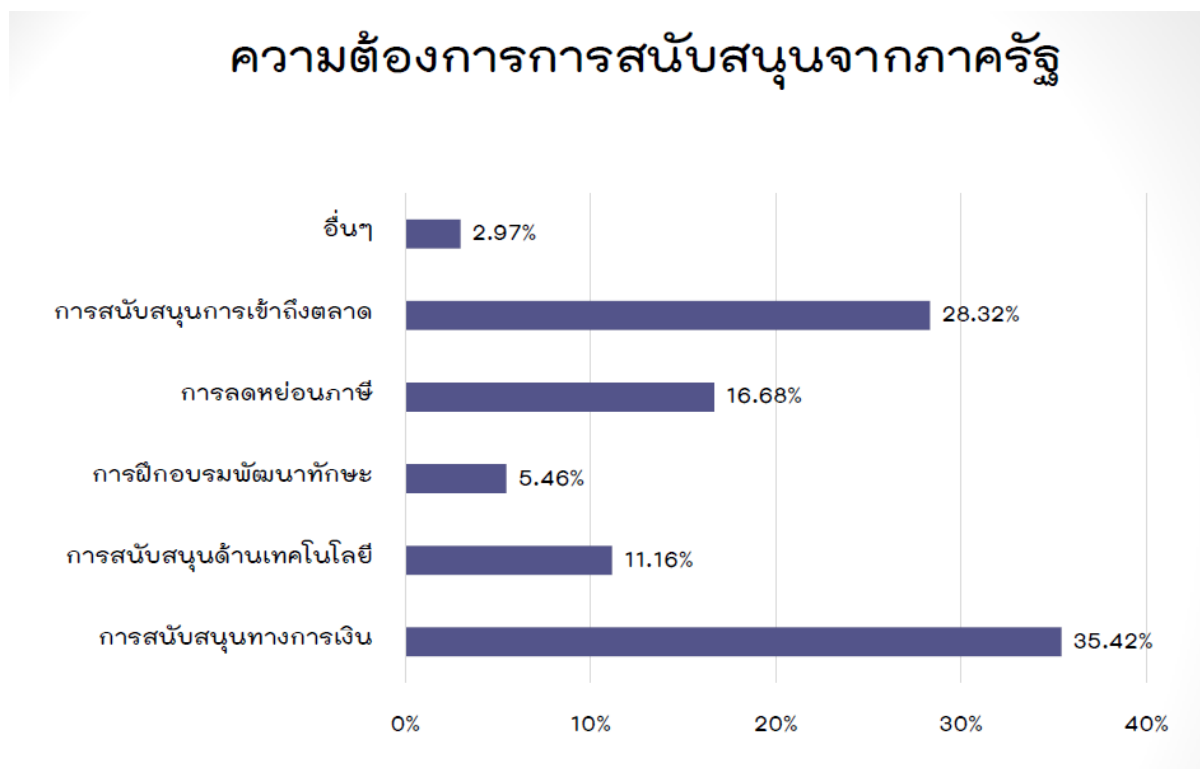
มุมมองของผู้ประกอบการ ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค	%
เปลี่ยนแปลง	95.01
1. ผู้บริโภค / ลูกค้า มีกำลังซื้อลดลง	57.00
- ประหยัดค่าใช้จ่าย	
- มีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น	
- ซื้อเฉพาะสินค้าจำเป็น	
2. ช่องทางการเข้าถึงของผู้บริโภค / ลูกค้า	16.62
- ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และ delivery มากขึ้น	
3. ผู้บริโภค / ลูกค้า งดกิจกรรมต่างๆ	15.45
- เก็บตัว/ไม่ออกจากบ้าน	
- มีความวิตกกังวล	
4. ผู้บริโภค / ลูกค้า ให้ความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพ	4.66
5. ผู้บริโภค / ลูกค้า ซื้อสินค้าเพื่อกักตุน/ค้าส่งมากขึ้น	2.04
ไม่เปลี่ยนแปลง	4.99

ภาพที่ ๔.๗ มุมมองของผู้ประกอบการต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

๔.๑.๖ ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนทางการเงินคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๔๒ เช่น การพักชำระหนี้ ๓-๖ เดือน สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ/ปลอดดอกเบี้ย/ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน/เงินกู้ฉุกเฉิน ลดเงื่อนไข ขั้นตอนและระยะเวลา การพิจารณาปล่อยสินเชื่อ สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนแก้ไขสภาพคล่อง สนับสนุนเงินทุนแบบให้เปล่า แก่ผู้ประกอบการรายเล็ก และสนับสนุนเงินทุนการปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น การสนับสนุนการเข้าถึงตลาดคิดเป็นร้อยละ ๒๘.๓๒ เช่น ช่วยขยายช่องทางตลาดออนไลน์/ Food Delivery ช่วยจัดหาพื้นที่จำหน่ายสินค้าในพื้นที่หน่วยงานราชการและห้างสรรพสินค้า และช่วยหาตลาดใหม่/ตลาด

ต่างประเทศ เป็นต้น การสนับสนุนการลดหย่อนภาษีคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๘ เช่น ลดหย่อนอัตราภาษีเงินได้ นิติบุคคล ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ชะลอการเรียกเก็บภาษี พิจารณาลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๑๖ เช่น ต้องการให้สนับสนุนด้านเทคโนโลยี สนับสนุน การทำงานระบบออนไลน์ การใช้ Software คนไทยให้มากขึ้น และสนับสนุนเครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นต้น การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมพัฒนาทักษะคิดเป็นร้อยละ ๕.๔๖ เช่น ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุน การจ้างงานจากภาครัฐ เช่น การทำหน้ากากอนามัย การเพิ่มทักษะและเทคนิคการขาย การให้คำปรึกษา แนะนำในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ ของตลาด การปรับปรุงธุรกิจโดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุน คำแนะนำด้านกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ในช่วง COVID-19 เป็นต้น และการสนับสนุนด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ ๒.๙๗ เช่น การควบคุมราคาสินค้า/ราคาวัตถุดิบ/ วัตถุดิบ ขาดแคลน/ จัดหาบรรจุกัญธราคาถูก การแจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกันโรคระบาดให้กับประชาชน เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๘ ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ

๔.๒ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่เป็น Key Stakeholder

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ทำการสำรวจผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามข้อมูลสถานประกอบการในเบื้องต้นแล้ว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกทางโทรศัพท์ เพื่อทราบถึงความต้องการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการสนับสนุนผู้ประกอบการในอนาคต โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน ๖๐๐ ราย พบว่า ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๔.๒.๑ ด้านการเงิน ต้องการมาตรการด้านการเงิน ทุนฉุกเฉิน เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ยต่ำ พักชำระหนี้ เพื่อช่วยผู้ประกอบการฟื้นฟูกิจการและสร้างสภาพคล่องให้กับธุรกิจ มาตรการ ลดหรืองดการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมทุกประเภท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือค่าสาธารณูปโภค การประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้ทำสัญญาเช่าไว้กับเจ้าของที่/ห้างสรรพสินค้า และสนับสนุนให้สถานประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางได้รับการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

๔.๒.๒ ด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาด ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด จัดหาสถานที่ขายสินค้า ราคาพิเศษ จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ฝึกอบรมการตลาดออนไลน์ และหาเครือข่ายทางการค้าและผู้ค้ารายใหม่

๔.๒.๓ ด้านการส่งเสริมเทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิต ลดการใช้แรงงาน และลดต้นทุนการผลิตสินค้า สนับสนุนด้านการใช้เครื่องมือเครื่องจักรในกระบวนการผลิต เพื่อทดแทนแรงงานที่ลดลงในอนาคต และให้บริการ Software สำหรับการประกอบธุรกิจฟรี จำนวน ๖ เดือน

๔.๒.๔ ด้านการพัฒนาองค์ความรู้ ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้และเตรียมรับมือกับสถานการณ์ได้ทัน ส่งเสริมความรู้ในการจัดทำแผนในภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อให้องค์กรอยู่รอด พัฒนาหลักสูตรที่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้จำนวนมากทางดิจิทัล พัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของแต่ละองค์กร (Tailor-Made Training Courses) ให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง การตลาด การขายออนไลน์ ให้ความรู้ด้านการเก็บวัตถุดิบ หรือการยืดอายุผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะกลุ่มอาหาร ให้ความรู้ในการใช้ภูมิปัญญาไทยแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปสู่เชิงพาณิชย์โดยเฉพาะกลุ่มสมุนไพร ผักกักขะเฉพาะด้านต่าง ๆ เช่น การเย็บหนัง การถนอมอาหาร การทอผ้า การทำเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ เป็นต้น ฝึกอบรมเพื่อสร้างมาตรฐานทั้งในด้านมาตรฐานการดำเนินงาน และมาตรฐานของพนักงานขับรถ และสนับสนุนแอปพลิเคชัน LINE Official เพื่อเป็นศูนย์กลางทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

๔.๓ ศึกษามาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนร่วมฝ่าวิกฤต COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจที่มีอัตราการขยายตัวลดลง ดังนั้น เพื่อบรรเทาผลกระทบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้วางมาตรการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนอย่างเร่งด่วน โดยได้ออกมาตรการและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ดังนี้

๔.๓.๑ ด้านการเงิน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เป็นลูกหนี้เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทยอย่างเร่งด่วน โดยได้กำหนดมาตรการและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อาทิ ยอดขายลดลง รวมทั้งถูกยกเลิกการสั่งซื้อสินค้า หรือไม่สามารถผลิตสินค้าเนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับการผลิต สามารถยื่นรับคำขอความช่วยเหลือเพื่อพักค้างชำระหรือขยายระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ สัญญากู้เงินเดิม ไม่เกิน ๖ – ๑๒ เดือน โดยกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัวและผู้ประกอบการหัตถกรรมไทยที่ครอบคลุมธุรกิจ ๗ ประเภท ที่อาจได้รับผลกระทบ ได้แก่ ๑) ประเภทอาหาร ๒) ประเภทเครื่องดื่ม ๓) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ๔) ประเภทของใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ๕) ประเภทศิลปะ ประดิษฐ์และของที่ระลึก ๖) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่ยาและอาหาร และ ๗) อื่น ๆ

๔.๓.๒ ด้านการฟื้นฟู กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินงานโครงการ / กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ให้สามารถเตรียมความพร้อมปรับตัวกับสถานการณ์และบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 รวมถึงฟื้นฟูกลุ่มเป้าหมาย ๔ กลุ่มให้รองรับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่วิถีความปกติใหม่ (New Normal) ภายใต้แนวคิดของการส่งเสริมแบบ “ปรับตัวให้ถูกทางอย่างยั่งยืน (Change Right)” ได้แก่

กลุ่มผู้ประกอบการและบุคลากรภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการสร้างรายได้ประชาชาติ (GDP) การสร้างการจ้างงาน รวมถึงเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการผลิต โดยมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถ และยกระดับความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ที่จำเป็นในยุคความปกติแบบใหม่ (New Normal) ผ่านกิจกรรมและโครงการ ได้แก่ **๑) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs สู้วิกฤตไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙** พัฒนากลุ่มเป้าหมายให้มีองค์ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจในทุกมิติสามารถปรับตัว และดำเนินธุรกิจ สถานการณ์ COVID-19 โดยอบรมออนไลน์ด้านการบริหารจัดการทุกมิติ **๒) โครงการเตรียมความพร้อม SMEs ฝ่าวิกฤต COVID-19** ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการ โดยที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการให้คำปรึกษาไปบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งสามารถดำเนินการจัดทำแผนปรับปรุงหรือแผนในการดำเนินธุรกิจ **๓) โครงการปั้น SMEs สู่ B2C ฝ่าวิกฤต โควิด-๑๙** อบรมและให้คำปรึกษาแนะนำทางออนไลน์ด้านการตลาดออนไลน์เชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ พร้อมทั้งกระตุ้นและผลักดันให้ผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกขายสินค้าบนตลาดกลางออนไลน์ โดยนำแนวคิดและเทคนิคที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ **๔) โครงการปรับแผนกลยุทธ์องค์กรฝ่าวิกฤต** อบรมและให้คำปรึกษาแนะนำทางออนไลน์ในการจัดทำแผนช่วยขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในภาวะวิกฤตและภาวะปกติเช่น แผนธุรกิจ แผนกลยุทธ์ แผนตลาดเชิงรุก แผนต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) แผนฟื้นฟูกิจการ เป็นต้น **๕) โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาคอุตสาหกรรมสู่ผู้ประกอบการใหม่สู้วิกฤต COVID-19** ถ่ายทอดองค์ความรู้และฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการธุรกิจในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง การปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) และการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) วางกรอบแนวคิดและศึกษาความเป็นไปได้ (Find Idea and Feasibility Study) เพื่อจัดตั้งธุรกิจใหม่ ขยายธุรกิจเดิม หรือดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ (Business Model) และ **๖) โครงการอื่นที่ปรับวิธีการดำเนินงานสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการฝ่าวิกฤต COVID-19** การฝึกอบรมหลักสูตรและให้คำปรึกษาแนะนำและถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ การประชุมทางวิดีโอ (Video Conference) , Facebook Zoom , LINE และอื่น ๆ เช่น ฝึกอบรมออนไลน์ โครงการ “ปั้น SMEs คำออนไลน์สู้วิกฤต COVID-19” หรือ หลักสูตรปลดล็อกทางบัญชี เพื่อก้าวผ่าน COVID-19 เป็นต้น ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ณ สถานประกอบการ ฝึกอบรมพัฒนาทักษะการผลิต เพื่อแก้ปัญหาวิกฤต รวมทั้งเข้าตรวจเยี่ยมและให้ความช่วยเหลือ และพัฒนาอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ พัฒนานวัตกรรมกลุ่มในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ COVID-19 ได้แก่ อุปกรณ์การให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะ อุปกรณ์ระบายอากาศช่วยหายใจ รถขนถ่ายวัสดุอัตโนมัติ ชุดอุปกรณ์กำเนิดพลาสมา เป็นต้น

กลุ่มประชาชน แรงงาน และบัณฑิตจบใหม่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดอัตราการว่างงานจากการปิดกิจการ การเลิกจ้าง รวมถึงสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการปรับ-เพิ่ม-สร้างทักษะใหม่ (Reskill-Upskill-New Skill) สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพอิสระ เพื่อเป็นทางเลือกในการทำธุรกิจ รองรับแรงงานที่อพยพกลับท้องถิ่นและชุมชน ลดปัญหาความแออัดของชุมชนเมืองในระยะยาว

ผ่านกิจกรรมและโครงการ ได้แก่ ๑) โครงการพลิกวิกฤตชีวิตด้วยธุรกิจชุมชน จัดทำองค์ความรู้เรื่องรูปแบบธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในประกอบการ สร้างโอกาสทางธุรกิจ รวมทั้งจัดอบรมออนไลน์ หัวข้อพัฒนาการประกอบการธุรกิจชุมชน เพื่อพัฒนาการประกอบธุรกิจ ๒) โครงการสร้างและเสริมศักยภาพช่างประจำชุมชนสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพเพิ่มรายได้และความมั่นคงในชีวิต จัดหาหลักสูตรและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการตามหลักสูตรต่าง ๆ เช่น ช่างแอร์ ช่างซ่อมจักรยานยนต์ ช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ช่างกลเกษตร เป็นต้น ซึ่งผู้เข้าร่วมจะได้มีความรู้และทักษะสามารถในการปฏิบัติงาน และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้ และก้าวพ้นภาวะวิกฤต ๓) โครงการเปิดทางสู่ธุรกิจหลัง COVID-19 อบรมทางออนไลน์และให้คำปรึกษาแนะนำเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ในการเริ่มต้นการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้มีโอกาสในการจัดตั้งหรือขยายธุรกิจได้

กลุ่มชุมชนและวิสาหกิจชุมชน โดยการพัฒนาชุมชน/วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น ด้วยการเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้เครื่องจักรและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการประกอบการให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานและมีขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดโครงการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก จัดกิจกรรมบ่มเพาะและให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ชุมชนเป้าหมายเพื่อจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจชุมชน ร่วมกับทีมนักศึกษา เพื่อยกระดับชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพเพิ่มขึ้น และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยการนำองค์ความรู้ นวัตกรรม ทักษะวัฒนธรรม มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษามาพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว สินค้าและบริการ เทคโนโลยีการผลิต การตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

กลุ่มเกษตรกรและธุรกิจเกษตร ด้วยการพัฒนาทักษะการบริหารจัดการอุตสาหกรรม (Industrialization) ลดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพเชิงเดี่ยว ยกระดับชุมชน และสร้างรายได้ในท้องถิ่น ยกระดับเกษตรกรสู่การเป็นเกษตรกรอุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาทักษะการค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า และสร้างรายได้ให้กับภาคการเกษตร ผ่านโครงการศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมพลิกวิกฤตวิสาหกิจในสถานการณ์โรคระบาดไวรัส COVID-19 ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ การขยายผลงานวิจัย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อยอดสู่การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงในเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรแปรรูปที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

บทที่ ๕ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม

จากการศึกษาผลกระทบและความต้องการการสนับสนุนจาก กสอ. ของผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนร่วมฝ่าวิกฤต COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า มีปัจจัยในการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อผลักดันและเร่งสนับสนุนธุรกิจผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพหลายประการหนึ่งในความต้องการและเป็นภารกิจที่ กสอ. สามารถดำเนินการได้อย่างทันทั่วทั้งในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวคือการสนับสนุนและพัฒนาองค์ความรู้ การกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๑ แนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

จากการสำรวจผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่เป็น Key Stakeholder พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งด้านการเงิน ด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาด ด้านการส่งเสริมเทคโนโลยี ด้านการพัฒนาองค์ความรู้ และจากการศึกษามาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนร่วมฝ่าวิกฤต COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มีนโยบายให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนในด้านการเงิน ด้านการส่งเสริมเทคโนโลยี และด้านการพัฒนาองค์ความรู้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงพยายามผลักดันและเร่งสนับสนุนนโยบายดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพมากยิ่งขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยการออกแบบและจัดทำหลักสูตรการพัฒนาองค์ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

๕.๑.๑ ออกแบบแนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการผ่านระบบออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ของกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กองยุทธศาสตร์และแผนงานพยายามผลักดันและเร่งสนับสนุนนโยบายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้ออกแบบหลักสูตรการพัฒนาองค์ความรู้ ดังนี้

