

โครงการโครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจไทยด้วยดิจิทัล (Flagship)

ความนำ

หน้าที่ 1 จาก 1

รัฐบาลมีเป้าหมายในการพัฒนาภาคเศรษฐกิจของไทยให้มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันในตลาดโลกและก้าวทันกับสถานการณ์และวิทยาการทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลไกหลักอย่างหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ SMEs จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการจ้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ ตลอดจนเป็นกลไกในการกระจายรายได้ในสังคม ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจ SMEs ผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชน ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งแก่ประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีภารกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจ SMEs ผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชน ให้มีสมรรถนะในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อยกระดับและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเป็นการสร้างโอกาสการขยายช่องทางธุรกิจให้กับ SMEs และวิสาหกิจชุมชน ผ่านการใช้เครื่องมือรูปแบบต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ การให้คำปรึกษาแนะนำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนผู้ประกอบการไทยให้สามารถเข้าสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานสากลและสามารถทำการตลาดในระดับโลกได้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในการส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีโอกาที่จะขยายตลาดด้วยการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น

ดังนั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดโลกเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก และสามารถเชื่อมโยงการค้ากับตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าต่างประเทศในลักษณะธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B) ทำให้เพิ่มช่องทางการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้น พร้อมเป็นกำลังสำคัญในการก้าวไปสู่ตลาดโลกได้อย่างเข้มแข็งต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการให้ได้รับความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสากล
- 1.2. เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเชื่อมโยงการค้ากับตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าต่างประเทศในลักษณะ ธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B) ทำให้เพิ่มช่องทางการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น

