ส่วนที่ 3

การปรับตัวและการพัฒนา

บทที่ 6 SMEs

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี 2550

บทที่ 6

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างสังคมผู้ประกอบการ ภายในประเทศไทย ปี 2550

ในการสร้างสังคมผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบายควรพิจารณาประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาและเสริมสร้างกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อระบบเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ซึ่งประกอบด้วย การสร้างความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะในด้านการตลาด การจัดการธุรกิจและบุคลากร ความสามารถในการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร การมีระบบข้อมูลทางการตลาดที่ช่วยในการมองหาโอกาสทางธุรกิจ และการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้วให้มีความเข้มแข็ง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ร่วมกับวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ทำการศึกษา ติดตามกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศต่างๆ กว่า 40 ประเทศทั่วโลก ในเครือข่ายโครงการ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ พัฒนาข้อเสนอแนะ เงื่อนไข ปัจจัยที่มีผลต่อภาคผู้ประกอบการและระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเป็นผู้ประกอบการกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของไทยที่ทัดเทียมกับประเทศอื่น

การศึกษาดังกล่าวให้ความสำคัญในประเด็นหลักๆ คือ 1) เงื่อนไขระดับมหภาคที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ 2) ปัจจัย / เงื่อนไขระดับสถาบันที่มีผลโดยตรงต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ 3) การวัดระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ 4) ผลกระทบของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการต่อเศรษฐกิจของประเทศ 5) ผู้หญิงกับความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย และ 6) ลักษณะของธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย และใช้ดัชนี Total Entrepreneurial Activity: TEA เป็นเครื่องมือสำคัญในการวัดระดับของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศที่แสดงโดยจำนวนร้อยละของคนในประเทศที่มีอายุในช่วง 18 - 64 ปี ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการและมีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือก่อตั้งบริษัทใหม่ โดยผลการศึกษาในปี 2550 สรุปได้ดังต่อไปนี้

6.1 เงื่อนไขระดับมหภาคที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศปี 2550

ผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศโดย International Institute for Management Development (IMD) พบว่า ในปี 2550 ประเทศไทยมีอันดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมลดลงจากอันดับที่ยี่สิบเก้า มาอยู่ในอันดับที่สามสิบสาม ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์อยู่ในอันดับที่สองประเทศมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ยี่สิบสาม ประเทศญี่ปุ่นอยู่ในอันดับที่ยี่สิบสี่ และเกาหลีใต้อยู่ในอันดับที่ยี่สิบเก้า

ทั้งนี้จะเห็นว่า ในปี 2550 ประเทศไทยมีเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับสมรรถนะทางเศรษฐกิจเท่านั้นที่มีการปรับอันดับดีขึ้น ในขณะที่ปัจจัยหลักอีก 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยประสิทธิภาพของรัฐ ประสิทธิภาพของธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐานมีอันดับลดลง โดยเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพของภาคธุรกิจในปี 2550 นี้ มีอันดับลดลงจากปี 2549 ถึง 9 อันดับ

ตารางที่ 6.1 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยปี 2007 ใน World Competitiveness Yearbook 2007

ปัจจัยหลัก	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
1. สมรรถนะทางเศรษฐกิจ	13	9	7	19	15
2. ประสิทธิภาพของภาครัฐ	18	20	14	20	27
3. ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ	25	21	25	25	34
4. โครงสร้างพื้นฐาน	43	42	39	42	48
อันดับโดยรวม	28	26	25	29	33
จำนวนประเทศ	51	51	51	53	55

ที่มา : World Competitiveness Yearbook 2007
หมายเหตุ : ข้อมูลของปี 2546-2549 ในรายงานปี 2007 เป็นข้อมูลที่ได้มีการปรับอันดับใหม่โดย IMD โดยตัดข้อมูลของ 8 กลุ่มเศรษฐกิจออกไป

จากการประมวลปัจจัย / เงื่อนไขระดับมหภาคของประเทศไทยดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าเงื่อนไขระดับมหภาคของประเทศไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า ปัจจัย / เงื่อนไขหลักในระดับมหภาคในด้านการเปิดตลาดการค้าในประเทศและโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการประกอบกิจกรรมของผู้ประกอบการในประเทศไทย แต่สำหรับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ระบบการเงิน ตลาดแรงงาน ประสิทธิภาพของการดำเนินมาตรการของภาครัฐ และโครงสร้างพื้นฐานทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยังคงเป็นปัจจัย / เงื่อนไขที่ไม่สนับสนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

6.2 ปัจจัย / เงื่อนไขระดับสถาบันที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

ในการศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่มีผลต่อความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยนั้น ได้มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ จากภาครัฐและเอกชน อาทิ ด้านแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ ด้านนโยบายของภาครัฐ ด้านกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ ด้านการศึกษาและฝึกอบรม ด้านการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยี ด้านบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ ด้านการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ด้านการเปิดตลาดภายในประเทศ และด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

6.2.1 ปัจจัย / เงื่อนไขที่สนับสนุนต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

1) ปัจจัยด้านพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

- คนไทยส่วนใหญ่มีจิตใจที่โอบอ้อมอารีและรักการให้บริการ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่จะดึงดูดลูกค้าจากต่างประเทศให้เข้ามาใช้บริการ ประกอบกับพื้นฐานในด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยที่มีอยู่ในตัวเองที่มีความอดทนและมีความสามารถในการนำมาปรับใช้
- คนไทยรุ่นใหม่จะมีทัศนคติในการรับสิ่งใหม่ๆ ได้ค่อนข้างเร็ว มีการศึกษามากขึ้น มีความกล้าที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับลูกน้อง และมีการแบ่งปันสิ่งที่ทำให้กับลูกน้องมากขึ้น

2) ระดับความสามารถที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ

- ทัศนคติของผู้ประกอบการและทายาทที่มีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวเปลี่ยนไป ผู้ประกอบการได้มีความตระหนักมากขึ้นถึงความรุนแรงของภาวะการแข่งขัน จากต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานที่สูงขึ้น และเตรียมตัวเพื่อการแข่งขัน โดยพยายามขวนขวายหาความรู้ใหม่ ค้นหาสิ่งใหม่ เอาเทคโนโลยี know - how เข้ามาพัฒนาธุรกิจ และเปิดกว้างมากขึ้นในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- ทายาทรุ่นใหม่ของผู้ประกอบการซึ่งมีการศึกษาสูงขึ้นและได้รับการบ่มเพาะด้านการทำธุรกิจมาจากครอบครัว และได้หันมามองถึงการสร้างฐานะด้วยการประกอบอาชีพผู้ประกอบการ ว่าเป็นทางเลือกของอาชีพที่จะทำให้เกิดความมั่งคั่งแก่ตนเองในอนาคต และการเป็นนักธุรกิจที่เป็นเจ้าของกิจการเป็นอาชีพที่มีเกียรติ ได้รับการยอมรับในสังคม

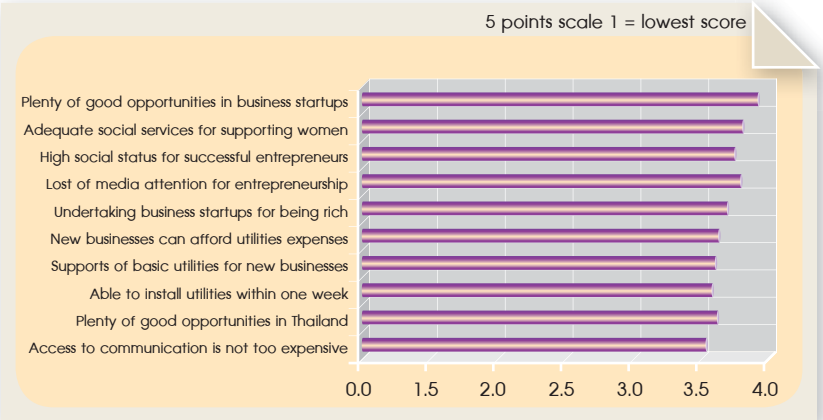
3) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ

ภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการ เช่น การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจทั้งในสถาบันการศึกษาและศูนย์วิจัยต่าง ๆ การติดตามและช่วยเหลือประสานงาน รวมทั้งการสนับสนุนข้อมูลและความรู้ ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากกับผู้ที่มีความพร้อมในการสร้างธุรกิจใหม่หรือการทำให้ธุรกิจเดิมมีความเข้มแข็ง และสามารถสนับสนุนความเชื่อมโยงไปสู่ภาคการศึกษาและแหล่งความรู้ในสถาบันวิจัย ผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4) ปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญ

ปัจจัยหลักที่เป็นสิ่งส่งเสริมกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทย คือ โอกาสทางธุรกิจในประเทศไทยที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก บริการทางสังคมที่สนับสนุนผู้หญิงในการทำงาน และทัศนคติของคนไทยต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ภาพที่ 6.1 ปัจจัยส่งเสริมจากข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.2.2 ปัจจัย / เงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคต่อความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

1) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการไทย ยังขาดความสามารถในด้านการตลาด ขาดความรู้และทักษะในการบริหารธุรกิจ เช่น การกำหนดรูปแบบทางธุรกิจ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การวางระบบบัญชีและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งการบริหารจัดการบุคลากร การเสาะหาบุคลากรที่มีความสามารถและการสร้างแรงจูงใจให้สามารถรักและทำงานอยู่กับองค์กรได้นาน เป็นต้น
- ผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิม ส่วนใหญ่มักขาดความสามารถในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด การเข้าถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค ความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริง และการกำหนดกลยุทธ์ทางการขายและการตลาดที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม

- วิธีคิดของคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย เมื่อจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยจะเริ่มต้นจากการทำงานบริษัท มักมีโอกาสที่จะออกมาเป็นผู้ประกอบการน้อยลง เพราะมองว่ามีโอกาสที่จะไม่ประสบความสำเร็จได้มากกว่าทำงานในองค์กรที่มั่นคง

- ลักษณะครอบครัวไทยจะได้รับการเลี้ยงดูอย่างดีและไม่ต้องรับผิดชอบในเรื่องของตนเอง เช่น การเงิน การศึกษา หรือแม้แต่การซื้อของ ซึ่งเมื่อไม่ต้องรับผิดชอบด้วยตนเอง จะทำให้เด็กเติบโตขึ้นโดยขาดความกล้าที่จะลองทำในสิ่งที่ท้าทาย ขาดความทะเยอทะยานที่จะมุ่งมั่นทำสิ่งที่รับผิดชอบให้สำเร็จ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ
- คนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มองว่าการเริ่มต้นประกอบธุรกิจเป็นเรื่องที่ยาก ไกลตัว เข้าไม่ถึง และไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นได้อย่างไร ประกอบกับค่านิยมที่ต้องการทำงานที่มีหน้ามีตาในสังคมทำให้คนรุ่นใหม่และผู้ที่จบการศึกษาใหม่ที่มีความรู้ความสามารถไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับการจัดการธุรกิจขนาดเล็ก
- จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดจากทัศนคติในการทำธุรกิจ เช่น การเอาเปรียบผู้บริโภคในเรื่องการตั้งราคา การที่สังคมไม่ให้โอกาสต่อผู้ที่ทำผิดพลาด และหาสาเหตุของปัญหาหรือสิ่งที่ทำผิดไป การใช้ความเชื่อมากกว่าเหตุผลในการตัดสินใจ เช่น เชื่อว่าสิ่งใดที่ทำให้ชีวิตดีขึ้นก็จะเห็นด้วยกับสิ่งนั้น การไม่มีนิสัยการจดบันทึกของคนไทยและการเรียนรู้จากสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งมีผลทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความรู้ใหม่ของการประกอบการ

3) บริบททางการเมือง ระบบสถาบันและสังคม

- หน่วยงานภาครัฐขาดความชัดเจนและความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย
- การดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพ รูปแบบของการดำเนินการยังไม่สามารถทำให้เกิดประสิทธิผลได้อย่างเต็มที่
- บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐในทางปฏิบัติยังมีความรู้และประสบการณ์ไม่เพียงพอ และต้องรับผิดชอบหลายอย่าง อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้บางครั้งต้องใช้เวลานานในการปรับตัว ส่งผลให้ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินการและผู้ประกอบการไม่เชื่อถือที่เข้าขอใช้บริการ

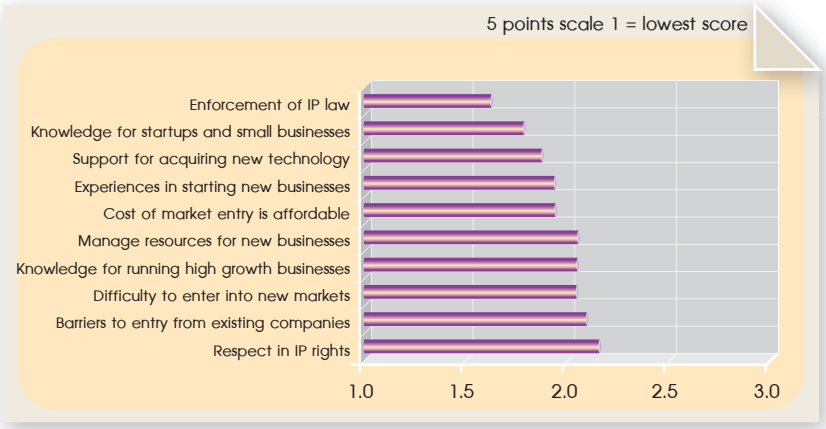
4) ด้านการศึกษาและฝึกอบรม

ทัศนคติต่อการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาที่จบใหม่ไม่รู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ตนถนัด หรือยังค้นหาตัวเองไม่เจอ ซึ่งเป็นผลมาจากการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ไม่ได้เปิดโอกาสให้เด็กเรียนรู้แนวทางของตนเอง อาจารย์ผู้สอนเองส่วนใหญ่ไม่มีมุมมองเชิงธุรกิจ ซึ่งผู้ที่มีมุมมองหรือทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมาจากครอบครัวที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว

5) ด้านแหล่งเงินทุนสนับสนุน

การเข้าถึงแหล่งทุน และความพร้อมของตัวผู้ประกอบการในการขอสนับสนุนทางการเงิน โดยที่แหล่งเงินทุนในระบบส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นกิจการที่มีความเป็นไปได้สูงหรือเป็นผู้ที่มีกิจการที่ดีอยู่แล้วเท่านั้น นอกจากนี้ การทำธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ซึ่งมีความเสี่ยงในการทำตลาดค่อนข้างสูง จะใช้เวลาและการทำความเข้าใจเพื่อขอรับการสนับสนุนนานมาก

ภาพที่ 6.2 ปัจจัยขัดขวางจากข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

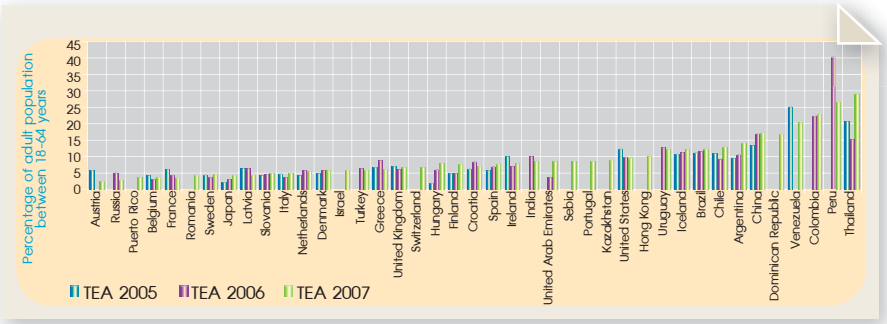
6.3 ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

ในการวัดระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละประเทศเป็นข้อมูลจากการสำรวจประชากรของแต่ละประเทศที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 18 - 64 ปี สำหรับประเทศไทย เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูล จำนวน 2,000 ตัวอย่าง โดยพิจารณาจากลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อความเป็นผู้ประกอบการ กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการของผู้ที่เริ่มต้นธุรกิจ กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการของผู้ที่มีธุรกิจอยู่แล้ว กิจกรรมของผู้ให้ทุนสนับสนุนผู้ประกอบการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว โดยได้ผลจากการศึกษาดังต่อไปนี้

1) ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประชากร

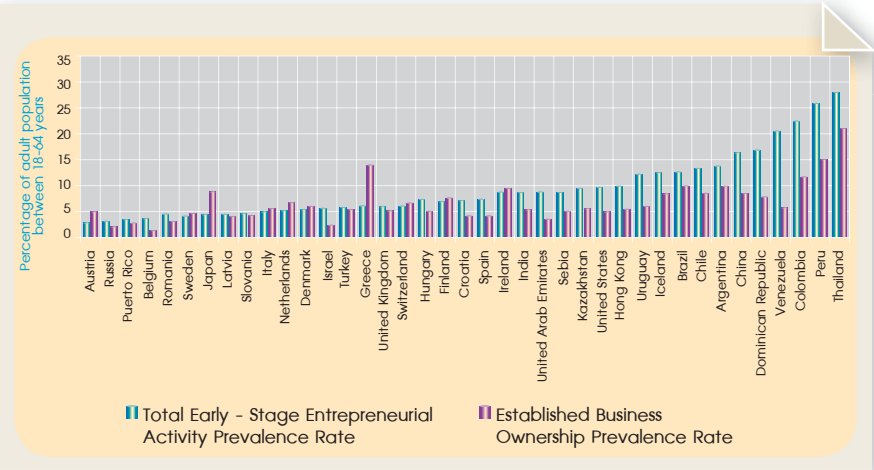
จากผลการสำรวจ พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของคนไทยที่อยู่ในวัยทำงาน ในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2550 อยู่ที่ร้อยละ 26.9 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี หรือคิดเป็นจำนวนประชากรประมาณ 8.6 ล้านคน ซึ่งเป็นระดับของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สูงเมื่อเทียบกับต่างประเทศที่ทำการศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 6.3 แต่มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับผลการศึกษาในปี 2548 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 20.7 และปี 2549 อยู่ที่ร้อยละ 15.2 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของระดับการมีส่วนร่วมในช่วงเริ่มต้นดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากแนวโน้มการเข้าสู่การประกอบอาชีพอิสระที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการชะลอตัวของภาคการผลิตของประเทศ และความไม่มั่นใจในการลงทุนของภาคธุรกิจของไทยจากเสถียรภาพทางการเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ภาพที่ 6.3 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Early - Stage) ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศปี 2548, 2549 และ 2550



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 6.4 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Early-Stage) และอยู่รอดได้แล้วในประเทศไทย เปรียบเทียบกับต่างประเทศปี 2550