๕.๑.๑.๑ หลักสูตรการอบรมด้านการบริหารธุรกิจแบบครบวงจรผ่านระบบออนไลน์ กองยุทธศาสตร์และแผนงานได้ออกแบบหลักสูตรการอบรมเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในหัวข้อที่หลากหลาย ได้แก่

๑) หัวข้อสำหรับกระตุ้น Brand ของ DIProm ในช่วงวิกฤต

๑.๑) หัวข้อที่เกี่ยวกับ New Normal และการพัฒนาช่วงวิกฤต COVID-19

ประกอบด้วย หัวข้อ New Normal: New Opportunity? เป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ที่ไม่ใช่แค่เสนอโอเคเดียวว่า New Normal จะมีอะไรบ้าง แต่ควรแชร์โอเคเดียวว่าผู้ประกอบการไทยจะเจอความท้าทายอะไรบ้างหรือจะมีอะไรที่เป็นโอกาสของผู้ประกอบการบ้าง หัวข้อ The Next Normal ความปกติในรูปแบบใหม่ ผลกระทบสังคมไทยในอนาคตที่อาจจะเกิดขึ้น หลังพ้นภาวะวิกฤต COVID-19 จึงควรที่จะมีการตั้งรับ ทั้งในแง่มุมมองพฤติกรรมการใช้ชีวิต การอยู่อาศัย การใช้เทคโนโลยี การเดินทาง และการดูแลสุขภาพ ตลอดจนแผนการรับมือเชิงรุก การพัฒนาที่อยู่อาศัย รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์กับวิถีชีวิตของคนในอนาคต หัวข้อ Stay home Stay safe: Foodservice's New Normal After Pandemic

การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวของธุรกิจอาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ การสอนทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับการให้บริการอาหารปิ่นโต การจัดทำเมนู และ Meal Kits ซึ่งเป็นทางเลือกของธุรกิจร้านอาหารในอนาคตที่ยังต้องยึดเรื่อง Stay home Stay safe หัวข้อ The Shows Must Go On การถ่ายทอดความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ เทรนด์การปรับตัวในรูปแบบใหม่ของธุรกิจต่าง ๆ เช่น การแสดงดนตรีผ่าน Live “MUSICAL FROM HOME”/ Online Yoga/ การสอนแต่งหน้าออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นแนวคิดการสร้างธุรกิจใหม่ที่มีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต หัวข้อการบริหารโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนแก้วิกฤต COVID-19 หลักสูตรที่เน้นให้ผู้ประกอบการทราบถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และได้แนวคิดเพื่อนำไปใช้ลดต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์แล้วนำมาจัดการต้นทุนในแต่ละส่วนขององค์กร ทั้งการจัดการคลังสินค้า การจัดการขนส่งในและต่างประเทศ การจัดการจัดซื้อ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี ด้านโลจิสติกส์ เพื่อส่งผลให้ลดต้นทุน เพิ่มกำไรในภาพรวมขององค์กรได้

๑.๒) หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ประกอบด้วย หัวข้อ

Everyone can cook ปลุกความเป็นเชฟในตัวคุณ ช่วง Lockdown คนอยู่บ้านมากขึ้น ทำอาหารกินเองมากขึ้น มองหาสูตรอาหารบนอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น เป็นการเชิญเชฟต่าง ๆ มาให้สูตรสอนทำอาหารภายใต้แนวคิดว่าเป็นอาหารอร่อย ใคร ๆ ก็ทำได้ หัวข้อ**เทคนิคการแปรรูปอาหาร** เน้นเทคนิคของการแปรรูปให้มีคุณภาพดี เก็บได้นาน คงทนความอร่อย ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ มีการแนะนำอุปกรณ์หรือเครื่องมือไปด้วย หัวข้อ**การแปรรูปสินค้าเกษตรรอบบ้านให้กลายเป็นงาน (อาชีพ) ใหม่** จากภาวะวิกฤต COVID-19 ทำให้ภาคแรงงานบางส่วนกลับภูมิลำเนา ประกอบกับนโยบายมุ่งเน้น Local Economy และ Made-In-Thailand ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศหลังวิกฤต จึงมีแนวคิดในการสร้างแรงบันดาลใจในการหาอาชีพใหม่สำหรับแรงงานกลับถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าเกษตรง่าย ๆ แล้วสอนเทคนิคการขายออนไลน์ สร้าง Story ให้ผลิตภัณฑ์ หัวข้อ**ถ่ายสวยรวยได้** สอนวิธีถ่ายภาพสินค้า ตั้งแต่การจัดองค์ประกอบภาพ การสร้างแสงเงา และบรรยากาศ การใช้แอปพลิเคชันและฟิลเตอร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างอารมณ์ของภาพ ไปจนถึงเทคนิคความรู้และเทคนิคพื้นฐานในการถ่ายรูปสินค้าให้มีเสน่ห์ สอนวิธีการถ่ายวิดีโอและการตัดต่อวิดีโอ เพื่อนำเสนอสินค้า

๑.๓) หัวข้อที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการค้าออนไลน์และการตลาด

ประกอบด้วย หัวข้อ**สอนการขายของออนไลน์** สอนเทคนิคเกี่ยวกับ Digital Marketing เทคนิคขายของออนไลน์ ตั้งแต่หาสินค้า เปิดเว็บไซต์ การทำ SEO Search Engine Optimization แบบครบวงจร ตั้งแต่ทำไม่เป็นจนขายได้ หัวข้อ**แพลตฟอร์มออนไลน์ โดยใช้กลไกการค้ารูปแบบสถาบัน** ในช่วงวิกฤต COVID-19 เกิดแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ผ่านเฟสบุ๊คที่ใช้ความเป็นสถาบันในการจำหน่ายสินค้า ทำให้กระตุ่นยอดขายได้ และผู้บริโภคมีความรู้สึกผูกพันกับสถาบัน อยากอุดหนุน มีความเป็นส่วนหนึ่ง หัวข้อนี้จึงเป็นการเชิญวิทยากรที่เป็นผู้ก่อตั้งแพลตฟอร์มแต่ละสถาบัน เช่น จุฬามาร์เก็ตเพลส มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝึกงาน KU จะฝึกงาน เป็นต้น มาเผยแพร่องค์ความรู้ เทคนิคการจัดการบริหารแพลตฟอร์ม และข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการที่จะตัดสินใจนำสินค้าไปลงตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ หัวข้อ**เจาะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาด** ในช่วงสถานการณ์ปัจจุบันการเกิดวิกฤต COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคหลายกลุ่มเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค หลักสูตรนี้จึงได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงการวิเคราะห์เจาะลึกพฤติกรรมและความต้องการ (Customer Insight) ของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้า การตลาดให้สินค้าและบริการที่ตอบสนองตลาดเป้าหมายได้ หัวข้อ**กลยุทธ์ทำตลาดแนวใหม่: เกาะกระแส Tiktok ที่คุณก็เป็น Influencer ได้** การถ่ายทอดแนวคิด โมเดลธุรกิจการทำ “Short Video” ที่นิยมแพร่หลายไปทั่วโลก เพื่อถ่ายทอดกลยุทธ์สร้างความสำเร็จ “TikTok” อย่างเช่น Content Diversification ที่ตอบโจทย์กลุ่มคนหลากหลายช่วงอายุ และเพศ Content Localization

ในแต่ละประเทศ และการสร้าง Challenge ต่าง ๆ ให้คนทำตามและร่วมกันสร้างสรรค์ไอเดีย **หัวข้อ Hot Hit ติดตลาดด้วย Influencer Marketing** ถ่ายทอดความรู้การทำธุรกิจผ่าน 'Social Media' และทำการตลาดโดยการสร้างกระแสการรับรู้ผ่าน 'Influencer' ที่สามารถทำให้เข้าถึง Target ได้ง่ายและสร้างความน่าเชื่อถือได้ดี จนนำไปสู่การตัดสินใจ เทคนิคการเลือก Influencer ให้เหมาะกับธุรกิจ การรีวิวและสื่อสาร story ที่มี content สร้างสรรค์ มีคุณภาพ เป็นมิตรกับผู้ติดตาม **หัวข้อ D.I.Y Branding** ถ่ายทอดความรู้การสร้างบุคลิกหรือเอกลักษณ์ของแบรนด์ ชื่อของแบรนด์ สีและโลโก้ของแบรนด์ สร้าง Positioning ให้เป็นที่จดจำได้ เช่นแบรนด์ "เนื้อหมูแดดเดียว ตรา อีเหมียวปิ่นตุ๊กกับข้าว" ที่สร้างกระแสในโลกออนไลน์อย่างมาก **หัวข้อเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการสร้าง Story** สอนการสร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้า โดยการสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจ เพื่อสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ และสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำ ชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของมีประโยชน์หรือมีลักษณะที่โดดเด่นจากคู่แข่งอย่างไร **หัวข้อกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้โดนใจผู้บริโภค** เน้นการแชร์ประสบการณ์ของวิทยากร ตั้งแต่แรงบันดาลใจในการก่อตั้งธุรกิจ เทคนิคการสำรวจตลาด เทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาด เทคนิคการนำสินค้าเข้าร้านสะดวกซื้อ และความสำเร็จของการใช้ตนเองเป็น Brand Ambassador

๑.๔) หัวข้อที่เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย **หัวข้อปั้น ประจักษ์ เปลี่ยนชุมชนง่าย ๆ ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว** จากภาวะวิกฤต COVID-19 ทำให้ภาคแรงงานบางส่วนกลับภูมิลำเนา ประกอบกับนโยบายมุ่งเน้น Local Economy และ Made-In-Thailand ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศหลังวิกฤต จึงมีแนวคิดในการให้ความรู้เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนชุมชนให้กลายเป็นสถานที่ โดยมีการสอนตั้งแต่การสำรวจทรัพยากรที่มี การสำรวจตลาด แนวคิดการพัฒนาธุรกิจ-ผลิตภัณฑ์เบื้องต้น การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการธุรกิจ **หัวข้อปั้นธุรกิจให้เป็นมิตรกับการท่องเที่ยวเกษตร** การถ่ายทอดแนวคิด และประสบการณ์ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจโรงแรมและบริการ เชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการเกษตรอินทรีย์ อาทิ สามพรานโมเดล เป็นการเปลี่ยนธุรกิจโรงแรมมาเป็น Organic Tourism และสร้าง Thai Organic Platform เป็นการสร้างสังคมอินทรีย์ด้วยโลกออนไลน์ ที่เชื่อมโยงตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ด้วยสินค้าออร์แกนิกคุณภาพดี จากเกษตรกรตัวจริง กลางน้ำ คือ ผู้ประกอบการต่าง ๆ ร้านอาหาร โรงแรม และปลายน้ำ คือ ผู้บริโภคทุกคน **หัวข้อ Shift ธุรกิจให้ Connect ชุมชน** การถ่ายทอดแนวคิดและประสบการณ์ของธุรกิจบริการขนาดเล็ก ที่ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจมาเชื่อมโยงชุมชน และดูแลสังคม (CSR) อย่างเช่น Local Alike ธุรกิจท่องเที่ยว ที่ได้แตกไลน์ร้านอาหาร อย่าง Local Aroi ด้วยการนำวัตถุดิบจากคนท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศ มาทำเป็นอาหาร The Quarter Residence พญาไท ปรับธุรกิจเปลี่ยน "โรงแรม" ให้เป็น "ร้านค้า" สำหรับชุมชนย่านพญาไทและราชเทวี Once Again Hostel ดำเนินธุรกิจตามแนวทาง Inclusive Business เป็นตัวกลางที่ทำให้ร้านเล็ก ๆ ในย่านประตูผี-เสาชิงช้าให้ยังคงมีรายได้

๒) หัวข้อที่ใช้พัฒนาผู้ประกอบการในภาวะปกติ

๒.๑) หัวข้อที่เกี่ยวกับแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย **หัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ** การค้นหาแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ การเตรียมใจในการทำธุรกิจ การสำรวจความพร้อมของตนเองเบื้องต้นในการเป็นผู้ประกอบการ **หัวข้อแรงบันดาลใจสร้างได้** ถ่ายทอดเรื่องราวจากนักธุรกิจที่มีชื่อเสียง เพื่อแชร์ประสบการณ์ วิธีการคิด และการดำเนินธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จในช่วงวิกฤต COVID-19

๒.๒) หัวข้อที่เกี่ยวกับการเตรียมพร้อมผู้ประกอบการ ประกอบด้วย **หัวข้อแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset)** การปูพื้นฐานสำหรับ

บุคคลที่ต้องการเริ่มธุรกิจ ซึ่งมีเนื้อหาตั้งแต่จริยธรรมในการทำธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเงิน-บัญชี ความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเรียนรู้นโยบายภาครัฐเบื้องต้น

๒.๓) หัวข้อองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย หัวข้อ Scientific Thinking วิทยาศาสตร์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ การนำหลักวิทยาศาสตร์มาใช้ในการประกอบการ ตั้งแต่การสังเกต การตั้งปัญหา สมมติฐาน ออกแบบการทดลอง วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการทดลอง โดยหยิบยกตัวอย่างจากการประกอบการมาเป็น Case Study ให้ผู้ประกอบการเข้าใจง่ายขึ้น สามารถเรียนรู้ได้ทุกระดับ เป็นพื้นฐานสำหรับการต่อยอดไปในวิชานวัตกรรม การเพิ่มผลผลิตภาพ สกิติ การประกันคุณภาพ และการตลาด หัวข้อเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ การนำวิทยาการ เทคโนโลยี สำหรับภาคอุตสาหกรรมมาปูพื้นฐานให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการก้าวทันเทคโนโลยี ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำหรับการต่อยอดไปในวิชานวัตกรรม การเพิ่มผลผลิตภาพ และการประกันคุณภาพ หัวข้อวิศวกรรมในการประกอบการ การนำหลักวิศวกรรมเบื้องต้นมาเชื่อมโยงกับการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ การออกแบบสถานประกอบการ และ Logistic หัวข้อการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสถิติเบื้องต้น การปูพื้นฐานวิชาสถิติ ซึ่งหยิบยกเรื่องใกล้ตัวมาอธิบายเป็นตัวอย่าง สามารถเข้าถึงได้ทุกระดับการศึกษา โดยจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการพยากรณ์ข้อมูลในเชิงสถิติ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ การบริหารจัดการ การเงินและบัญชี และการตลาด หัวข้อเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการประกอบการเบื้องต้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการประกอบการ เป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านนวัตกรรม การเพิ่มผลผลิตภาพ การบริหารจัดการ หัวข้อ Basic Soft Skill : ศิลป์ในการประกอบการ การใช้ศาสตร์เชิงศิลป์ในการประกอบการ เช่น เทคนิคการเจรจาต่อรอง การบริหารจัดการเบื้องต้น มารยาททางธุรกิจ เทคนิคการติดต่อประสานงาน และความคิดสร้างสรรค์กับการประกอบการ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานก่อนการศึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การจับคู่ทางธุรกิจ การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ

๓) หัวข้อที่เกี่ยวกับการประกอบการ

๓.๑) หัวข้อที่เกี่ยวกับแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย หัวข้อการวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างไรให้บรรลุเป้าหมาย เน้นเรื่องกระบวนการของการบริหารองค์กรโดยรวม การสร้างกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว การสร้าง Business Model ไปสู่การปฏิบัติ หัวข้อสถาปัตยกรรมแห่งการประกอบการ การออกแบบระบบการดำเนินงาน การออกแบบระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นต่อการประกอบการ การออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการภายในหน่วยงาน และภาพรวมการบริหารจัดการธุรกิจ หัวข้อ Business Model Canvas สอนการวางแผนธุรกิจ โดยเฉพาะการวางแผนการตลาดอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาความรู้ด้านการวางแผนเพื่อให้สามารถวางแผนธุรกิจ และกำหนดกิจกรรมของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๒) หัวข้อที่เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย หัวข้อค่าของคน ส่งผลต่อธุรกิจ การบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การสรรหา การตอบแทน การรักษา และการพัฒนาบุคลากร หัวข้อธุรกิจอยู่ได้ เพราะพนักงานอยู่ได้ ถ่ายทอดแนวความคิด และกลยุทธ์ในการรักษาองค์กรและธุรกิจ พร้อมยื่นเคียงข้างพนักงานที่เป็นหัวใจของความสำเร็จ

๓.๓) หัวข้อที่เกี่ยวกับการเงิน การบัญชี ประกอบด้วย หัวข้อการเงิน การบัญชี และเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น การเงิน การบัญชี และหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น หัวข้อตัดสินใจทางธุรกิจอย่างไร วิเคราะห์ไวด้วยแบบจำลองทางการเงิน (Financial Modelling) เน้นการอบรมที่ช่วยในการวิเคราะห์

ปัญหาทางการเงินในสภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สามารถตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณผ่านแบบจำลองโปรแกรม Excel โดยผู้ประกอบการสามารถสร้างงบประมาณทางการเงินผ่านตัวอย่างจริง และฝึกทำแบบจำลองทางการเงินในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดสมมติฐานทางการเงินที่ตอบปัญหาทางธุรกิจ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางธุรกิจ

๓.๔) หัวข้อที่เกี่ยวกับการผลิต ประกอบด้วย **หัวข้อตอบโจทย์ผู้บริโภค** ด้วยการต่อยอดการผลิต เน้นการปรับแนวคิดกระบวนการผลิต โดยฝึกการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ผู้บริโภคมีความต้องการน้อยลง ใช้กระบวนการผลิตให้เหมาะสม ลดต้นทุนและกลยุทธ์การกำหนดราคา

๓.๕) หัวข้อที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์ ประกอบด้วย **หัวข้อพัฒนานักโลจิสติกส์ยุคใหม่** การจัดการโลจิสติกส์ และแนวทางการบริหารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ ถอดบทเรียนเพื่อต่อยอดการจัดการซัพพลายเชนรองรับ Industry 4.0 **หัวข้อการบริหารโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุน** เน้นให้ผู้ประกอบการทราบถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และได้แนวคิดเพื่อนำไปใช้ลดต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์แล้วนำมาจัดการต้นทุนในแต่ละส่วนขององค์กร ทั้งการจัดการคลังสินค้า การจัดการขนส่งในและต่างประเทศ การจัดการจัดซื้อ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ เพื่อส่งผลให้ลดต้นทุน เพิ่มกำไรในภาพรวมขององค์กรได้

๓.๖) หัวข้อที่เกี่ยวกับการประกันคุณภาพ ประกอบด้วย **หัวข้อหลักการบริหารงานคุณภาพ** การมาตรฐานเบื้องต้น ความสำคัญของการควบคุม-การประกันคุณภาพ การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า และการเตรียมความพร้อมสู่การทำระบบคุณภาพ (ISO-9001)

๓.๗) หัวข้อที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา และการคิดค้นนวัตกรรม ประกอบด้วย **หัวข้อการจัดการนวัตกรรม** กระบวนการคิดค้นนวัตกรรม การบริหารจัดการนวัตกรรม การจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๓.๘) หัวข้อที่เกี่ยวกับการตลาด ประกอบด้วย **หัวข้อเจาะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาด** ผู้ประกอบการได้ทราบถึงการวิเคราะห์เจาะลึกพฤติกรรมและความต้องการ (Customer Insight) ของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้า การตลาดให้สินค้าและบริการที่ตอบสนองตลาดเป้าหมายได้ **หัวข้อการรักษาฐานลูกค้าและขยายฐานลูกค้า** สอนเทคนิคในการเข้าถึงและรับรู้ความต้องการของลูกค้า เทคนิคในการโน้มน้าวใจลูกค้า การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

๓.๙) หัวข้อเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วย **หัวข้อ Global Business : พิชิตตลาดโลก** ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การเจรจาธุรกิจ และการจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศ

๓.๑๐) หัวข้อเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมสู่การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น-ยอดเยี่ยม ประกอบด้วย **หัวข้อผู้ชนะเลิศ** การเตรียมความพร้อมสู่การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น-ยอดเยี่ยม รวมทั้งรางวัลต่าง ๆ ในเวทีโลก

๕.๑.๑.๒ หลักสูตรพัฒนาทักษะสำหรับกลุ่มอาชีพผ่านระบบออนไลน์ กองยุทธศาสตร์และแผนงานได้ออกแบบหลักสูตรในการพัฒนาหรือเพิ่มทักษะสำหรับกลุ่มอาชีพที่ต้องการพัฒนาอย่างเร่งด่วนในช่วงวิกฤต COVID-19 ได้แก่

๑) กลุ่มอาชีพแฟรนไชส์ ได้แก่ **อาหารและเครื่องดื่ม** หัวข้อเลือกแฟรนไชส์อะไรดี มั่งมีไม่หยุดหย่อน หัวข้อพิชิตใจลูกค้าด้วยสินค้าปลอดภัย หัวข้อสร้างแฟรนไชส์อย่างไรให้โดดเด่น

กว่าเพื่อน และหัวข้อควรหยุดหรือไปต่อ แพรนไฮส์ท้อแล้วควรทิ้งจริงหรือ? **เครื่องสำอาง** หัวข้อเพราะความสวยทำให้เรารวยได้

๒) กลุ่มอาชีพดิจิทัล เช่น การออกแบบเกมส์และแอนิเมชัน การออกแบบแอปพลิเคชัน การออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบโปรแกรม การทำฮาร์ดแวร์ เป็นต้น ในหัวข้อตกม้าตายเพราะบริหาร (จัดการ) ส่งงานไม่ทัน (การบริหารจัดการสำหรับนักธุรกิจดิจิทัล) หัวข้อออกแบบแทบตายสุดท้ายขาดทุน (บัญชีและการเงิน) หัวข้อนวัตกรรมต้องต๋อยอด อย่าจอดอยู่กับที่ (การจัดการนวัตกรรม/ทรัพย์สินทางปัญญา) และหัวข้อแอนิเมชันแจ้ง การตลาดจ้อง ตกกระป๋องแน่นอน (การตลาด)

๓) กลุ่มอาชีพนักออกแบบ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ออกแบบสินค้าแฟชั่น เป็นต้น ในหัวข้อ Creative Thinking หัวข้อนำเสนอไอเดียอย่างไรให้ขายได้ไม่ถูกพับ หัวข้อปั้นน้ำเป็นตัว (From Prototype to Product) หัวข้อช่องทางเศรษฐกิจใหม่ ออกแบบได้ ขายเองเป็น (การตลาด) ออกแบบอย่างไรไม่ตกเทรนด์ หัวข้อไอเดียเราขายได้ก็บาท หัวข้อออกแบบอย่างไรไม่ตกเทรนด์

๔) กลุ่มอาชีพการขนส่ง เช่น มอเตอร์ไซด์ รถสามล้อพ่วงข้าง รถตู้ รถบัส เป็นต้น ในหัวข้อบริการอย่างไรได้ใจลูกค้า

๕) กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวชุมชน เช่น โรงแรมและโฮมสเตย์นวดและสปา มัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ในหัวข้อปรับแนวคิดพลิกวิกฤตเป็นโอกาส หัวข้อเทคนิคเรียกลูกค้า รอล้อลาหลังวิกฤต และหัวข้อการบริหารจัดการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว

๖) กลุ่มอาชีพศิลปินพื้นบ้าน เช่น ลิเก หนังตะลุง รามโนราห์ วงดนตรี หมอลำ เป็นต้น ในหัวข้อปรับแนวคิดพลิกวิกฤตเป็นโอกาส และหัวข้อเทคนิคเรียกลูกค้า รอล้อลาหลังวิกฤต

๗) กลุ่มอาชีพช่าง ได้แก่ **ช่างสิบหมู่** คือ ช่างเขียน ช่างปั้น ช่างแกะ ช่างสลัก ช่างหล่อ ช่างกลึง ช่างหุ่น ช่างรัก ช่างบุ ช่างปูน ในหัวข้อคุณค่าไทยที่โลกต้องจารึก หัวข้อเล่าขานงานมรดกไทย และหัวข้อเปิดตลาดงานศิลป์ **ช่างอัญมณีและเครื่องประดับ** ในหัวข้อจุดประกายดีไซน์จิวเวลรี่ หัวข้อปั้นน้ำเป็นตัว (From Prototype to Product) หัวข้อช่องทางเศรษฐกิจใหม่ ออกแบบได้ ขายเองเป็น (การตลาด) และหัวข้อไอเดียเราขายได้ก็บาท **ช่างไม้** ในหัวข้อช่างไม้ยุคเก่า Add Value สุดเก่าในยุคดิจิทัล หัวข้อช่างไม้หางานจากไหนถึงได้เม็ดเงินมากกว่าเม็ดเหวี่ยง และหัวข้อช่างไม้กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว **ช่างซ่อมเครื่องยนต์** ในหัวข้อขับรถเป็น...ก็เป็นช่างซ่อมรถได้ หัวข้อซ่อมถึงบ้านแบบไม่ขาดทุน และหัวข้อช่างเครื่องยนต์กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว **ช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์** ในหัวข้อปรับกระแสไฟฟ้าเป็นกระแสเงินสด **ช่างแมคคาณิกส์** ในหัวข้อแมคคาณิกส์พลิกเป็นเงิน **ช่างเชื่อมอุตสาหกรรม** ในหัวข้อปริญญาไม่อาจเอื้อมแค่ช่างเชื่อมก็พอกิน **ช่างก่อสร้าง/สร้างบ้าน** ในหัวข้อวาง PLAN ให้ดี เงินดีหลายล้าน **ช่างแอร์** ในหัวข้อแอร์ก็ (ตัว) ที่เก่า เราซ่อมได้! และหัวข้อช่างแอร์กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว **ช่างเครื่องจักรเกษตร** ในหัวข้อซ่อมทุกคันที่มันพังให้ฟื้นคืน **ช่างชักอบริด** ในหัวข้อช่างชัก ช่างรีด ช่างไถ ช่างอะไรก็ทำไปเถอะ และหัวข้อชักอบริดด้วยใจใส่คุณค่าให้ธุรกิจ

๘) กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร ได้แก่ **เจ้าของแปลงผัก ผลไม้** ในหัวข้อปลูกให้ตายก็ไม่รวยเพราะคนกลางขอแบ่งด้วยเกือบหมด หัวข้อจะทำอะไรได้ ถ้าไม่ขายแค่ผัก-ผลไม้สด และหัวข้อเกษตรกรต้องรู้ ปลูกได้ ขายดี มีกำไร **เจ้าของแปลงผัก/ข้าว ปลอดภัย** ในหัวข้อผัก-ข้าวปลอดภัย พืชไรโคร้าย หัวข้อเปลี่ยนแปลงผักสวนผลไม้ให้กลายเป็นที่ทำเงิน หัวข้อจากฟาร์มเกมสู่ฟาร์มจริง หัวข้อข้าวออร์แกนิกไทย ทำน้อยได้มาก ทำไม่ยากถ้าอยากทำ และหัวข้อชาวนาต้องรู้ ปลูกได้ ขายดี มีกำไร (เกษตรกรนักธุรกิจออร์แกนิก) **ผัก-ผลไม้** ในหัวข้อฟรุ๊ตทะเลล้านผักปลอดภัย และหัวข้อเปลี่ยนแปลง

ผักสวนผลไม้ให้กลายเป็นที่ทำเงิน **ไม้ดอก-ไม้ประดับ** ในหัวข้อ Cactus Lover โกอินเตอร์รวยด้วยพืชจำราคาแจ่ว และหัวข้อปลูกของสวยให้คนเดินชม บ่มเพาะแหล่งทำเงิน **ปศุสัตว์** ในหัวข้อปศุสัตว์คงอยู่ เงินคงทน กำไรล้น ไม่จนไม่จบชีพ และหัวข้อทุนไม่จม ลบความคิดลม ๆ แล้ง ๆ **ประมง** ในหัวข้อตกหมึก ตกปลา ค่าขายพอเพียง เลี้ยงชีพ **เครื่องจักรกลการเกษตร** ในหัวข้อศิริ คำอ้าย กับรถเอนกประสงค์ในการจัดการแปลงเกษตร และหัวข้อเก็บแรงไว้ต่อยอดธุรกิจให้เครื่องจักรเป็นมิตรคู่กาย **เพาะปลูกพืช** ในหัวข้อเพราะมนุษย์เป็นสัตว์กินพืช พืชจึงเป็นวิถีชีวิต หัวข้อจากแคทวอร์คสู่ห้องทุ่งมุ่งสู่เศรษฐกิจพอเพียง และหัวข้อธุรกิจเกษตรแบบยั่งยืน คั้นกำไรให้ชุมชน **เพาะเลี้ยงสัตว์** ในหัวข้อไล่เดือนลูกรักกับสัตว์มากมีในฟาร์มเล่า

๕.๑.๒ หลักสูตรพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการผ่านระบบออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จากการออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนร่วมฝ่าวิกฤต COVID-19 ของกองยุทธศาสตร์และแผนงาน จึงทำให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการและประชาชนเข้ารับบริการได้อย่างทั่วถึง ตอบสนองในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยมีรายละเอียดหลักสูตรดังนี้

๕.๑.๒.๑ หลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ฝ่าวิกฤต COVID-19 ผ่านเว็บไซต์ Youtube ภายใต้อัปเดต DIProm Station

๑) หลักสูตรเรื่อง “ภายใต้วิกฤต ปรับมุมมอง ชีวิตก็เปลี่ยน” จากวิกฤต COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนต้องปรับตัวเพื่อการอยู่รอด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงรวบรวมแนวคิดเด็ด และเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ จากกรณีในแวดวงธุรกิจและผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จในโลกธุรกิจ เพื่อทำให้เห็นถึงแนวคิดใหม่ ๆ รวมไปถึงแนวทางการปรับตัวให้อยู่รอดในสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ประกอบด้วย หัวข้อปรับความคิด เพื่อชีวิตก้าวเดินต่อหลัง COVID-19 โดยคุณวรรณสิงห์ ประเสริฐกุล หัวข้อเมื่อ COVID ระบาด อะไรคือโอกาสในการลงทุนยุค New normal โดยคุณชัชวาลย์ วัฒนะโชติ หัวข้อธุรกิจร้านอาหารต้องรับมืออย่างไรในยุค New Normal โดยคุณธนพงศ์ วงศ์ชินศรี หัวข้อ Startup ปรับตัวให้รอดอย่างไรในวิกฤต COVID-19 โดยคุณไพฑูริย์ ผดุงถิ่น หัวข้อพลิกมุมมองชีวิต Take Off โดยคุณนที เอกวิจิตร

๒) หลักสูตร “ติดปีกธุรกิจ พิชิตตลาด E-Commerce” กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของการทำธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ และเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการค้าออนไลน์ เพื่อสร้างรากฐานองค์ความรู้ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร ประกอบด้วย หัวข้อ New Normal : อนาคตธุรกิจ SMEs ต้องปรับตัวอย่างไร หลัง COVID-19 โดยคุณสรกุล อดุลยานนท์ หัวข้อรู้ลึก รู้จริง ทุกกระบวนการทำ กับ Facebook Marketing โดยคุณธิติพล เทียมจันทร์ หัวข้อทิศทาง แนวโน้ม และอนาคตของตลาด E-Commerce โดยคุณธนาวุฒิ มาลาบุปผา หัวข้อเตรียมพร้อมธุรกิจ พิชิต E-Commerce โดยคุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง หัวข้อเทคนิคการทำโฆษณา google และ Youtube Ads อย่างมืออาชีพ โดยคุณภรณ์ มลศิริเรืองเดช

๓) หลักสูตร “ขายสินค้าอย่างไรในยุค New Normal” เรียนรู้การปรับตัวไปสู่การอยู่รอด การใช้ชีวิต การทำธุรกิจในช่วงที่มีอัตราการระบาดของ COVID-19 และการทำธุรกิจที่ยังต้องคิดถึงวิถีชีวิตแบบใหม่ที่เรียกว่า New Normal เพื่อเตรียมพร้อมในการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจ ประกอบด้วย หัวข้อ Digital Marketing สำหรับ SMEs ยุค New Normal โดยคุณสุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล หัวข้อเคล็ดลับความสำเร็จในการทำธุรกิจออนไลน์ โดยคุณโสภณ พิมพ์สิริพานิชย์ หัวข้อ E-Logistics : เครื่องมือทันสมัยที่ SMEs ยุคใหม่ต้องรู้ โดยคุณสิทธิศักดิ์ วงศ์สมนึก หัวข้อออกแบบบรรจุภัณฑ์

อย่างไรให้ขายดี โดยคุณวรเกษมสันต์ สิริสุภวัตร หัวข้อ e-Payment : ชำระเงินออนไลน์เพิ่มยอดขายให้ธุรกิจ โดยคุณวิศิษฐ์ ยินดีสิริวงศ์

๔) หลักสูตร “สร้างแบรนด์ให้ปัง ด้วยพลังของ Content” เรียนรู้ทักษะการตลาดด้วยการสร้างเรื่องราวที่จะเผยแพร่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการรู้จักเพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นระหว่างแบรนด์และลูกค้า ประกอบด้วย หัวข้อสร้าง Content ให้ปังโด่งดังชั่วข้ามคืน โดยคุณอารียะ คำภีโร หัวข้อเล่าเรื่อง (Storytelling) อย่างไรให้โดนใจผู้บริโภค โดยคุณณัฐวีร์ ตันติสังจธรรม หัวข้อเทคนิคการสร้าง Content สู่ Youtuber ล้านวิว โดยคุณกฤษณ์ บุญญะรัง หัวข้อเสริมสร้างแบรนด์ให้แกร่งด้วย Influencer Marketing โดยคุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน หัวข้อสร้างแบรนด์อยากให้งดหรือยั่งยืน โดยคุณศิริกุล เลากัยกุล

๕) หลักสูตร “Transform or Die? SMEs ไทยต้องปรับตัวอย่างไร ในยุค New Normal” เรียนรู้การปรับตัวจาก New Normal ที่เกิดขึ้นที่เป็นตัวกระตุ้นผลักดันให้ผู้ประกอบการเกิดการคิดนอกกรอบมากขึ้น เกิดแนวคิดใหม่ ทำใหม่ หรือฉีกกรอบไปจากเดิมเพื่อพลิกธุรกิจให้เดินหน้าต่อไปได้ เพราะว่าการทำรูปแบบเดิมจะไม่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุค New Normal ได้ ประกอบด้วย หัวข้อโลกอนาคตหลัง COVID-19 โดยคุณพนชิต กิตติปัญญางาม หัวข้อการบริหารการเปลี่ยนแปลงสำหรับ SMEs ในช่วงวิกฤต โดยคุณธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์ หัวข้อ Digital Transformation ทางรอดของ SMEs ไทย โดยคุณชาคริต จันทรุ่งสกุล หัวข้อคิดแบบ Startup ขับเคลื่อนอย่าง SMEs โดยคุณรังสรรค์ พรหมประสิทธิ์ หัวข้อถอดบทเรียนจากวิกฤต COVID-19 กับโลกใหม่ในยุค New Normal โดยคุณนครินทร์ วนกิจไพบูลย์

๖) หลักสูตร “Skills for the Future การเรียนรู้และทักษะแห่งอนาคต” ในยุควิกฤต COVID-19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมี Skills Set ใหม่ต้องอัปเดตทักษะและเทคนิคด้านการเรียนรู้ที่อยู๋ในการใช้ประกอบธุรกิจให้เร็วที่สุดและตลอดเวลา ประกอบด้วย หัวข้อสุดยอดเทคนิค SEO ขั้นเทพ ให้เว็บไซต์ติดหน้าแรก google โดยคุณสาธิตา โสรัสสะ หัวข้อเทคนิคการถ่ายภาพแบบมือโปรเพื่อเพิ่มยอดขายโดนใจลูกค้า โดยคุณธนาวุส ลิ้มพานิชย์ หัวข้อเทคนิคการแต่งภาพด้วย Application บนมือถือ โดยคุณทศพร ชาติเผือก หัวข้อเริ่มต้นตัดต่อ VDO อย่างมืออาชีพด้วยพื้นฐาน Adobe Premiere Pro โดยคุณพญงค์ดี เสริมสันติวานิช หัวข้อตกแต่งภาพกราฟิกให้สวยงามด้วยพื้นฐาน Adobe Photoshop โดยคุณขวัญอรุณ โอภาณนท์

๗) หลักสูตร “เมื่อ COVID เข้ามา Disrupt ต้องรู้จักปรับตัวให้รอด” เรียนรู้เรื่องราวของคนหลากหลายอาชีพที่ต้องปรับตัวรับความปกติแบบใหม่ในยุค COVID-19 Disruption ประกอบด้วย หัวข้อเมื่อเจอ COVID เข้ามา Disrupt ต้องปรับตัวอย่างไรให้อยู่รอด โดยคุณรวีศ หาญอุตสาหะ หัวข้อ Affiliate Marketing : สร้างรายได้บนโลก Online โดยไม่ต้องสต็อกสินค้า โดยคุณศตพล จันทรณรงค์ หัวข้อเส้นทางสู่ยอดขายเงินล้านผ่าน eBay และ Amazon โดยคุณสุวรรณ ทศมากร หัวข้อเรียนรู้ เรียนลัดขายออนไลน์อย่างไรบน Alibaba.com โดยคุณสิรินันท์ ทองเพ็ญ หัวข้อเริ่มต้นขายออนไลน์อย่างไรบน Shopee และ Lazada โดยคุณสรกฤษ พิชยดณัยกุล

๘) หลักสูตร “ปรับกลยุทธ์ธุรกิจ พิชิต COVID-19” เรียนรู้เทคนิคและกลยุทธ์ในการปรับตัวของธุรกิจพร้อมรับมือในสถานการณ์ COVID-19 ประกอบด้วย หัวข้อเขียนแผนธุรกิจอย่างไรให้โดนใจธนาคาร โดยคุณสุธี พนาวรร หัวข้อกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ : เมื่อพฤติกรรมคนปรับ ธุรกิจจะตั้งรับอย่างไร โดยคุณเอกก์ ภทรธนกุล หัวข้อขับเคลื่อนธุรกิจฝ่า COVID ด้วยการคิดและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยคุณรัฐ ธนาดีเรก หัวข้อพลิกโมเดลธุรกิจด้วย Lean Canvas โดยคุณปัญญาณ เทพประสิทธิ์ หัวข้อกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) โดยคุณเมษ์ ศรีพัฒนาสกุล

๙) หลักสูตร “เตรียมความพร้อมธุรกิจ ฝ่าวิกฤต COVID-19” การสร้างความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจในช่วงวิกฤต COVID-19 เริ่มตั้งแต่กระบวนการคิด การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ ประกอบด้วย หัวข้อ SMEs เริ่มสร้างนวัตกรรม ทำอย่างไร? โดยคุณสุชชีวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ หัวข้อปลูกพลังความคิดสร้างสรรค์ เติมไอเดียใหม่ให้ธุรกิจ โดยคุณศรัณย์ จันทพลาบูรณ์ หัวข้อกลยุทธ์ตั้งราคาสินค้า เพื่อยอดขายให้ธุรกิจ โดยคุณเกียรติรัตน์ จินตามณี หัวข้อวางแผนการเงินอย่างไรให้ SMEs ฝ่าวิกฤต COVID-19 โดยคุณเกรียงไกร วงศ์ธีรทรัพย์ หัวข้อ IP for SMEs : สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้วยทรัพย์สินทางปัญญา โดยคุณดวงหทัย เพ็ญตระกูล

๑๐) หลักสูตร “ศิลปะการบริหารงานและคน สู่ Smart SMEs ๔.๐” กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพิ่มทักษะและเทคนิคด้านการบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจในการเตรียมพร้อมในการเข้าสู่ยุค ๔.๐ เพื่อสร้างความเติบโตและยั่งยืนของธุรกิจ ประกอบด้วย หัวข้อทักษะการขาย และการนำเสนออย่างมืออาชีพ โดยคุณสุกิจ ตรียุทธวัฒนา หัวข้อเทคนิคขั้นเชิงการเจรจาต่อรองแบบ win-win โดยคุณสุรัช ไข่มิตร บวรชัย หัวข้อบริหาร Modern Supply Chain สำหรับ SMEs ยุค ๔.๐ โดยคุณกฤษฎ์ ฉันทจิรพร หัวข้อกลยุทธ์วางแผนจัดการธุรกิจครอบครัวเติบโตสู่ความยั่งยืน โดยคุณเอกชัย อภิศักดิ์กุล หัวข้อศิลปะการบริหารทีมสู่ความสำเร็จ โดยคุณบุญญานุช บุญบำรุงทรัพย์

๕.๑.๒.๒ หลักสูตรปั้น SMEs สู่ B2C ฝ่าวิกฤต โควิด-๑๙ การอบรมด้านการตลาดออนไลน์แบบ B2C ผ่านเว็บไซต์ www.smesgrowup.com

๑) หลักสูตร “จุดกระแสการตลาดออนไลน์ให้ยอดขายทะลุล้าน (Momentum Marketing)” โดยคุณสปีคคัต ลีวลักษณ์ และคุณกฤษฎ์ บุญญะรัง มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเริ่มขายออนไลน์ ผู้ประกอบการทราบถึงสิ่งที่ต้องคำนึงก่อนเริ่มขายสินค้า เช่น กลุ่มเป้าหมาย สินค้าที่จะขาย ช่องทางที่จะใช้ เป็นต้น หัวข้อปัจจัยสำคัญในการขายออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ เช่น การสร้างฐานลูกค้า การสร้างแบรนด์ การให้บริการ เป็นต้น หัวข้อความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ธุรกิจทราบถึงกลยุทธ์ในการประสบความสำเร็จ พร้อมเทรนด์การตลาดในช่วง COVID-19 หัวข้อเทคนิคการขายให้แตกต่าง รวมเคล็ดลับสร้างความแตกต่างให้กับการขายออนไลน์ เช่น การคิด Content โปรโมชัน เป็นต้น หัวข้อขายอย่างไรให้ยั่งยืนหลักการขายให้ไม่ขาดทุน มีเงินหมุนเวียน และทำเป็นอาชีพประจำได้อย่างยั่งยืน เช่น การตั้งราคาขาย การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เป็นต้น

๒) หลักสูตร “พินัยยอดขาย ทลายเพดานกับ LINE OA” โดยคุณกิตติชัย ปรีน้อย มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อเตรียมตัวก่อนเปิดร้านค้า LINE OA เรียนรู้เทคนิคการสร้างบัญชีร้านค้าและการใช้ LINE OA ความแตกต่างระหว่าง Account Name และ ID หัวข้อสร้างการรับรู้ Awareness การเพิ่มผู้ติดตามใน LINE OA ให้มากขึ้น หัวข้อสื่อสารชวนคุย Communication ทราบเทคนิคการบริหารจัดการบัญชี LINE OA หัวข้อปิดการขาย Close Sales เทคนิคการใช้เครื่องมือและฟีเจอร์ใน LINE OA หัวข้อสร้างความสัมพันธ์ เพื่อซื้อซ้ำหรือบอกต่อ Build Relationship การคำนวณค่าใช้จ่ายในการบรอดแคสต์ การสร้างคูปองและบัตรสะสมแต้ม หัวข้อพิเศษ กับฟีเจอร์ใหม่ การใช้งาน LINE MyShop เพื่อสร้าง โอกาสการปิดการขาย

๓) หลักสูตร “Facebook ยุคใหม่ กับ New Normal” โดยคุณชัยพนธ์ ขวาลวนิชชัย และคุณพชราภาสรัญ ยุวสกุลไกร การสอนเรื่องพื้นฐานของ Facebook ข้อควรรู้ การยิง Ads Facebook หลักในการทำ Content เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ค้นหาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ เพื่อสามารถนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านการตลาดให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการ มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อ ๑๐ หลักยิงแอด ที่คนยิงแอดเดือนละล้านเขาใช้กัน หัวข้อ ๗ อย่างของวิดีโอที่ขายดี

บนเฟสบุ๊กต้องเป็นแบบนี้ หัวข้อ ๕ องค์ประกอบของแคปชั่นขายดีบนเฟสบุ๊ก และหัวข้อ ๔ วิธีขยี้แอดนางฟ้า ให้นำพายอดขายสูงสุด

๔) หลักสูตร “LIVE ดี รวยได้ สไตล์มืออาชีพ” โดยคุณยุทธนา จันทวงศ์ เรียนรู้เทคนิคการทำ Live Streaming ที่เป็นการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ที่ดีอีกวิธีหนึ่ง เทคนิคการถ่ายทอดสดกิจกรรมสำคัญ โดยที่เราไม่จำเป็นต้องพบปะกับผู้คนที่รับชมโดยตรงเลย แต่ผู้ชมยังสามารถพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ขาย หรือผู้ดำเนินรายการอยู่ได้ มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อทำความรู้จัก OBS Studio: OBS Studio ทำอะไรได้บ้าง มีประโยชน์อะไรบ้าง หัวข้อการเตรียมอุปกรณ์ : PC/ Laptop / OBS software หัวข้อทำความรู้จักเมนูต่างๆ ของโปรแกรม OBS Studio หัวข้อการตั้งค่า streaming (ถ่ายทอดสด) และแนะนำเทคนิคเพิ่มเติม การทำกราฟิกแบบง่ายๆ ด้วย โปรแกรม Canva เพื่อเพิ่มคุณภาพให้ชิ้นงาน

๕) หลักสูตร “ก้าวทัน COVID กับ Marketplace เพื่อ B2C” โดยคุณพิจิตรา เรืองวัฒนไพศาล และคุณสกล พนิชย์เสรีวงษ์ เรียนรู้การสร้างรายได้จากธุรกิจบนโลกออนไลน์ด้วย E-Marketplace หรือ Electronic Marketplace ที่เป็นเว็บไซต์สื่อกลางการติดต่อซื้อ-ขาย แหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ในการรวบรวมข้อมูลผู้ซื้อ-ผู้ขาย สินค้าและบริการ ธุรกิจ ร้านค้า จำนวนมาก โดยเปิดให้มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ E-Marketplace เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดนั้นก่อให้เกิดผลดีมากมายแก่ทั้งผู้ซื้อ และ ผู้ขาย และเป็นช่องทางกระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตรงความต้องการของผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อ Marketplace Overview & Trends หัวข้อ “Marketplace Fundamental” : เป้าประสงค์ของสองแพลตฟอร์มยักษ์ ที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจ หัวข้อ Shopee & Lazada Seller Center : มาเข้าใจระบบหลังบ้านของทั้งซ้อปี้ และลาซาด้า กันให้ถึงแก่น หัวข้อ My Shop Health Check Up : โปรแกรมตรวจสอบสุขภาพร้านค้าที่ผู้ขายทั้งซ้อปี้ และลาซาด้า ต้องรู้ หัวข้อ ProMai’s Proving Flow : สเต็ปลับฉบับโปรไหม สร้างยอดขายฉบับเร่งด่วน หัวข้อ Winning Strategy : กลยุทธ์แห่งชัยชนะในเกม และเทคนิคการทำให้สินค้าถูกค้นเจอในหน้าแรก หัวข้อ Product & Content Strategy : กลยุทธ์ด้านสินค้า และการสร้างคอนเทนต์ทำเงิน หัวข้อ Pricing Strategy : กลยุทธ์การตั้งราคาในสงครามราคา หัวข้อ Promotion Strategy : กลยุทธ์การทำโปรโมชันแบบร้านค้ามือโปร หัวข้อ Essential Promotion Tools : เครื่องมือทำโปรโมชันที่สำคัญ และการทำโปรโมชันไม่ให้เกิดทบช่องทางอื่น หัวข้อ Customer Service Strategy : กลยุทธ์แปลงการดูแลลูกค้าให้กลายมาเป็นยอดขาย หัวข้อ Order Handling Process : ระบบการจัดการคำสั่งซื้อที่ทรงประสิทธิภาพ หัวข้อ Customer Reviews Management : การบริหารจัดการรีวิวลูกค้า และการสร้างลูกค้าขาประจำ และ หัวข้อ Business Advisor : การวิเคราะห์ธุรกิจขั้นสูง เครื่องมือสำคัญ แพ้หรือชนะวัดกันที่เครื่องมือนี้

๖) หลักสูตร “พลิก Brand สู้ COVID” โดยคุณธิตีพล เทียมจันทร์ เรียนรู้แนวทางการปรับตัวของธุรกิจในการสร้างแบรนด์ Branding เพื่อตอบโจทย์ตลาด B2C ในช่วงวิกฤต COVID-19 รวมทั้งบริหารจัดการวางกลยุทธ์แบรนด์ ใช้เทคนิคและเครื่องมือออนไลน์เป็นตัวช่วยเพื่อสื่อสารแบรนด์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งสามารถสรุปวัดผลความเข้มแข็งของแบรนด์อย่างจับต้องได้ มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อยิ่งวิกฤต ยิ่งต้องพิชิตด้วยแบรนด์ (Why Branding is a MUST during uncertain time?) หัวข้อสร้างแบรนด์ให้ชัด ต้องโฟกัสที่ “สาวก” (Branding Strategy through Customer Persona / Customer Journey / Customer Survey) หัวข้อสื่อสารแบรนด์ทั้งภายในและภายนอก (Branding Inside-out and Outside-in) หัวข้อปลูกแบรนด์ให้ปัง ด้วยพลังการเล่าเรื่อง (Story Branding) หัวข้อการประชาสัมพันธ์แบรนด์องค์กรในยุคดิจิทัล (Social Media and Online Channel for PR Branding) หัวข้อกรณีศึกษาของแคมเปญ

การสร้างแบรนด์ในช่วงโควิด (Branding Case studies during COVID) หัวข้อตรวจสอบความเข้มแข็งของแบรนด์ ด้วยเครื่องมือออนไลน์ (Brand Mention and Social listening/Social Monitoring)

๗) หลักสูตร “Big Data ชุมพลังของการตลาดออนไลน์ B2C” โดยคุณสมากุลวานิชไชยนันท์ หลักสูตรนี้ออกแบบมาเพื่อให้มีความเข้าใจด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data Analytics) และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรทั้งทางด้านกลยุทธ์องค์กรและการบริหารงาน โดยเน้นแนวทางในการทำความเข้าใจปัญหา และการวางแผนเป้าหมายที่ชัดเจน มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อ Introduction สร้างมุมมองทางธุรกิจให้ผู้สนใจ หัวข้อ Who are Data Experts หัวข้อ Data Analytic พื้นฐานด้าน Data Analytics รวมไปถึงอธิบายวิธีการออกแบบสมการโมเดลตัวเลขเบื้องต้น และการเลือกโมเดลที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้เห็นภาพของการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และหัวข้อ Digital Transformation เน้นการวางแผนระบบที่งานและการเปลี่ยนแปลงการทำงานขององค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้สูงสุด ก่อให้เกิดการพัฒนาด้าน Digital Transformation ได้อย่างแท้จริง

๘) หลักสูตร “Corona Marketing การทำการตลาดอย่างมืออาชีพ เพื่อเอาตัวรอดจากวิกฤต” โดยคุณภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ และคุณณัฐนัน ตันศึกษา เรียนรู้เทคนิคการเอาตัวรอดจากวิกฤตที่ต้องทำทันที และทำในรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไป และสามารถสร้างรายได้ท่ามกลางวิกฤต โดยหลักการสำคัญสองข้อคือ ต้องอยู่รอดให้ได้จนกว่าจะกลับมาสู่ภาวะปกติ และอยู่รอดอย่างไรให้พลิกวิกฤตให้กลับกลายเป็นโอกาส มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อธุรกิจสภาพรวมที่ได้รับผลกระทบในช่วง COVID-19 หัวข้อสร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจของตนเองอย่างไรในสภาวะที่ไม่ปกติให้ลูกค้าเชื่อมั่นและการนำธุรกิจฝ่าวิกฤตครั้งนี้ หัวข้อเจาะเครื่องมือที่ธุรกิจต้องใช้ในการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หัวข้อการดูแลธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ บริหารจัดการความเสี่ยง วางแผนประเมินสถานการณ์ และจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หัวข้อการบริหารจัดงานเงินทุนและงบประมาณการลงทุน และหัวข้อการเตรียมปรับรับความเปลี่ยนแปลงหลังจากวิกฤต COVID-19

๙) หลักสูตร “เขียน Content ให้สุด ไม่หยุดแค่ที่แชร์” โดยคุณปัญญภณ เทพประสิทธิ์ นำเสนอในการจัดทำเว็บไซต์ การสร้างเนื้อหา Content Marketing เพื่อวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีข้อแตกต่างจากเนื้อหาเพื่อการโฆษณา เป็นการนำเสนอในลักษณะที่เป็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับหัวข้อนั้น ๆ ในลักษณะที่เป็นเชิงลึก มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อ Audience, Persona, and Customer Job-to-be-done: รู้จักและเข้าใจ Audience ถอดรหัสความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย หัวข้อ Sweet Spot สร้างคอนเทนต์ในแบบคุณจาก Sweet Spot หัวข้อ Content Marketing For?, and Defining Your Right Content Mission คอนเทนต์การตลาดทำไปเพื่อ? และการกำหนดภารกิจของคอนเทนต์ที่ใช้ หัวข้อ Content Tilt บิดคอนเทนต์ พิชิตใจลูกค้า หัวข้อ การออกแบบ Content Funnel และโครงสร้าง Content (Template) หัวข้อ Storytelling เล่าให้เป็นเรื่องด้วย Storytelling Canvas

๑๐) หลักสูตร “ติ่งดูดยอดขายหลักล้าน ด้วยการถ่ายภาพ DIY” โดยคุณภคมน ตั้งจิตดีเลิศ เรียนรู้เทคนิค รู้หลักการถ่ายภาพ และวิธีการใช้งานจากกล้องสมาร์ทโฟน และการบริหารจัดการคลังภาพ ด้วยซอฟต์แวร์การจัดการคลังภาพในกลุ่มโอเพนซอร์สและฟรีแวร์

๑๑) หลักสูตร “ปั้นยอดขาย ขยายตลาด ด้วย Google Ads” โดยคุณเรืองเกียรติ ทองประดิษฐ์ เรียนรู้เทคนิคการสร้างฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่และเพิ่มยอดขายได้จากการทำ Google Ads มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อทำความเข้าใจโครงสร้างการทำโฆษณา ผ่าน Google Ads หัวข้อประเภทและการเลือกรูปแบบโฆษณาของ Google Ads หัวข้อ การจัดการ Google Ads Account หัวข้อวางแผนกลยุทธ์

การสร้าง โครงสร้าง Campaign ของ Google Ads ให้มีประสิทธิภาพ หัวข้อการเลือก Keyword Strategy เลือกผิด ชีวิตเปลี่ยน หัวข้อรูปแบบการจัดการและซื้อโฆษณา Google Ads หัวข้อกลยุทธ์การโฆษณา Remarketing หัวข้อการวัดผลการโฆษณา Google Ads และวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการโฆษณา

๑๒) หลักสูตร “ผลิตรายด้วย WordPress” โดยคุณขวัญอรุณ โอภาณนที เรียนรู้การใช้เครื่องมือที่สามารถพัฒนาและจัดการเว็บไซต์ได้ง่าย สะดวก รวดเร็วและมีความสวยงามนั้นคือ WordPress ซึ่งมีลักษณะการจัดการโครงสร้างและเนื้อหาที่ง่าย รูปแบบการดีไซน์และการออกแบบที่สวยงาม สามารถสร้างเว็บไซต์ได้โดยผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเขียนโค้ด HTML ให้ง่ายเพราะโปรแกรมมีลักษณะเน้นไปทางระบบการจัดการเนื้อหา CMS (Content Management System) ทำให้การจัดทำเว็บไซต์มีลักษณะของการดำเนินงานแบบเป็นระบบ มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ หัวข้อวิธีการในการทำเว็บไซต์ สามารถสร้างเว็บไซต์บนระบบอะไรก็ได้ หัวข้อทำความรู้จัก WORDPRESS หัวข้อติดตั้ง WORDPRESS หัวข้อการตั้งค่าเบื้องต้นของเว็บไซต์ (General Settings) หัวข้อแนะนำ Theme และ Page Builder สำหรับ WordPress “Elementor Pro” หัวข้อการสร้างเมนู (Menu) ให้เว็บไซต์ หัวข้อการสร้าง Footer ให้เว็บไซต์ หัวข้อการสร้างหน้า Sale Page สำหรับเว็บไซต์ หัวข้อวิธีการปรับดีไซน์ Responsive Design ของหน้าจอลักษณะต่าง ๆ เช่น Tablet, Mobile Screen และแนะนำ Plugins ที่จำเป็นและควรรู้จัก

๕.๑.๒.๓ หลักสูตรปั้น SMEs ค้าออนไลน์สู่วิกฤต COVID-19 ผ่านเว็บไซต์ Youtube ภายใต้ชื่อ DIProm Station เพื่อเพิ่มทักษะผู้ประกอบการแบบเร่งปรับการตลาดและขยายช่องทางออนไลน์ (E-commerce) ทดแทนในช่วงที่พฤติกรรมของคนไทยชะลอการซื้อผลิตภัณฑ์ตามสถานที่สาธารณะและร้านค้าต่าง ๆ ซึ่งการตลาดออนไลน์ (E-commerce) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญด้านการตลาดในการสร้างการรับรู้ตราสินค้า การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสร้างยอดขาย มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ ๑) หัวข้อพื้นฐานการขายสินค้าออนไลน์บน Facebook โดยคุณเจนจิรา ศรีดี ๒) หัวข้อฝ่าวิกฤตโควิด-๑๙ พลิก Facebook รุกยอดขายออนไลน์ โดยคุณธัญญานิธิ อภิษฐ์ไชยศิริตัน ๓) หัวข้อ Facebook Live ถ่ายทอดสดผ่าน Facebook ให้เหมือนรายการทีวี โดยคุณเจนจิรา ศรีดี และ ๔) หัวข้อสร้างวิดีโอแสนใจดี เพื่อยอดขายให้ปัง ด้วยมือถือเครื่องเดียว โดยคุณเสกสรร เทตสิริภัทร

๕.๑.๒.๔ หลักสูตรพลิกวิกฤตชีวิตด้วยธุรกิจชุมชน การอบรมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.นักธุรกิจชุมชน.com เป็นการอบรมเพื่อให้ความรู้ สร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโรค COVID-19 และประชาชนทั่วไป มีหลักสูตรย่อย ดังนี้ ๑) หลักสูตร “สร้างความตระหนักรู้ในการประกอบธุรกิจชุมชน” และ ๒) หลักสูตร “พัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน” พร้อมเสริมความรู้จากแบบอย่างธุรกิจ ๕ ธุรกิจต้นแบบที่น่าปัจจัยพื้นฐาน ๕ อย่าง คือ ไอเดีย ครีว พาหนะ อุปกรณ์ และพื้นที่ มาสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ในยุค New Normal ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและประมง ธุรกิจให้บริการด้วยชำนาญเฉพาะทาง ธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร/อาหารแปรรูป/องค์ประกอบนำเสนอ/คัดสรรวัตถุดิบ ธุรกิจที่ใช้ความสามารถ ภูมิปัญญา ความชำนาญ และธุรกิจที่ใช้ระบบออนไลน์/อีคอมเมิร์ซ

๕.๑.๒.๕ หลักสูตรเปิดทางสู่ธุรกิจหลัง COVID-19 การอบรมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.dip-challenge.com เป็นหลักสูตรที่ทำให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจได้รับความรู้ครอบคลุมรอบด้านสำหรับการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ทั้งการเขียนแผนธุรกิจ Business Model Canvas อย่างละเอียดและนำไปใช้ได้จริง ได้รับฟังประสบการณ์จริงจากเจ้าของธุรกิจที่ผ่านทั้งความล้มเหลวและความสำเร็จ มีหัวข้อในหลักสูตรดังนี้ ๑) หัวข้อแรงบันดาลใจที่กระหายความสำเร็จ โดยคุณฉัตรชัย ระเบียบธรรม ๒) หัวข้อทักษะ

ในการสร้างสรรค์กระบวนการคิดเชิงวิพากษ์ โดยคุณสุชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ ๓) หัวข้อการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนความสำเร็จ โดยคุณรัฐพล ม่วงท่า ๔) หัวข้อทักษะการตลาดดิจิทัลแบบแอดวานซ์ โดยคุณสุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล ๕) หัวข้อทักษะการขายขั้นสูงเพื่อการอยู่รอดหลังวิกฤต โดยคุณทรงพล ชัญมาตรกิจ ๖) หัวข้อสัญลักษณ์และความปลอดภัยคือกุญแจสำคัญของ New Normal โดยคุณจันทร์จนา ศรีพันธุ์วัฒนา ๗) หัวข้อการกระจายสินค้าเชิงสร้างสรรค์ โดยคุณภาวรินทร์ ราษฎร์วงศ์ ๘) หัวข้อกระบวนการคิดเชิงออกแบบสร้างสรรค์ โดยคุณประเมษฐ์ ชุ่มยี่ม ๙) หัวข้อการกำหนดตัวตนของคนซื้อและแผนภาพแบบจำลองธุรกิจ โดยคุณณัฐนรินทร์ เนียมประดิษฐ์ ๑๐) หัวข้อ๑๐ แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas โดยคุณณัฐนรินทร์ เนียมประดิษฐ์ และ ๑๑) หัวข้อ Value Proposition Canvas โดยคุณธานีต นิมนานวุฒิพงษ์

๕.๒ ข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

๕.๒.๑ วิเคราะห์เชิง SWOT Analysis การพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการจัดทำแนวทางพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคและนำข้อมูลไปจัดทำแนวทางพัฒนา โดยดำเนินการดังรายละเอียดดังตารางที่ ๕.๑

ตารางที่ ๕.๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรของการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

จุดแข็ง (S-Strengths)	จุดอ่อน (W-Weaknesses)
๑. มีการอบรมเชิงวิชาการให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องได้หลากหลายหลักสูตร ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ๒. เผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่ ๆ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงได้ทันถ่วงที	๑. ขาดการรวบรวมหลักสูตรไว้ในแหล่งเดียวกัน เนื่องจากหากผู้ประกอบการต้องทบทวนหรือศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังจะหาข้อมูลได้ยาก ๒. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังขาดระบบการส่งต่อลูกค้าเพื่อให้บริการแบบ One Stop Service
โอกาส (O-Opportunities)	อุปสรรค (T-Threats)
๑. ผู้ประกอบการต้องการความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีใหม่ จึงทำให้ต้องพัฒนาทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีในระดับที่สูงขึ้น ๒. ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้านการตลาด การเชื่อมโยงตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาส่งเสริม	๑. สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ยังควบคุมไม่ได้ ส่งต่อการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต้องใช้เวลาในการปรับตัว ๒. ผู้ประกอบการไม่ทราบการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร สามารถนำข้อมูลมากำหนดมาตรการเชิงกลยุทธ์ รายละเอียดดังตารางที่ ๕.๒

ตารางที่ ๕.๒ มาตรการเชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์เชิงรุก (S-O)	กลยุทธ์พลิกตัว (W-O)
เพิ่มการฝึกอบรมภาคปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะทักษะที่ขาดแคลน เช่น การใช้เครื่องจักร การซ่อมแซมและบำรุงรักษา การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน เป็นต้น	เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริงและครบถ้วนในการทำธุรกิจ อาจต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการ เช่น ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น
กลยุทธ์แตกตัว (S-T)	กลยุทธ์ตั้งรับ (W-T)
ควรมีระบบหรือช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เป็นแหล่งเดียว ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถแจ้งเตือนผู้ประกอบการให้ทราบถึงกิจกรรมที่สนใจได้	ควรมีการจัดเก็บหลักสูตรอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวมเป็นส่วนกลางเพื่อเข้าใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว

๕.๒.๑ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จากการประเมินวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบการอบรมออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค สามารถนำมาจัดทำเป็นมาตรการเชิงกลยุทธ์ได้ดังนี้

๑) เพิ่มการฝึกอบรมภาคปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะทักษะที่ขาดแคลน เช่น การใช้เครื่องจักร การซ่อมแซมและบำรุงรักษา การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน เป็นต้น

๒) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริงและครบถ้วนในการทำธุรกิจ อาจต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการ เช่น ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

๓) ควรมีระบบหรือช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เป็นแหล่งเดียว ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถแจ้งเตือนผู้ประกอบการให้ทราบถึงกิจกรรมที่สนใจได้

๔) ควรมีการจัดเก็บหลักสูตรอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวมเป็นส่วนกลางเพื่อเข้าใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง (๒๕๖๓). มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๑ - ๓. ค้นเมื่อ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๓, จาก <https://www.mof.go.th/>

มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ ๑. ค้นเมื่อ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๓, จาก <https://gnews.apps.go.th/news?news=57124>

“ระบบอัตโนมัติ” ส่งผลต่อธุรกิจทั่วโลกอย่างไร. ค้นเมื่อ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๓, จาก <http://torterakit.com>

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๓). สำรวจ “IoT” สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ร่วมพลิกโฉม SMES ไทย. ค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓, จาก <https://ismed.or.th/SPR060363.php>

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (๒๕๖๓). คู่มือสู้วิกฤต COVID 19 สำหรับ SMEs ฉบับที่ ๑ รวบรวม ณ วันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๓. ค้นเมื่อ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๓, จาก <http://fti.or.th/>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๓). รายงานภาวะเศรษฐกิจไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๓ ค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=QGDP_report

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (๒๕๖๓). Thailand Digital Technology Foresight. ค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓, จาก <https://www.depa.or.th>

SWOT Analysis. ค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓, จาก <https://www.ceochannels.com/what-is-swot-analysis/>

ภาคผนวก

หัวข้อหลักสูตรการอบรมด้านการบริหารธุรกิจแบบครบวงจรผ่านระบบออนไลน์

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
1. หัวสำหรับกระตุ้น Brand ของ DIProm ในช่วงวิกฤต					
1.1 หัวข้อที่เกี่ยวกับ New Normal และการพัฒนาช่วงวิกฤต COVID-19					
New Normal: New Opportunity?	- เป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ ที่ไม่ใช่แค่เสนอโอเคเดียวว่า new normal จะมีอะไรบ้าง แต่ควรแชร์โอเคเดียวกันด้วยว่า แล้ว sme ไทยจะเจอความท้าทายอะไรบ้างหรือจะมีอะไรที่เป็นโอกาสของ sme บ้าง	วิทยากรจากภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน มาแลกเปลี่ยนความเห็นกันในรูปแบบสัมมนา		Webinar	ผู้ประกอบการ/ นักวิชาการ/ นักศึกษากำลังจะจบ/ คนที่อยากเป็นผู้ประกอบการ/ ผู้สนใจทั่วไป
The Next Normal (ความปกติในรูปแบบใหม่)	ผลกระทบสังคมไทยในอนาคตที่อาจเกิดขึ้น หลังพ้นภาวะวิกฤติ COVID-19 จึงควรที่จะมีการตั้งรับทั้งในแง่มุมมองพฤติกรรมการใช้ชีวิต การอยู่อาศัย การใช้เทคโนโลยี การเดินทาง และการดูแลสุขภาพ ตลอดจนแผนการรับมือเชิงรุก การพัฒนาที่อยู่อาศัย รวมถึงผลิตภัณฑ์ และบริการที่ตอบโจทย์กับวิถีชีวิตของคนในอนาคต	ดร.การดี เลียวไพโรจน์ หัวหน้าคณะที่ปรึกษาฟิวเจอร์เทลส์ แล็บ บริษัทแมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ศูนย์ฟิวเจอร์เทลส์ แล็บ โดย MQDC ได้วิเคราะห์ประเด็นสำคัญต่างๆ ผ่านเครื่องมือ Web of Impact	fb live	ผู้ประกอบการที่เปิดรับโอกาสและความรู้ใหม่ๆ มีแนวคิดที่อยากปรับเปลี่ยนธุรกิจ พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลง และผู้สนใจทั่วไป
Stay home Stay safe: Foodservice's New Normal After Pandemic	การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวของธุรกิจอาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ การสอนทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับการให้บริการอาหารปิ่นโต การจัดทำเมนู และ Meal Kits (ชุดอาหารพร้อมปรุง) ซึ่งเป็นทางเลือกของธุรกิจร้านอาหารในอนาคต ที่ยังต้องยึดเรื่อง Stay home Stay safe	ผู้ประกอบการกิจการร้านอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร		webinar	ผู้ประกอบการอาหาร /ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
The Shows Must Go On	การถ่ายทอดความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ เทรนด์การปรับตัวในรูปแบบใหม่ของธุรกิจต่างๆ เช่น การแสดงดนตรีผ่าน live “MUSICAL FROM HOME” / Online Yoga / การสอนแต่งหน้าออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นแนวคิดการสร้างธุรกิจใหม่ที่มีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต	ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ เช่น เมืองไทยรัชดาลัย เธียร์เตอร์ / Yoga and ME		fb live	ผู้สนใจประกอบธุรกิจ
ด้าน Operation การบริหารโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุน แก้ววิฤติ Covid 19	หลักสูตรที่เน้นให้ผู้ประกอบการทราบถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และได้แนวคิดเพื่อนำไปใช้ลดต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์แล้วนำมาจัดการต้นทุนในแต่ละส่วนขององค์กร ทั้งการจัดการคลังสินค้า การจัดการขนส่งในและต่างประเทศ การจัดการจัดซื้อ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ เพื่อส่งผลให้ลดต้นทุน เพิ่มกำไรในภาพรวมขององค์กรได้	- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะ วิทยาการจัดการ สาขาวิชาการ จัดการโลจิสติกส์ - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม เกล้าพระนครเหนือ คณะ วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชา วิศวกรรมโลจิสติกส์			
1.2 หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะต่าง ๆ					
Everyone can cook ปลุกความเป็นเชฟในตัว คุณ	ช่วง lockdown คนอยู่บ้านมากขึ้น ทำอาหารกินเองมากขึ้น มองหาสูตรอาหารบนอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น อยากให้มีเชฟดังๆ มาให้สูตร สอนทำอาหารภายใต้แนวคิดที่ว่าแบบ อาหารอร่อย ใครๆ ก็ทำได้	เชฟป้อม MasterChef หรือดังแบบนั้น		FB Live	คนที่อยู่บ้าน พวก work from home พวกคนรุ่นใหม่ที่กำลังดิ้นรนหาอาหารกิน แต่ต้องมาทำอาหารเองช่วงโควิด
เทคนิคการแปรรูปอาหาร *ผลไม้ *ผัก *อาหารสด (เช่น หนังกุ้ง สแน็ก หนวดหมึกอบ กรอบ)	เน้นคอร์สเทคนิคของการแปรรูปให้มีคุณภาพดี เก็บได้นาน คงทนความอร่อย ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ (ออกแบบสวยๆ ง่ายๆ สามารถทำเป็นอาชีพได้) มีการแนะนำอุปกรณ์หรือเครื่องมือไปด้วย (เป็นลูกค้ากรม ที่ได้รับการส่งเสริม จะได้เกิดการ Matching ไปในตัว)	อ. ด้าน Food science ? (อ. ทิพวรรณ เคยรับงาน และนั่งตรง bsc)		youtube กรม/web กรม (FB สด คงไม่เหมาะสมเพราะใช้เวลานาน)	บุคคลทั่วไปที่สนใจ /otop Startup/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
การแปรรูปสินค้าเกษตร รอบบ้าน ให้กลายเป็น งาน (อาชีพ) ใหม่	จากภาวะวิกฤต COVID-19 ทำให้ภาคแรงงาน บางส่วนกลับภูมิลำเนา (อาจมีการถูกเลิกจ้างหรือ ตัดสินใจละทิ้งอาชีพเดิมเพื่อหางานใหม่ในท้องถิ่น) ประกอบกับนโยบายมุ่งเน้น Local Economy และ Made-In-Thailand ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในประเทศหลังวิกฤต จึงมีแนวคิดในการสร้างแรง บันดาลใจในการหาอาชีพใหม่สำหรับแรงงานกลับ ถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าเกษตรง่าย ๆ แล้วสอน เทคนิคการขายออนไลน์ สร้าง Story ให้ผลิตภัณฑ์	1. ภาควิชาพัฒนา ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร 2. ภาควิชาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีการอาหาร 3. ภาควิชาเทคโนโลยีชีวภาพ 4. บริษัทเอกชนชั้นนำ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูป ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร	ควรเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดองค์ ความรู้ได้ โดยต้องมีหลักวิชาที่ เกี่ยวข้อง สอดแทรก Scientific Technology Mindset ระหว่างการ สอน	การออกอากาศผ่าน fb live (Public) ของ DIProm เป็น รายการทุกสัปดาห์	1. แรงงานคืนถิ่นที่ต้องการอาชีพ ใหม่ 2. ประชาชนทั่วไป
ถ่ายสวยสวยได้	สอนวิธีถ่ายภาพสินค้า ตั้งแต่การจัดองค์ประกอบ ภาพ การสร้างแสงเงาและบรรยากาศ การใช้แอป และฟิลเตอร์ต่างๆ เพื่อสร้างอารมณ์ของภาพ ไป จนถึงเทคนิคความรู้และเทคนิคพื้นฐานในการถ่ายรูป สินค้าให้มีเสน่ห์ สอนวิธีการถ่ายวิดีโอและการตัดต่อวิดีโอ เพื่อพรี เซนต์สำหรับการโปรโมทและรีวิวลสินค้า			Clip VDO เพื่อให้ผู้ชม สามารถดูย้อนหลังได้ หรือ หยุดชั่วคราวเพื่อทดลอง ปฏิบัติตามผู้สอน	ประชาชนทั่วไป OTOP SME
1.3 หัวข้อที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการค้าออนไลน์และการตลาด					
สอนการขายของออนไลน์	คอร์สสอนการขายของออนไลน์มีเยอะ แต่ว่าบางที่ ก็ต้องเสียค่าเรียน ดังนั้น ถ้า กสอ. ทำหลักสูตรสอน ผู้ประกอบการให้มาลงเรียนได้ด้วยค่าเรียนที่ถูกลง (แต่คุณภาพเหมือนพวกคอร์สที่ต้องเสียตังค์ไปเรียน) อาจจะเก็บค่าสมัครนิดหน่อย พอเป็นพิธี ไม่ให้คน รู้สึกว่าฟรี ก็น่าจะเรียกแขกได้ เนื้อหาเช่น เรียน Digital Marketing เทคนิคขายของออนไลน์ตั้งแต่ หาสินค้า,เปิดเว็บไซต์,ทำSEO Search Engine Optimization เอาแบบครบวงจรตั้งแต่ทำไมเป็น จนขายได้			Zoom	ผู้ประกอบการที่ต้องการขาย ของออนไลน์แบบมีหลักการ

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยาการ / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยาการ	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
แพลตฟอร์มออนไลน์ โดยใช้กลไกการค้า รูปแบบสถาบัน	ในช่วงวิกฤต COVID-19 เกิดแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ผ่าน fb ที่ใช้ความเป็นสถาบันในการจำหน่ายสินค้า ทำให้กระตุ้นยอดขายได้ และผู้บริโภคมีความรู้สึกผูกพันกับสถาบัน อยากอุดหนุน มีความเป็นส่วนหนึ่ง หัวข้อนี้จึงเป็นการเชิญวิทยากรที่เป็นผู้ก่อตั้งแพลตฟอร์มแต่ละสถาบัน เช่น จุฬามารเกตเพลส มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝึกงาน KU จะฝึกงาน เป็นต้น มาเผยแพร่องค์ความรู้ เทคนิคการจัดการบริหารแพลตฟอร์ม และข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการที่จะตัดสินใจนำสินค้าไปลงตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ	1. คุณปานพล จันทรสกริ ศิษย์เก่าคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2. ภาวรินทร์ งามัญวงศ์ (ศิษย์เก่าคณะศิลปศาสตร์ เอก ภาษารัสเซีย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) และมหาวิทยาลัยที่มีแพลตฟอร์ม ลักษณะคล้ายกัน	เป็นผู้ก่อตั้งแพลตฟอร์มออนไลน์โดยใช้กลไกสถาบันซึ่งทำให้ผู้บริโภคซึ่งมีความรักดี (Royalty) และอยากช่วยเหลือผู้ร่วมสถาบันในการเพิ่มช่องทางการขายและการเลือกซื้อได้อย่างเหมาะสม เป็นการเพิ่มยอดขายให้ผู้ประกอบการในช่วงวิกฤต	การออกอากาศผ่าน fb live (Public) ของ DIProm	1. ผู้ประกอบการที่ต้องการนำ สินค้าลงแพลตฟอร์มออนไลน์ 2. ผู้ประกอบการใหม่ 3. ผู้ประกอบการธุรกิจ แพลตฟอร์มออนไลน์
ด้าน Marketing เจาะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์ การตลาด	ในช่วงสถานการณ์ปัจจุบันการเกิดวิกฤต COVID-19ทำให้ผู้บริโภคหลายกลุ่มเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค หลักสูตรนี้จึงได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงการวิเคราะห์เจาะลึกพฤติกรรมและความต้องการ (Customer Insight) ของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้า การตลาดให้สินค้าและบริการที่ตอบสนองตลาดเป้าหมายได้	ดร. ธธีรธร ธีรขวัญโรจน์ อดีต General Manager - บริหาร สินค้า บริษัท ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล จำกัด อดีตผู้จัดการและบริหารการขาย อุตสาหกรรมนมไทย (นมตราหมี)			
กลยุทธ์ตลาดแนว ใหม่: เกาะกระแส Tiktok ที่คุณก็เป็น influencer ได้	การถ่ายทอดแนวคิด โมเดลธุรกิจการทำ “Short Video” ที่นิยมแพร่หลายไปทั่วโลก เพื่อถ่ายทอดกลยุทธ์สร้างความสำเร็จ “TikTok” อย่างเช่น Content Diversification ที่ตอบโจทย์กลุ่มคนหลากหลายช่วงอายุ และเพศ Content Localization ในแต่ละประเทศ และการสร้าง Challenge ต่างๆ ให้คนทำตามและร่วมกันสร้างสรรค์ไอเดีย	นายปรกรณ์ วัฒนเฉลิมภูมิกร หัวหน้าฝ่ายการตลาดประจำ ประเทศไทย ของ TikTok	ผู้อยู่เบื้องหลังการปลุกปั้น TikTok ให้ แจ้งเกิดในไทย	fb live	ผู้ประกอบการที่เปิดรับโอกาส และความรู้ใหม่ๆ มีแนวคิดที่ อยากปรับเปลี่ยนธุรกิจ พร้อมทั้ง จะเปลี่ยนแปลง และผู้สนใจทั่วไป

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
Hot Hit ติดตลาด ด้วย Influencer Marketing	ถ่ายทอดความรู้การทำธุรกิจผ่าน 'Social Media' และทำการตลาดโดยการสร้างกระแสการรับรู้ผ่าน 'Influencer' ที่สามารถทำให้เข้าถึง Target ได้ง่าย และสร้างความน่าเชื่อถือได้ดี จนนำไปสู่การตัดสินใจ เทคนิคการเลือก Influencer ให้เหมาะกับธุรกิจ การรีวิวและสื่อสาร story ที่มี content สร้างสรรค์ มีคุณภาพ เป็นมิตรกับผู้ติดตาม	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด		webinar	ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการทำตลาด และผู้สนใจทั่วไป
D.I.Y Branding	ถ่ายทอดความรู้การสร้างบุคลิกหรือเอกลักษณ์ของแบรนด์ ชื่อของแบรนด์ สีและโลโก้ของแบรนด์ สร้าง Positioning ให้เป็นที่จดจำได้ เช่น แบรนด์ "เนื้อหมูแดดเดียว ตรา อีเหมียวป็นตุ๋กับข้าว" ที่สร้างกระแสในโลกออนไลน์อย่างมาก	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด		webinar	ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการทำตลาด และผู้สนใจทั่วไป
เจาะตลาด ผ่าน Customer Journey	Marketing and Sales	ดร.นิเวศน์ ธรรมะ Consulting Agency	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มีประสบการณ์ ออกหนังสือด้านการตลาด น้ำเสียงน่าฟัง ภาพลักษณ์ดึงดูดความสนใจ	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป
การรักษาฐานลูกค้าและขยายฐานลูกค้า	สอนเทคนิคในการเข้าถึงและรับรู้ความต้องการของลูกค้า เทคนิคในการโน้มน้าวใจลูกค้า การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า			fb live	OTOP SME
เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการสร้าง story	สอนการสร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้า โดยการสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจ เพื่อการสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ และสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำ ชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของมีประโยชน์หรือมีลักษณะที่โดดเด่นจากคู่แข่งอย่างไร			fb live	ประชาชนทั่วไป OTOP SME

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้โดนใจผู้บริโภค	เป็นคอร์สที่เน้นการแชร์ประสบการณ์ของวิทยากร ตั้งแต่แรงบันดาลใจในการก่อตั้งธุรกิจ เทคนิคการสำรวจตลาด เทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาด เทคนิคการนำสินค้าเข้า 7-11 และความสำเร็จของการใช้ตนเองเป็น Brand Ambassdor	คุณอิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วณิชย์ CEO บริษัท เจ้าแกนน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	เป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการอาหาร มีประวัติที่น่าสนใจ เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถขยายตลาดได้ในขณะที่อายุน้อย	การออกอากาศผ่าน fb live (Public) ของ DIProm	1. ผู้ประกอบการ SMEs (เป้าหมายหลัก คือ ธุรกิจอาหาร) 2. ผู้ประกอบการทั่วไป 3. FC คุณต๊อบ อิทธิพัทธ์
1.4 หัวข้อที่เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน					
ปั้น ปรง เปลี่ยน ชุมชนง่าย ๆ ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว	จากภาวะวิกฤต COVID-19 ทำให้ภาคแรงงานบางส่วนกลับภูมิลำเนา (อาจมีการถูกเลิกจ้างหรือตัดสินใจละทิ้งอาชีพเดิมเพื่อหางานใหม่ในท้องถิ่น) ประกอบกับนโยบายมุ่งเน้น Local Economy และ Made-In-Thailand ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศหลังวิกฤต จึงมีแนวคิดในการให้ความรู้เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนชุมชนให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว (อิงจาก CIV เดิม แต่เพิ่มความเข้มข้นด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาธุรกิจในพื้นที่ เสริมกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบทบาทของ กสอ.) โดยมีการสอนตั้งแต่การสำรวจทรัพยากรที่มี การสำรวจตลาด แนวคิดการพัฒนาธุรกิจ-ผลิตภัณฑ์เบื้องต้น การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการธุรกิจ	1. ดร. สันติธร ฐิริภักดิ์ (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร)	1. ดร. สันติธร ฐิริภักดิ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม การท่องเที่ยวและทำงานร่วมกับ กสอ. มาหลายโครงการ มีคณะทำงานที่มีประสบการณ์	1. ในช่วงแรกเป็น fb live เพื่อหาผู้สนใจและมีความตั้งใจจริง ๆ และเป็นการ PR โครงการ และเป็นการให้ความรู้ แนวคิดกว้าง ๆ เกี่ยวกับกิจกรรม 2. ในช่วงที่เลือกชุมชนแล้ว เป็นการอบรมทฤษฎีออนไลน์ผ่าน Webinar ซึ่งจำกัดเฉพาะผู้ที่สนใจจริง ๆ 3. หากเป็นไปได้ ต้องมีการลงพื้นที่เพื่อการศึกษาแนะนำเชิงลึก	1. ผู้ประกอบการใหม่ (แรงงานเดิมที่เคลื่อนย้ายกลับภูมิลำเนา) 2. วิสาหกิจชุมชนเดิมที่ต้องการพัฒนาท้องถิ่นเป็นสถานที่ท่องเที่ยว 3. SMEs เดิมในท้องถิ่นที่ต้องการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยว (อาจใช้ Model ของหมู่บ้านที่ปรับสถานประกอบการเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง เดินชมไลน์ผลิต แล้วขายสินค้าเชื่อมโยงกับ Story ในท้องถิ่น)

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
ปั้นธุรกิจให้เป็นมิตรกับการท่องเที่ยวเกษตร: การสร้างสังคมเกษตรอินทรีย์สู่ตลาดออนไลน์ (Thai Organic Platform) และสามพรานโมเดล : ต้นแบบการท่องเที่ยวแบบ Organic Tourism	การถ่ายทอดแนวคิด และประสบการณ์ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจโรงแรมและบริการ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและการเกษตรอินทรีย์ อาทิ สามพรานโมเดล เป็นการเปลี่ยนธุรกิจโรงแรมมาเป็น Organic Tourism และสร้าง Thai Organic Platform เป็นการสร้างสังคมอินทรีย์ด้วยโลกออนไลน์ ที่เชื่อมโยงตั้งแต่ ต้นน้ำ ถึง กลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยสินค้าออร์แกนิกคุณภาพดี จากเกษตรกรตัวจริง กลางน้ำ คือ ผู้ประกอบการต่างๆ ร้านอาหาร โรงแรม และปลายน้ำ คือ ผู้บริโภคทุกคน	คุณโอ อรุช นวราช (ผู้ร่วมก่อตั้ง Thai Organic Platform และ ผู้บริหารสวนสามพราน)	เป็นทายาทเจ้าของธุรกิจสวนสามพรานรุ่นที่ 3 ที่รับช่วงการดำเนินธุรกิจโรงแรม และปรับเปลี่ยนรูปแบบมาจนถึงปัจจุบัน	fb live	ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการ / เกษตรกร ผู้สนใจที่ทำเกษตรแปลงเล็กที่บ้าน
Shift ธุรกิจให้ Connect ชุมชน	การถ่ายทอดแนวคิดและประสบการณ์ ของธุรกิจบริการขนาดเล็ก ที่ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจมาเชื่อมโยงชุมชน และดูแลสังคม (CSR) อย่างเช่น Local Alike ธุรกิจท่องเที่ยว ที่ได้แตกไลน์ร้านอาหาร อย่าง Local Aroi ด้วยการนำวัตถุดิบจากคนท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศ มาทำเป็นอาหาร The Quarter Residence พญาไท ปรับธุรกิจเปลี่ยน "โรงแรม" ให้เป็น "ร้านค้า" สำหรับชุมชน ย่านพญาไทและราชเทวี Once Again Hostel ดำเนินธุรกิจตามแนวทาง Inclusive Business เป็นตัวกลางที่ทำให้ร้านเล็กๆ ในย่านประตูผี-เสาชิงช้า ให้ยังคงมีรายได้	คุณไผ่-สมศักดิ์ บุญคำ หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Local Alike คุณศานนท์ หวังสร้างบุญ ผู้ร่วมก่อตั้งเครือข่าย ‘SATARANA’ (สาธารณะ)	ผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือชุมชนและสังคม	fb live	ผู้ประกอบการที่สนใจ อยากเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือชุมชนและสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกัน

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
2. หัวข้อที่ใช้พัฒนาผู้ประกอบการในภาวะปกติ					
2.1 หัวข้อที่เกี่ยวกับแรงบันดาลใจการเป็นเป็นผู้ประกอบการ					
แรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ	เนื้อหาว่าด้วยการค้นหาแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ การเตรียมใจในการทำธุรกิจ การสำรวจความพร้อมของตนเองเบื้องต้นในการเป็นผู้ประกอบการ	1. Startup ชื่อตั้ง 2. SMEs ชื่อตั้ง 3. บริษัทใหญ่ ๆ	เป็นการกระตุ้นให้คนที่อยากเริ่มธุรกิจมาศึกษาบทเรียนจากวิทยากรที่ผ่านประสบการณ์จริงมา ต้องเป็นคนดังเพื่อกระตุ้นยอด View และทำให้คนรู้จัก DIProm ก่อนเข้าอบรมในหัวข้อต่อ ๆ ไป	การออกอากาศผ่าน fb live (Public) ของ DIProm	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. ผู้ที่กำลังลังเลว่าจะเริ่มทำธุรกิจดีไหม 3. นักศึกษาจบใหม่ 4. ประชาชนทั่วไป
แรงบันดาลใจสร้างได้	ถ่ายทอดเรื่องราวจากนักธุรกิจที่มีชื่อเสียง เพื่อแชร์ประสบการณ์ วิธีการคิด และการดำเนินธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์นี้	นักธุรกิจที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์การทำธุรกิจที่น่าสนใจ		fb live	ประชาชนทั่วไป OTOP SME
2.2 หัวข้อที่เกี่ยวกับการเตรียมพร้อมผู้ประกอบการ					
แนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset)	เนื้อหาว่าด้วยการปูพื้นฐานสำหรับบุคคลที่ต้องการเริ่มธุรกิจ ซึ่งมีเนื้อหาตั้งแต่จริยธรรมในการทำธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเงิน-บัญชี (การคิดต้นทุน กำไร สต็อก) ความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเรียนรู้นโยบายภาครัฐเบื้องต้น	1. กม.กสอ. 2. อาจารย์มหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการประกอบการ 3. SME ที่มีประสบการณ์ (บางช่วง)	1. เป็นหน่วยงานที่ดูแลด้านผู้ประกอบการใหม่ 2. อาจารย์จะมององค์ความรู้ มีศิลปะในการถ่ายทอด และเชี่ยวชาญเชิงทฤษฎี 3. SME มีประสบการณ์ในเชิงปฏิบัติ	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ
2.3 หัวข้อองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ					
S : Scientific Thinking (วิทยาศาสตร์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ)	การนำหลักวิทยาศาสตร์มาใช้ในการประกอบการ ตั้งแต่การสังเกต การตั้งปัญหา สมมติฐาน ออกแบบการทดลอง วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการทดลอง โดยหยิบยกตัวอย่างจากการประกอบการมาเป็น case study ให้ผู้ประกอบการเข้าใจง่ายขึ้น สามารถเรียนรู้ได้ทุกระดับ เป็นพื้นฐานสำหรับการต่อยอดไปในวิชานวัตกรรม การเพิ่มผลิตภาพ สถิติ การประกันคุณภาพ และการตลาด	บุคลากรจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	เป็นกระทรวงที่ด้านวิทยาศาสตร์และมีมหาวิทยาลัยอยู่ในสังกัด น่าจะมีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์พื้นฐานและมีเทคนิคในการถ่ายทอดที่เข้าใจได้ง่าย	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
T : Technology (เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ)	เนื้อหาว่าด้วยการนำวิทยาการ เทคโนโลยี สำหรับภาคอุตสาหกรรมมาปูพื้นฐานให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการก้าวทันเทคโนโลยี ซึ่งจะพื้นฐานสำหรับการต่อยอดไปในวิษานวัตกรรม การเพิ่มผลผลิตภาพ และการประกันคุณภาพ	บุคลากรจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	เป็นกระทรวงที่ดูด้านเทคโนโลยีและมีมหาวิทยาลัยอยู่ในสังกัด น่าจะมีความเชี่ยวชาญด้านการนำเทคโนโลยีไปใช้ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ผู้ประกอบการ	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ
E : Engineering (วิศวกรรมในการประกอบการ)	เนื้อหาว่าด้วยการนำหลักวิศวกรรมเบื้องต้นมาเชื่อมโยงกับการเป็นผู้ประกอบการ (หลัก ๆ น่าจะเป็นวิศวกรรมอุตสาหการ) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ การออกแบบสถานประกอบการ และ Logistic	1. กน.กสอ. 2. บุคลากรจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม 3. บุคลากรจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	1 และ 2 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการนำหลักวิศวกรรมไปใช้ในการประกอบการ 3. เป็นกระทรวงที่ดูด้านเทคโนโลยี และมีมหาวิทยาลัยอยู่ในสังกัด น่าจะมีความเชี่ยวชาญด้านการนำเทคโนโลยีไปใช้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ผู้ประกอบการ	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ
M : การเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสถิติเบื้องต้น	เนื้อหาว่าด้วยการปูพื้นฐานวิชาสถิติ ซึ่งหยิบยกเรื่องใกล้ตัวมาอธิบายเป็นตัวอย่าง สามารถเข้าถึงได้ทุกระดับการศึกษา โดยจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการพยากรณ์ข้อมูลในเชิงสถิติ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ การบริหารจัดการการเงินและบัญชี และการตลาด	1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2. บุคลากรจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 3. SME ที่มีความโดดเด่นด้านการนำหลักสถิติไปใช้ประโยชน์	1. เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านสถิติและมีความเชี่ยวชาญในเชิงทฤษฎี 2. เป็นผู้นำหลักทางสถิติไปใช้ในการพยากรณ์ข้อมูล 3. เป็นผู้นำหลักสถิติไปใช้ในการประกอบการจริง	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
IT : เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการประกอบการเบื้องต้น	เนื้อหาว่าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการประกอบการ เป็นพื้นฐานของการศึกษาด้านนวัตกรรม การเพิ่มผลผลิตภาพ การบริหารจัดการ	1. ศส.กสอ. 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3. SME ที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	1. เป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. เป็นผู้เชี่ยวชาญเชิงทฤษฎี 3. เป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบการ	การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ
Basic Soft Skill : ศิลป์ในการประกอบการ	เนื้อหาว่าด้วยการศาสตร์เชิงศิลป์ในการประกอบการ เช่น เทคนิคการเจรจาต่อรอง การบริหารจัดการเบื้องต้น มารยาททางธุรกิจ เทคนิคการติดต่อประสานงาน และความคิดสร้างสรรค์กับการประกอบการ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานก่อนการศึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การจับคู่ทางธุรกิจ การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ			การออกอากาศผ่าน fb live (กลุ่มปิด) ของ DIProm โดยต้องผ่านหัวข้อแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น (Entrepreneurial Mindset) ก่อน	1. ผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ 2. นักศึกษาจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ
Value Chain มั่นกว้างเลยอยากให้ผู้ช่วยคนข้าง ๆ มาเล่าให้ฟัง	Value Chain	ดร.ทรงชนะ บุญขวัญ คนบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย / เจ้าของโรงเรียนอาชีวะแหลมฉบัง ฯลฯ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน Value Chain และเป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงการจัดการกลยุทธ์ เป็นที่ปรึกษาให้หน่วยงานทั้งไทยและต่างประเทศ มีเทคนิคประสบการณ์การ Talk เวทีใหญ่หลากหลาย	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
3. หัวข้อที่เกี่ยวกับการประกอบการ					
3.1 หัวข้อที่เกี่ยวกับแนวคิดเชิงกลยุทธ์					
ด้าน Management การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) อย่างไรให้บรรลุเป้าหมาย (Management)	การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือของการบริหารงานที่ใช้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นในขณะนี้ ซึ่งต้องให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic decision making) ที่ไม่เหมือนกับการตัดสินใจในลักษณะอื่น ๆ เนื่องจากจะเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอนาคตในระยะยาวขององค์กรทั้งหมด โดยหลักสูตรจะเน้นเรื่องกระบวนการของการบริหารองค์การโดยรวม การสร้างกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว การสร้างBusiness Model ไปสู่การปฏิบัติ	- ดร.นริศ ธรรมเกื้อกูล รองกรรมการผู้จัดการบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน) และ บริษัทซีพีรีเทลลิงค์ จำกัด - สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ			
สถาปัตยกรรมแห่งการประกอบการ	เนื้อหาว่าด้วยการออกแบบระบบการดำเนินงาน การออกแบบระบบมาตรฐานปโภคที่จำเป็นต่อการประกอบการ การออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ (หน่วยงานภายใน) และภาพรวมการบริหารจัดการธุรกิจ				
Business Model Canvas	สอนการวางแผนธุรกิจ โดยเฉพาะการวางแผนการตลาดอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาความรู้ด้านการวางแผนเพื่อจะสามารถวางแผนธุรกิจ และกำหนดกิจกรรมของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ			Webinar	OTOP SME
3.2 หัวข้อที่เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคล					
เพราะคนมีชีวิต เขาอุทิศเราผลักดัน	Human Resources	ดร. นนทวัฒน์ สุขผล ผู้เชี่ยวชาญอาวุโส สายงานนโยบายและยุทธศาสตร์ คุณวุฒิวิชาชีพด้านบริหารงานบุคลากร ระดับ 5	ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารบุคคลของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ มีประสบการณ์และเนื้อหาที่หลากหลาย	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
HR : ค่าของคน ส่งผลต่อธุรกิจ	เนื้อหาว่าด้วยการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การสรรหา การตอบแทน การรักษา และการพัฒนาบุคลากร				
ธุรกิจอยู่ได้ เพราะพนักงานอยู่ได้	ถ่ายทอดแนวความคิด และกลยุทธ์ ในการรักษาองค์กรและธุรกิจ พร้อมยื่นเคียงข้างพนักงานที่เป็นหัวใจของความสำเร็จ อย่างเช่น - กลยุทธ์ ‘KING POWER TEAM POWER’ ที่จะเปลี่ยนพนักงานทุกส่วนเป็น ‘นักขายสินค้าออนไลน์ มีอาชีพ’ ให้องค์กรขยายเครือข่ายจาก ‘ออนไลน์’ สู่ ‘ออนไลน์’ - โรงแรมเอเชีย" ไม่ปลดพนักงาน ขายข้าวกล่องราคาเดียว 80 บาท สู่ COVID-19 - ธนาคารกสิกรไทย ทำโครงการ ‘ถ้าใจดี เจ้าหนี้มีใจ’ เพื่อพักชำระหนี้และลดดอกเบี้ย ให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการเพื่อป้องกันการ layoff พนักงาน	บริษัท คิง พาวเวอร์ / โรงแรมเอเชีย/ ธนาคารกสิกรไทย / โรงแรมในเครือกะตะธานีที่ได้รับการช่วยเหลือ	เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กร	fbLive	ผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไป
3.3 หัวข้อที่เกี่ยวกับการเงิน การบัญชี					
Finance : การเงิน การบัญชี และเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	เนื้อหาว่าด้วยการเงิน การบัญชี และหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น				
ด้าน Finance ตัดสินใจทางธุรกิจ อย่างไร วิเคราะห์ได้ด้วย แบบจำลองทางการเงิน (Financial Modelling)	หลักสูตรที่เน้นการอบรมที่ช่วยในการวิเคราะห์ปัญหาทางการเงินในสภาพเหตุการณ์ต่างๆ ที่สามารถตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณผ่านแบบจำลองโปรแกรม Excell โดยผู้ประกอบการสามารถสร้างงบประมาณทางการเงินผ่านตัวอย่างจริง และฝึกทำแบบจำลองทางการเงินในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดสมมติฐานทางการเงินที่ตอบปัญหาทางธุรกิจ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางธุรกิจ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย			

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
3.4 หัวข้อที่เกี่ยวกับการผลิต					
ตอบโจทย์ผู้บริโภค ด้วย การต่อยอดการผลิต	Operations	คุณชนัญญารักษ์ เพ็ชรรัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MC)	ประสบการณ์การเป็นผู้นำบริหาร องค์กรระดับโลกอย่างมืออาชีพใน หลากหลายอุตสาหกรรม ทั้ง อุตสาหกรรมเทคโนโลยี และ อุตสาหกรรมโทรคมนาคม กว่า 30 ปี และตอนนี้บริษัทผลิตผ้าปิดจมูก	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป
3.5 หัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดซื้อ					
จัดซื้อดี...มีชัยเหนือคู่แข่ง	Procurement	คิง เพาเวอร์ ผู้สร้างผลิตภัณฑ์และ บริการ ที่จะส่งเสริมให้เมืองไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลก	บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการ เรื่องการจัดซื้อ และเป็นเป้าหมายของ ผู้ประกอบการในการวางจำหน่ายที่บน ชั้นและในแอปพลิเคชัน คิง เพาเวอร์ คลิก	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป
3.6 หัวข้อที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์					
หลักสูตรพัฒนานัก โลจิสติกส์ยุคใหม่	- การจัดการโลจิสติกส์เบื้องต้น โลจิสติกส์กับการ สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้ธุรกิจ - การจัดการซัพพลายเชนเบื้องต้น องค์ประกอบ และความสำคัญของซัพพลายเชน - กิจกรรมโลจิสติกส์ และแนวทางการบริหารเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ - ถอดบทเรียนเพื่อต่อยอดการจัดการซัพพลายเชน รองรับ Industry 4.0	รศ.ดร.รุธิร์ พนมยงค์ (ธรรมศาสตร์ Business School)	ดังในวงการ	Zoom	ผู้ประกอบการ/ พนักงาน ที่ ต้องการพัฒนาความรู้ด้าน logistics
มอง ERP ให้เห็นเป็น โอกาส	Inboundd Logistics	กรรมการผู้จัดการ บริษัท QAD (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทชั้นนำด้าน ERP มีลูกค้ากว่า 100 ประเทศทั่วโลก จึงทำให้ระบบ ซอฟต์แวร์เติบโตอย่างกว้างขวาง ด้วย การสร้างนวัตกรรมและขยายการ ให้บริการเพื่อรองรับการเติบโตของ ลูกค้าที่ขยายธุรกิจไปยังประเทศต่าง ๆ	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
ด้าน Operation การบริหารโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุน	หลักสูตรที่เน้นให้ผู้ประกอบการทราบถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และได้แนวคิดเพื่อนำไปใช้ลดต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์แล้วนำมาจัดการต้นทุนในแต่ละส่วนขององค์กร ทั้งการจัดการคลังสินค้า การจัดการขนส่งในและต่างประเทศ การจัดการจัดซื้อ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ เพื่อส่งผลให้ลดต้นทุน เพิ่มกำไรในภาพรวมขององค์กรได้	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะ วิทยาการจัดการ สาขาวิชาการ จัดการโลจิสติกส์ - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม เกล้าพระนครเหนือ คณะ วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชา วิศวกรรมโลจิสติกส์			
3.7 หัวข้อที่เกี่ยวกับการประกันคุณภาพ					
หลักการบริหารงาน คุณภาพ	เนื้อหาเกี่ยวกับการมาตรฐานเบื้องต้น ความสำคัญของการควบคุม-การประกันคุณภาพ การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า และการเตรียมความพร้อมสู่การทำระบบคุณภาพ (ISO-9001)				
3.8 หัวข้อที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา และการคิดค้นนวัตกรรม					
นวัตกรรมขับเคลื่อน ยอดขาย ทำลายความ เป็นไปไม่ได้	Research Development & Information Technology	องค์กรนวัตกรรมดีเด่น ประเภท ธุรกิจขนาดเล็ก 1. บริษัท เอ็กซ์ซี จำกัด หนึ่งในผู้นำด้านการพัฒนาสมาร์ท ออฟฟิศและอินเทอร์เน็ตที่ฟูลโซลูชั่น 2. บริษัท สยามสแควร์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด เจ้าของ แพลตฟอร์มวิเคราะห์และซื้อขาย หุ้น StockRadar สยามสแควร์ เทคโนโลยี มีเป้าหมายในการขยาย แพลตฟอร์มการวิเคราะห์และซื้อ ขายหุ้นในปัจจุบันให้เป็น Social Trading	NIA จัดการประกวดรางวัลนวัตกรรม แห่งชาติด้านองค์กรนวัตกรรมดีเด่น ประจำปี 2562 โดยมีโมเดลการ พัฒนาศักยภาพนวัตกรรมองค์กร (Innovative Organization Model : IOM) เพื่อประเมินศักยภาพของ องค์กรด้านการจัดการนวัตกรรมในแต่ ละด้านผ่านแนวคิดหลัก 2 ประการ คือ 1) เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับด้าน นวัตกรรมจากสาธารณะ และ 2) เป็น องค์กรที่มีการจัดการนวัตกรรมใน องค์กรอย่างโดดเด่น	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป

ชื่อหัวข้อ	รายละเอียดเบื้องต้น	วิทยากร / หน่วยงาน	เหตุผลที่เลือกวิทยากร	วิธีการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ชม
การจัดการนวัตกรรม	เนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการคิดค้นนวัตกรรม การบริหารจัดการนวัตกรรม การจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	NIA	มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการจัดการนวัตกรรม		
3.9 หัวข้อที่เกี่ยวกับการตลาด					
ด้าน Marketing เจาะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์ การตลาด	ในช่วงสถานการณ์ปัจจุบันการเกิดวิกฤต COVID-19ทำให้ผู้บริโภคหลายกลุ่มเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค หลักสูตรนี้จึงได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงการวิเคราะห์เจาะลึกพฤติกรรมและความต้องการ (Customer Insight) ของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้า การตลาดให้สินค้าและบริการที่ตอบสนองตลาดเป้าหมายได้	ดร. ธธีรธร ชีรขวัญโรจน์ อดีต General Manager - บริหาร สินค้า บริษัท ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล จำกัด อดีตผู้จัดการและบริหารการขาย อุตสาหกรรมนมไทย (นมตราหมี)			
เจาะตลาด ผ่าน Customer Journey	Marketing and Sales	ดร.นิเวศน์ ธรรมะ Consulting Agency	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มีประสบการณ์ ออกหนังสือด้านการตลาด น้ำเสียงน่าฟัง ภาพลักษณ์ดึงดูดความสนใจ	FB Live	ผู้บริหาร หรือ พนักงาน หรือ คนทั่วไป
การรักษาฐานลูกค้าและขอ	สอนเทคนิคในการเข้าถึงและรับรู้ความต้องการ ของลูกค้า เทคนิคในการโน้มน้าวใจลูกค้า การสร้าง และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า			fb live	OTOP SME
3.10 หัวข้อเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ					
Global Business : พิชิตตลาดโลก	เนื้อหาเกี่ยวกับภาพรวมการค้าระหว่างประเทศ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การเจรจาธุรกิจ และการจัด แสดงสินค้าในต่างประเทศ				
3.11 หัวข้อเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมสู่การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น-ยอดเยี่ยม					
ผู้ชนะเลิศ	เนื้อหาเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสู่การประกวด รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น-ยอดเยี่ยม รวมทั้งรางวัล ต่าง ๆ ในเวทีโลก	1. บุคลากร ออ. ที่มีส่วนร่วมในการ จัดรางวัล 2. บุคลากรจากบริษัทที่เคยได้รับ รางวัล	1. มีองค์ความรู้ เข้าใจหลักเกณฑ์การ ตัดสิน และมีความเชี่ยวชาญด้านรางวัล 2. มีประสบการณ์ในการส่งผลงานเข้า ประกวด		

ถ่ายสวยรวยได้



คุณชาญ เขียวกาญจนาวงศ์
CEO Big Camera

ก้าวแรกสู่ธุรกิจ พลิกวิกฤตเป็นโอกาส



คุณกอล์ฟ ฟักกลิ้งฮีโร่
Instagram 1.3 M
Facebook 1.7 M

Stay Home Stay Safe:
ปลูกความเป็นเชฟในตัวคุณ



เชฟป้อม Masterchef
Instagram 0.19 M
Facebook 1.04 M

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร
ให้โดนใจผู้บริโภค



คุณอิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วณิชย์
CEO เล้าแก่น้อย
Instagram 0.15 M
Facebook 1.8 M

แพลตฟอร์มออนไลน์
โดยใช้กลไกการคำนวณแบบสถาบัน



คุณปานพล จันทรสกริ 0.22 M
คุณแซน ภาวรินทร์ ราษฎร์วงศ์ 0.16 M

กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่: เกาะกระแส
Tiktok ที่คุณก็เป็น influencer ได้



คุณปกรณ์ วัฒนเฉลิมวุฒิกร
หัวหน้าฝ่ายการตลาด TikTok ไทย
Instagram 5,782
Facebook 1,000

เจาะตลาด ผ่าน Customer Journey



ดร.นิเวศน์ ธรรมะ
Consulting Agency
Facebook 2,577

Shift ธุรกิจให้ Connect ชุมชน



คุณไผ่ สมศักดิ์ บุญคำ
คุณนุ่น สุริยนา ภควสิทธิ์
ผู้ก่อตั้ง Local Alike
Instagram 3,452
Facebook 44,525

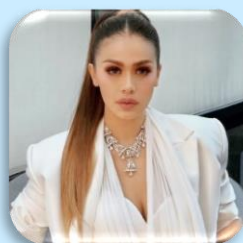


Hot Hit ติดตลาด ด้วย Influencer
Marketing



คุณเปปเปอร์ ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต
รองผู้อำนวยการสำนักงาน (DEPA)
Instagram 43,821
Facebook 2,623

Creativity: A Key for Success



คุณวาทนิกา ปัทมสิงห์ ณ อยุธยา
เจ้าของ VATANIKA
Instagram 0.977 M
Facebook 70,492
YouTube 0.435 M

นวัตกรรมขับเคลื่อนยอดขาย ทำลาย
ความเป็นไปไม่ได้



คุณอู๋ อติชาตย์ เชิงชวน
เจ้าของ Spin9
Facebook 0.147 M
Twitter 0.121 M

การบริหารโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุน



คุณจรีพร จาตุรัสกุล
ประธาน ดับบลิวเอชเอ

เกษตรครีเอทีฟสร้างแบรนด์



คุณเสกสรร อุ่นจิตติ
เจ้าของฟาร์มจอนนอนไร่
Facebook 18,388

8 อาชีพ *DIProm*



อาหารและเครื่องดื่ม

เครื่องสำอาง

Franchise กลุ่มอาชีพแฟรนไชส์ 1

เลือกแฟรนไชส์อะไรดี

มังมีไม่หยุดหย่อน

นายกสมาคมแฟรนไชส์และไลเซนส์

เพราะความสวยทำให้เรารวยได้

ดารายายเครื่องสำอาง (เชียร์ จิรัชัมพร, แด้ว ณัฐพร)

พิชิตใจลูกค้าด้วยสินค้าปลอดภัย

อย. /คุณอิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วานิช (เจ้าแค้น้อย)

พิชิตใจลูกค้าด้วยสินค้าปลอดภัย

อย. /ดารา

สร้างแฟรนไชส์อย่างไร

ให้โดดเด่นกว่าเพื่อน

วิทยากรสายอาชีพ/ธุรกิจไถ่อย่างห้าดาว

สร้างแฟรนไชส์อย่างไร

ให้โดดเด่นกว่าเพื่อน

วิทยากรสายอาชีพ

ควรหยุดหรือไปต่อ

แฟรนไชส์ท้อแล้วควรทิ้งจริงหรือ?

ที่ปรึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (เชี่ยวชาญด้านแฟรนไชส์)

ควรหยุดหรือไปต่อ

แฟรนไชส์ท้อแล้วควรทิ้งจริงหรือ?

ที่ปรึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (เชี่ยวชาญด้านแฟรนไชส์)



การออกแบบเกมส์ แอนิเมชั่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ โปรแกรม

Digital 2

กลุ่มอาชีพดิจิทัล

ตกม้าตายเพราะบริหาร (จัดการ)

ส่งงานไม่ทัน (การบริหารจัดการสำหรับนักธุรกิจดิจิทัล)

คุณสมโภชน์ จันทน์สมบูรณ์

กรรมการผู้จัดการ DTAC Accelerate

ออกแบบเทปต่าย สุดท้ายขาดทุน
(บัญชีและการเงิน)

คุณจักรพงษ์ เมฆพันธุ์ Money Coach

นวัตกรรมต้องต่อยอด อย่างจอดอยู่กับที่

(การจัดการนวัตกรรม/ทรัพย์สินทางปัญญา)

NIA

แอนิเมชั่นแจ้ง การตลาดจ้อง

ตกกระป๋องแน่นอน (การตลาด)

- ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต (คุณเปปเปอร์)

- ดร. ธีรธร ธีรขวัญโรจน์

อดีต General Manager บริหารสินค้า

บริษัทห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

อดีตผู้จัดการและบริหารการขายอุตสาหกรรมนมไทย

(นมตรามะลิ)

- คุณธันยวัชร ไชยตระกูลชัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด



การทำฮาร์ดแวร์

ตกม้าตายเพราะบริหาร (จัดการ)

ส่งงานไม่ทัน (การบริหารจัดการสำหรับนักธุรกิจดิจิทัล)

คุณสมโภชน์ จันทน์สมบูรณ์

กรรมการผู้จัดการ DTAC Accelerate

ออกแบบแทบตาย สุดท้ายขาดทุน
(บัญชีและการเงิน)

คุณจักรพงษ์ เมฆพันธุ์ Money Coach

นวัตกรรมต้องต่อยอด อย่าจอดอยู่กับที่

(การจัดการนวัตกรรม/ทรัพย์สินทางปัญญา)

NIA

สินค้าเจ๊ง การตลาดจ้อง

ตกกระป๋องแน่นอน (การตลาด)

- ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต (คุณเปปเปอร์)

- ดร. ธีรธร ธีรขวัญโรจน์

อดีต General Manager บริหารสินค้า

บริษัทห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

อดีตผู้จัดการและบริหารการขายอุตสาหกรรมนมไทย

(นมตรามะลิ)

- คุณธันยวัชร ไซยตระกูลชัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

Digital 2

กลุ่มอาชีพดิจิทัล



ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

Creative thinking

คุณเพชร โอสธานุเคราะห์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นำเสนอไอเดียอย่างไร

ให้ขายได้ไม่ถูกพับ

คุณพรพัฒน์ วัฒนนิมขจร
เจ้าของเพจ “กูนี่แหละเซลล์ร้อยล้าน”

ปั้นน้ำเป็นตัว

(From Prototype to Product)

คุณวันเพ็ญ รัตนกังวาล
ผู้อำนวยการกองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ช่องทางเศรษฐกิจใหม่

ออกแบบได้ ขายเองเป็น

ดร.วัชรมงคล เบญจนะฉัตร
ประธานกรรมการ และผู้ก่อตั้งบริษัท
Bathroom Design

ไอเดียเราขายได้ก็บาท

วิทยากรจากสมาพันธ์เอสเอ็มอี

The Designer 3

กลุ่มอาชีพนักออกแบบ



ออกแบบสินค้าแฟชั่น

Creative thinking

คุณภัทรพรรณ สาลิรัฐวิภาค

ผู้ก่อตั้งแบรนด์จิวเวลรี PATTARAPHAN

ออกแบบอย่างไรไม่ตกเทรนด์

- คุณวทานิกา ปัทมสิงห์ ณ อยุธยา

เจ้าของแบรนด์ Vatanika

- คุณพลพัฒน์ อัศวะประภา

นักออกแบบเสื้อผ้าและนักธุรกิจชาวไทย

- คุณฉอน ชวนล ไคลิรี

ดีไซเนอร์เจ้าของแบรนด์ POEM

ปั้นน้ำเป็นตัว

(From Prototype to Product)

คุณวันเพ็ญ รัตนกั้งวาล

ผู้อำนวยการกองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ช่องทางเศรษฐกิจใหม่

ออกแบบได้ ขายเองเป็น

- คุณวทานิกา ปัทมสิงห์ ณ อยุธยา

เจ้าของแบรนด์ Vatanika

- คุณพลพัฒน์ อัศวะประภา

นักออกแบบเสื้อผ้าและนักธุรกิจชาวไทย

- คุณฉอน ชวนล ไคลิรี

ดีไซเนอร์เจ้าของแบรนด์ POEM

โอเค เราขายได้ที่บาท

วิทยากรจากสมาพันธ์เอสเอ็มอี

The Designer 3

กลุ่มอาชีพนักออกแบบ



รถรับจ้างทั่วไป

(มอเตอร์ไซด์ รถสามล้อพ่วงข้าง รถตู้ รถบัส)

Logistics 4

กลุ่มอาชีพการขนส่ง

บริการอย่างไรได้ใจลูกค้า

คุณพรภิรมย์ พินทะปะกัง (ไมค์ ภิรมย์พร)
เจ้าของธุรกิจแบรนด์ “แซ่บไมค์”



ปรับแนวคิดพลิกวิกฤติเป็นโอกาส

- นายสุจินต์ เจียรจิตเลิศ อุปนายก ประธานฝ่ายการตลาดและฝ่ายประชาสัมพันธ์ สมาคมโรงแรมไทย
- คุณนราพร ตันตราชีวิต” Director of Marketing Communication โรงแรม Golden Beach Hotel ชะอำ หัวหิน และ โรงแรม Family resort เขาใหญ่

เทคนิคเรียกลูกค้า รอล้ลลาหลังวิกฤติ

- วิทยากรจาก www.PaiNaiDii.com และ www.chillpainai.com
- วิทยากรจาก ททท.

การบริหารจัดการ

สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน

คุณไผ่-สมศักดิ์ บุญคำ หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Local Alike

กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวชุมชน



การแสดงพื้นบ้าน

เช่น ลิเก หนังตะลุง รำโนราห์ วงดนตรี หมอลำ เป็นต้น

ปรับแนวคิดพลิกวิกฤติเป็นโอกาส

ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ

เช่น เมืองไทยรัชดาลัย เธียเตอร์

เทคนิคเรียกลูกค้า รอล้ลลาหลังวิกฤติ

นำเสนอรายการแบบทอล์คโชว์

พิธีกร : เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา (หม่ำ จ๊กมก)

ผู้ร่วมรายการ : อุไร สีหะวงศ์ (นกน้อย อุไรพร)

ศราราม เอนกลาภ (คณะลิเกศราราม น้ำเพชร)

เอกชัย ศรีวิชัย

Local Artist 6

กลุ่มอาชีพศิลปินพื้นบ้าน



ช่างสิบหมู่

(ช่างเขียน ช่างปั้น ช่างแกะ ช่างสลัก ช่างหล่อ ช่างกลึง ช่างหุ่น ช่างรัก ช่างบุ ช่างปูน)

คุณค่าไทยที่โลกต้องจารจำ

(ทำให้เห็นคุณค่างานตนเอง)

วิทยากรจากสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร

เล่าขานงานมรดกไทย

(Story telling)

วิทยากรจากศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT)

เปิดตลาดงานศิลป์

(หาตลาด ขายของ)

วิทยากรจากศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT)

Craftsman 7

กลุ่มอาชีพช่าง



ช่างอัญมณีและเครื่องประดับ

จุดประกายดีไซน์จิวเวลรี

- คุณธนพงษ์ จิราพาณิชย์กุล
กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้นำเข้าและ
ทำตลาดในประเทศไทย แแบรนด์ PANDORA
MARIMEKKO JONATHAN ADLER และ
CATH KIDSTON เจ้าของแบรนด์ TILDA
- คุณสุรศักดิ์ มณีเสถียรรัตนาศิลป์ ดีไซน์เนอร์ และผู้ก่อตั้งแบรนด์
Carletta Jewellery
- คุณจิตรกานต์ บรรเทงไพบุลย์ ดีไซน์เนอร์และผู้ก่อตั้ง
แบรนด์ Jittrakarn

ปั้นน้ำเป็นตัว

(From Prototype to Product)

คุณวันเพ็ญ รัตนกังวาล

ผู้อำนวยการกองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ช่องทางเศรษฐกิจใหม่

ออกแบบได้ ขายเองเป็น (การตลาด)

ดร.เกษดา สุทธิธัมพร

เจ้าของธุรกิจเพชร KESNARA

ไอเดียเราขายได้ก็บาท

วิทยากรจากสมาพันธ์เอสเอ็มอี

Craftsman 7

กลุ่มอาชีพช่าง



ช่างไม้

ช่างซ่อมเครื่องยนต์

Technician 7

กลุ่มอาชีพช่าง

ช่างไม้ยุคเก่า Add Value สุดเก่า
ในยุคดิจิทัล

คุณสันธาน เวียงสีมา

ผู้คว่ำหวอดอยู่ในวงการไม้มากว่า20ปี

ช่างไม้หางานจากไหน
ถึงได้เม็ดเงินมากกว่าเม็ดเงินอื่น

ลุงมัย ช่างไม้

(ผู้เชี่ยวชาญ ปราสู้ชาวบ้านด้านงานช่างไม้)

ช่างไม้กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว

ทีมวิทยากรอบรมผู้ประกอบการใหม่ (NEC)

ขับรถเป็น...ก็เป็นช่างซ่อมรถได้

ฝ่ายอบรม บุคคล ของ B-Quik

ซ่อมถึงบ้านแบบไม่ขาดทุน

ฝ่ายกลยุทธ์ ของ แอค (A.C.T)

ช่างเครื่องยนต์

กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว

ทีมวิทยากรอบรมผู้ประกอบการใหม่ (NEC)



ช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์

ปรับกระแสไฟฟ้า
เป็นกระแสเงินสด
วิทยากรจากสถาบันไฟฟ้า

ช่างเชื่อมอุตสาหกรรม

ปริญญาไม่อาจเอื้อม
แค่ช่างเชื่อมก็พอกิน
โจ คนต่อเหล็ก

Technician 7

กลุ่มอาชีพช่าง

ช่างแมคคานิกส์

แมคคานิกส์ พลิกเป็นเงิน
ทีมวิทยากรจาก NIA / สมาคมสมองกลฝั่งตัวไทย
/ สถาบันไทยเยอรมัน

ช่างก่อสร้าง/สร้างบ้าน

วาง PLAN ให้ดี เงินดีหลายล้าน
SCG Home / บริษัทรับเหมาดัง ๆ
เช่น สี่พระยา ฤทธา เป็นต้น



ช่างแอร์

แอร์ก็(ตัว)ที่เก่า เราซ่อมได้!

โรงเรียนศูนย์ฝึกวิชาชีพพระยะสั้น (เขตบางบอน กทม.)

ช่างแอร์กับการประกอบธุรกิจส่วนตัว

ทีมวิทยากรอบรมผู้ประกอบการใหม่ (NEC)

ช่างเครื่องจักรเกษตร

ซ่อมทุกคันที่มันพังให้ฟื้นคืน

ผู้เชี่ยวชาญจากคูโบต้า

ช่างซัก อบ รีด

ช่างซัก ช่างรีด ช่างไถ
ช่างอะไรก็ทำไปเถอะ

สวัสดี กันยา (เจ๊มุก)

ช่างซักอบรีดสาวประเภทสอง

ซัก อบ รีด ด้วยใจ
ใส่คุณค่าให้ธุรกิจ

คุณปิยะพล กัญจนารณ์

กรรมการผู้จัดการบริษัท ชินไฉฮั่วอุตสาหกรรม จำกัด

Technician 7

กลุ่มอาชีพช่าง



เจ้าของแปลงผัก ผลไม้

ปลูกให้ตายก็ไม่รวย

เพราะคนกลางขอแบ่งด้วยเกือบหมด

จนนอนไร

(ไฉ่เดียวการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร)

จะทำอะไรได้ ถ้าไม่ขายแค่ผัก-ผลไม้สด

1. ผู้ใหญ่ชัยวัฒน์ ผลอำไพ ฟรุตตี้ไทย จำกัด (จังหวัดตราด) เจ้าของสวนผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ ผู้นำชุมชน รองประธานหอการค้าจังหวัดตราด
2. กรรณิการ์ ด้านไพบูลย์ เจ้าของบริษัท ทองพูนพุด (จังหวัดเชียงใหม่) บริษัทแปรรูปลำไยเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มลำไยสกัด
3. นัฐวุฒิ เผ่าปรีชา เจ้าของบริษัทแปรรูปผลไม้ฟรุชดาเยชื่อดัง แบรนด์ Wel-B หนึ่งในเจ้าแรกๆ ที่ขายผลไม้ฟรุชดาเย

เกษตรกรต้องรู้
ปลูกได้ ขายดี มีกำไร

ผู้ใหญ่ชัยวัฒน์ ผลอำไพ ฟรุตตี้ไทย จำกัด (จังหวัดตราด)
เจ้าของสวนผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ ผู้นำชุมชน
รองประธานหอการค้าจังหวัดตราด เกษตรกรดีเด่นสาขา
ทำสวนระดับจังหวัดของตราด และระดับภาคตะวันออก
(เกษตรกรนักรูทกิจ)

Agri-business owner 8

กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร



เจ้าของแปลงผัก/ข้าว ปลอดภัย

Agri-business owner 8

กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร

ผัก-ข้าว ปลอดภัย พืชไร่

แซตอม ออร์แกนิก ฟาร์ม จ.สุรินทร์

เปลี่ยน แปลงผัก สวนผลไม้ ให้กลายเป็นที่ทำเงิน

ผู้แทนจากจิมทอมสันฟาร์ม

จากฟาร์มเกม สู่อุตสาหกรรม

เจนนี่ ได้หมดถ้าสดชื่น หรือ รัชนก สุวรรณเกตุ
และแพนหนุ่ม เนเงิน-เจตริน ศรีสังข์ อดีตนักมวยดัง

ข้าวออร์แกนิกไทย ทำน้อย ได้มาก ทำไม่ยาก ถ้าอยากทำ

คุณจุฬาร กรธทรัพย์ เจ้าของบริษัทไทยสมาร์ทไลฟ์
จัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
และผู้ก่อตั้งสหกรณ์เกษตรอินทรีย์แทนรัก จำกัด
จังหวัดยโสธร

ชาวนาต้องรู้ ปลูกได้ ขายดี มีกำไร (เกษตรกรนักธุรกิจออร์แกนิก)

ดร.รณวฤทธิ์ ปรีชญัตถะกุล (ปัจจุบันเป็น สว.ร้อยเอ็ด)
เจ้าของบริษัท กฤษณกรณ์ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด และ
ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตร
อินทรีย์อีสาน



ผัก - ผลไม้

ไม้ดอก-ไม้ประดับ

พริ้วทะเลลู่ล้าน ผักปลอดสารทะเลลู่ใจ

เจ้าของฟาร์มเมล่อน ฟ.ฟาร์ม จ.นครนายก

เปลี่ยน แปลงผัก สวนผลไม้
ให้กลายเป็นที่ทำเงิน

ผู้แทนจากจิมทอมสันฟาร์ม

Cactus Lover โกอินเตอร์รวย

ด้วยพืชจิ๋วราคาแจ๋ว

กระท่อมลุงจรณ์ (การปลูกให้ขายได้)

ปลูกของสวยให้คนเดินชม

บ่มเพาะแหล่งทำเงิน

คุณกัมพล ต้นสัจจา เจ้าของสวนนงนุช

Agri-business owner 8

กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร



ปศุสัตว์

ประมง

ปศุสัตว์คงอยู่ เงินคงทน
กำไรล้น ไม่จนไม่จบชีพ

1. สหกรณ์โคเนื้อศรีวิชัย ฟาร์มโคขุนต้นแบบภาคใต้
2. ทองจอนฟาร์มหมู จ.ร้อยเอ็ด
3. ฟาร์มปลาผู้ใหญ่พร จ.นครศรีอยุธยา
4. ต้นแบบฟาร์มกึ่งก้ามกรามเงินล้านแห่งราชบุรี

ทุนไม่จม ลบความคิดลมๆแล้งๆ

ฟาร์มโชคชัย

เครื่องจักรกลการเกษตร

ศิริ คำอ้าย กับริถเอนกประสงค์
ในการจัดการแปลงเกษตร

คุณศิริ คำอ้าย เกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ปี 2558

ตกหมึก ตกปลา
ค้าขายพอเพียงเลี้ยงชีพ

เจ้าหน้าที่กรมประมง

เก็บแรงไว้ต่อยอดธุรกิจ
ให้เครื่องจักรเป็นมิตรคู่กาย

ผู้แทนจากบริษัทสยามคูโบต้า

Agri-business
owner 8

กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร



เพาะปลูกพืช

เพาะเลี้ยงสัตว์

เพราะมนุษย์เป็นสัตว์กินพืช
พืชจึงเป็นวิถีชีวิต

ซิง-โกวิท ศุภวานิชย์ลีลา

จากแคทวอร์คลู่ทองทุ่ง
...มุ่งสู่เศรษฐกิจพอเพียง

คุณแซมเปญ เอ็กซ์

ธุรกิจเกษตรแบบยั่งยืน
...คีนกำไรให้ชุมชน

อายุ จือปา ผู้ก่อตั้ง อาฆ่า อาม่า
แบรนด์กาแฟชาวเขาระดับโลก

ไล่เดือนลุงรี
กับสัตว์มากมีในฟาร์มเล่า

เจ้าของฟาร์มไล่เดือนลุงรี ชารีย์ บุญญวินิจ

Agri-business owner 8

กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจเกษตร