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมาณโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 6.2 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเภทในประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ปี 2550

หน่วย : ร้อยละ

	Nascent	Baby Business	Total Early - Stage	Established Business
Thailand	9.2	20.3	28.4	20.9
India	6.0	2.6	8.5	5.5
China	6.9	10.0	16.4	8.4
Japan	2.2	2.2	4.3	8.7
USA	6.5	3.4	9.6	5.0

ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่ริเริ่มและเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (Nascent Entrepreneurs) มีจำนวนอยู่ที่ร้อยละ 9.2 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี และเจ้าของหรือผู้ดำเนินกิจการที่จัดตั้งแล้วที่มีอายุไม่เกิน 3.5 ปี (Baby Business) มีจำนวนอยู่ที่ร้อยละ 20.3 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี สำหรับกิจกรรมที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทและดำเนินการต่อไปได้ (Established Business Owners) ที่มีการดำเนินกิจการเกิน 3.5 ปีขึ้นไป มีจำนวนอยู่ที่ร้อยละ 20.9 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี สำหรับประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ประเทศจีน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่นและอินเดีย มีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (TEA) อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกับประเทศไทย ซึ่งประเทศจีนจะมีลักษณะของกิจกรรมของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมเป็นกิจกรรมบริการเพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นหลัก เช่นเดียวกับประเทศไทย และประเทศอินเดียมี TEA อยู่ในระดับใกล้เคียงกับประเทศสหรัฐอเมริกา

3) ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละช่วงเริ่มต้นและช่วงที่ตั้งตัวได้แล้วระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย พบว่า ประเทศไทย ผู้หญิงจะเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าในช่วงเริ่มต้น แต่ผู้ชายจะมีระดับการมีส่วนร่วมมากกว่าผู้หญิงเมื่อเข้าสู่ระยะที่กิจการสามารถตั้งตัวได้ ซึ่งจะต่างจากประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียที่ผู้ชายจะมีระดับการเข้ามาร่วมมากกว่าผู้หญิง โดยเฉพาะในช่วงที่กิจการสามารถตั้งตัวได้แล้ว แสดงให้เห็นว่าในประเทศไทยทั้งผู้ชายและผู้หญิงมีโอกาสที่จะเข้ามาร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการได้ไม่ต่างกัน

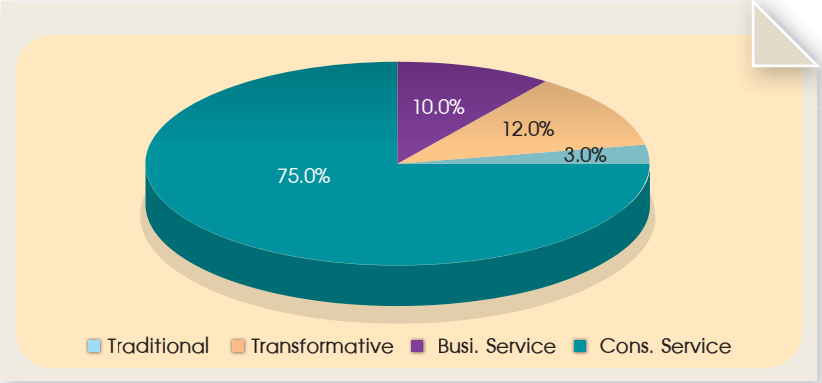
ตารางที่ 6.3 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเภทในประเทศไทยแยกตามเพศเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

	Total Early - Stage		Established Business Owners	
	male	female	male	female
Thailand	27.8	29.0	23.2	18.7
India	9.5	7.5	8.7	2.1
China	19.3	13.4	9.7	7.0
Japan	3.5	5.2	8.7	8.6
USA	12.0	7.3	6.5	3.5

ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในกิจกรรมการให้บริการเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer Service) เมื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะของกิจกรรมของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก พบว่า ลักษณะของกิจกรรมที่ผู้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของจำนวนผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด เป็นกิจกรรมการให้บริการเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer Service) เช่น ร้านค้าปลีก อู่ซ่อมรถยนต์ ร้านอาหาร ร้านทำผม บริการทางการศึกษาและสุขภาพ เป็นต้น กลุ่มที่รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 12.0 เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการแปรรูป (Transformative Sector) เช่น การก่อสร้าง การผลิต การขนส่ง การสื่อสาร การค้าส่ง เป็นต้น กลุ่มที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 10.0 ได้แก่ ภาคการผลิตดั้งเดิม (Traditional Sector) เช่น การทำการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ การประมง เป็นต้น และกลุ่มที่ 4 ได้แก่ ภาคบริการเพื่อธุรกิจ (Business Service) เช่น การบัญชี ทนายความ บริการที่ปรึกษา เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.0

ภาพที่ 6.5 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยปี 2550 แยกตามประเภทกิจกรรม



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อดูถึงลักษณะของกิจกรรมของผู้เข้ามามีส่วนร่วมแยกตามประเภทธุรกิจของการเข้ามามีส่วนร่วม พบว่า ทั้งผู้ที่เริ่มเข้ามาทำกิจกรรมและเริ่มธุรกิจในช่วงไม่เกิน 3.5 ปี กับผู้ที่ทำธุรกิจเกิน 3.5 ปีไปแล้วมีสัดส่วนของประเภทธุรกิจไม่แตกต่างกัน

5) แรงจูงใจในการมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ในปี 2550 ร้อยละ 19.6 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี หรือประมาณร้อยละ 69.0 ของผู้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Early - Stage) เข้ามาดำเนินกิจกรรมเพราะมีแรงจูงใจจากการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจเป็นหลัก และร้อยละ 7.6 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี หรือร้อยละ 31.0 ของผู้เข้ามาดำเนินกิจกรรมในช่วง Early-Stage เข้ามาเพราะความจำเป็นที่จะต้องหาเลี้ยงชีพ และทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วง Early - Stage มีแรงจูงใจมาจากการมองเห็นโอกาสมากกว่าความจำเป็นที่ต้องหาเลี้ยงชีพ

ตารางที่ 6.4 แรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยแยกตามเพศ

	แรงจูงใจจาก Opportunity - Based		แรงจูงใจจาก Necessity - Based		รวมทั้งหมด	
	2549	2550	2549	2550	2549	2550
ร้อยละของเพศชาย อายุ 18 - 64 ปี ทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วง Early - Stage	10.9	18.6	5.1	8.1	16.3	27.8
ร้อยละของเพศหญิง อายุ 18 - 64 ปี ทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วง Early - Stage	9.6	20.5	4.5	7.2	14.2	29.0
Total Early - Stage (TEA) ของประชากรอายุ 18 - 64 ปี	10.2	19.6	4.8	7.6	15.2	28.4

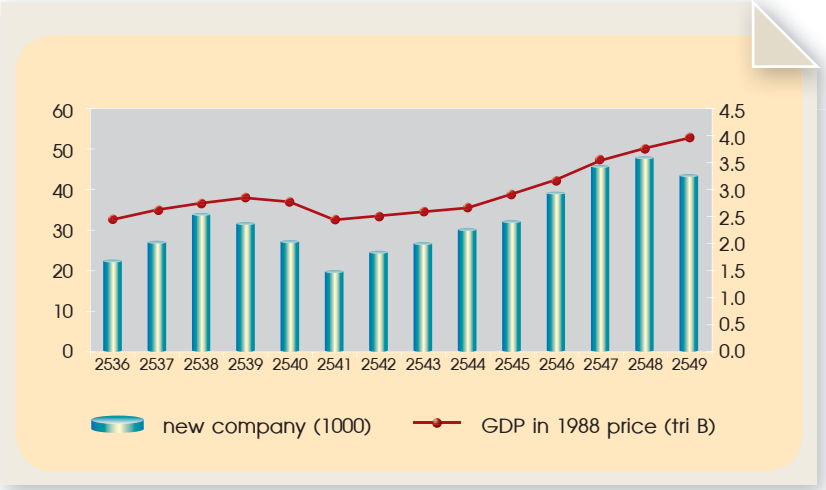
ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อย่างไรก็ตามเมื่อนำเอาดัชนีวัดระดับการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ (TEA Index) มาดูถึงความสัมพันธ์กับการเติบโตของระบบเศรษฐกิจจากการศึกษาของ GEM ที่ผ่านมา 8 ปี ได้ชี้ให้เห็นถึงการมีความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีชี้วัดที่ทำการศึกษาและระดับการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ (GDP Growth) ได้อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการศึกษาของประเทศไทย ได้มีการเก็บข้อมูล 4 ปี คือในปี 2545 และปี 2548 - 2550 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์อย่างเด่นชัดกับระดับการเติบโตของประเทศ และเป็นที่น่าสนใจว่า

การแกว่งตัวของระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ของประชากรในช่วง Early - Stage ที่ลดลงในปี 2549 และเพิ่มขึ้นในปี 2550 นั้น สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการตัดสินใจเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ ของคนในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากความอยาก "เป็น" ผู้ประกอบการมากกว่าอยาก "ทำ" การประกอบการ และส่วนหนึ่งอาจแสดงได้จากการเพิ่มขึ้นในสัดส่วนของกิจกรรม การประกอบการในภาคการบริการ ที่ไม่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูงและความพยายามในการทำตลาด ซึ่งแตกต่างจากกิจกรรมการแปรรูปหรือภาคการผลิต ที่ต้องอาศัยความรู้และทักษะอย่างมากในการเริ่มต้นและการพัฒนาธุรกิจต่อไป

ทั้งนี้จากการขยายตัวของประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2543 - ปี 2549) โดยดูจากการเติบโตของผลผลิตรวมในประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 6.7 ได้ทำให้เกิดโอกาสในการลงทุนและความเชื่อมั่นของธุรกิจและผู้ลงทุนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ดังแสดงได้จากจำนวนบริษัทที่เปิดกิจการในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เมื่อนำเอามาพิจารณาร่วมกันกับผลผลิตในประเทศ จะเห็นได้ถึงความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่จากจำนวนการเปิดกิจการใหม่ในปี 2549 ที่ได้ลดลงจากปี 2548 ได้แสดงให้เห็นถึงการชะลอตัวลงของระบบเศรษฐกิจและอาจมีผลต่อกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้

ภาพที่ 6.6 ผลผลิตในประเทศและจำนวนบริษัทที่เปิดกิจการในช่วงปี 2536 - 2549



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

6.4 ผลกระทบของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1) ด้านนวัตกรรม

จากผลการสำรวจประชากรเกี่ยวกับความใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้า จำนวนธุรกิจที่ขายสินค้าชนิดเดียวกัน และความทันสมัยของการใช้เทคโนโลยี ดังแสดงในตารางที่ 6.5 และ 6.6 พบว่า ผู้ที่เริ่มเข้าสู่กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยร้อยละ 53.9 ไม่ได้นำเสนอสินค้าใหม่แก่ลูกค้า มีเพียงร้อยละ 6.8 ที่เป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ และร้อยละ 55.6 ต้องแข่งขันกับผู้ขายสินค้าชนิดเดียวกัน โดยร้อยละ 44.5 ใช้เทคโนโลยีเดิมเป็นหลัก สำหรับผู้ที่ดำเนินกิจการต่อไปได้นั้น ร้อยละ 53.5 ไม่ได้นำเสนอสินค้าใหม่แก่ลูกค้าเช่นเดียวกัน และร้อยละ 62.9 ยังต้องแข่งขันกับผู้ขายสินค้าชนิดเดียวกัน โดยร้อยละ 75.5 ใช้เทคโนโลยีเดิมเป็นหลัก

ตารางที่ 6.5 ผลกระทบด้านนวัตกรรมจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง Early - Stage เปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย ปี 2550

	Product new to customers (percent)			Business offering same product (percent)			Use technology (percent)		
	to all	to some	to none	many	few	none	very latest*	new (1 to 5 yr)	Not new
Thailand	6.8	39.3	53.9	55.6	34.8	9.6	23.8	31.7	44.5
India	5.6	23.6	70.8	61.4	38.7	0.0	13.4	25.7	60.9
China	13.8	59.2	26.9	82.1	12.8	5.1	8.6	22.7	69.7
Japan	11.9	36.0	52.0	66.1	32.4	1.5	8.7	31.9	59.5
USA	14.5	34.8	50.7	38.7	44.0	17.3	12.9	24.3	62.9

** Very latest technology is that is only available since last year*
ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในแถบภูมิภาคเอเชีย ลักษณะของผลกระทบในด้านนวัตกรรมสำหรับกลุ่ม Early - Stage ในประเทศไทย จะใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย และแตกต่างจากประเทศจีนที่มีการพยายามนำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรมเนื่องจากมีการแข่งขันจำนวนมาก โดยพยายามใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาช่วย สำหรับกลุ่ม Established Business ในประเทศไทยจะมีลักษณะใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย แต่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยน้อยกว่า

ตารางที่ 6.6 ผลกระทบด้านนวัตกรรมจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง Established Business เปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย ปี 2550

	Product new to customers (percent)			Business offering same product (percent)			Use technology (percent)		
	to all	to some	to none	many	few	none	very latest*	new (1 to 5 yr)	Not new
Thailand	7.3	39.2	53.5	62.9	27.3	9.8	0.5	24.0	75.5
India	8.8	18.5	72.8	45.1	52.9	1.9	18.8	21.4	59.8
China	11.9	51.0	36.9	84.0	8.7	7.2	2.3	9.0	88.7
Japan	12.9	12.4	74.6	74.9	18.8	6.2	0.5	6.9	92.6
USA	13.7	17.8	68.5	53.9	36.8	9.4	4.7	6.3	89.0

** Very latest technology is that only available since last year*
ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) ด้านการส่งออก

จากผลการสำรวจประชากรเกี่ยวกับตลาดในประเทศและต่างประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 6.7 พบว่า กลุ่ม Early - Stage ของประเทศไทยร้อยละ 94.9 ไม่มีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ซึ่งจะต่างจากประเทศจีนและอินเดีย มีการส่งออกไปยังต่างประเทศประมาณร้อยละ 20.0 สำหรับกลุ่ม Established Business ของประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ร้อยละ 97.4 ไม่มีการส่งออก ซึ่งเป็นสิ่งที่ต่างจากประเทศอื่นในแถบเอเชียอย่างมาก

ตารางที่ 6.7 ผลกระทบด้านการส่งออกจากประเภทลูกค้าของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง Early - Stage และ Established Business เปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย

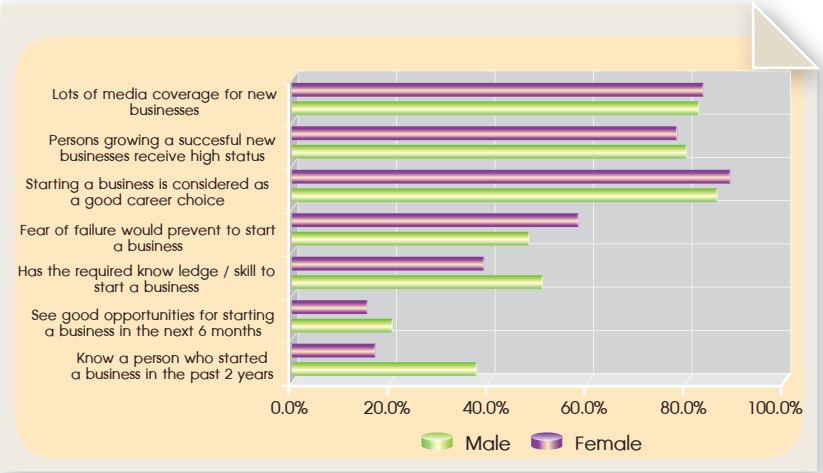
Early - Stage Activity					Established Business				
	0%	1-25%	26-75%	76-100%		0%	1-25%	26-75%	76-100%
Thailand	94.9	4.1	0.3	0.7	Thailand	97.4	2.3	0.1	0.2
India	71.9	20.6	7.5	0.0	India	75.5	13.1	11.4	0.0
China	71.4	20.7	5.4	2.5	China	76.5	19.4	2.7	1.4
Japan	60.9	23.7	7.7	7.7	Japan	67.4	21.9	5.6	5.1
USA	21.0	63.5	11.3	4.2	USA	25.6	56.4	9.0	9.0

ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.5 ผู้หญิงกับความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

จากการสำรวจความแตกต่างของทัศนคติต่อความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ชายและผู้หญิง (ดังแสดงในภาพที่ 6.7) พบว่าทั้งผู้ชายและผู้หญิง ส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ไม่ว่าในด้านความตระหนัก การยอมรับ และความสนใจ อย่างไรก็ตาม ทั้งเพศหญิงและเพศชายส่วนใหญ่ยังมีความกลัวต่อความล้มเหลว และความพร้อมของความรู้และทักษะในการเข้าสู่การดำเนินกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นทัศนคติที่มีผลเชิงลบต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะเพศหญิงซึ่งมากกว่าร้อยละ 50.0 ยังคงการกลัวความล้มเหลว และคิดว่าตนเองยังไม่มีความพร้อมทั้งความรู้และทักษะในการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ทั้งเพศหญิงและเพศชายส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นในโอกาสทางธุรกิจใน 6 เดือนข้างหน้า และเพศหญิงมีเครือข่ายทางธุรกิจในสัดส่วนที่น้อยกว่าเพศชาย

ภาพที่ 6.7 ทัศนคติและมุมมองของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง ต่อความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละของตัวอย่างทั้งหมดในแต่ละเพศ ปี 2550



ที่มา : การศึกษาโครงการสำรวจสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2550
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.6 ลักษณะของธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย

การมีส่วนร่วมของครอบครัวในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ พบว่าการมีส่วนร่วมของครอบครัวในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการจะมีส่วนร่วมค่อนข้างสูง ทั้งในรูปของการเข้ามาถือหุ้นโดยญาติหรือสมาชิกในครอบครัว และมีความปรารถนาที่จะแยกธุรกิจที่เริ่มต้นออกจากธุรกิจที่ครอบครัวควบคุมอยู่ โดยเพียงร้อยละ 60.0 ของผู้ที่เข้ามาทำธุรกิจคาดว่าจะทำงานเต็มเวลา ซึ่งการทำงานเต็มเวลานี้มีผลอย่างมากต่อการสร้างธุรกิจใหม่ อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่มองว่าจะต้องมีคนในครอบครัวมาร่วมกันทำธุรกิจ และร้อยละ 40.0 ของคนที่ให้ความเห็น คิดว่าจะมีคนในครอบครัวเข้ามาร่วมทำงาน 1 คน โดยมีแหล่งของเงินทุนมาจากสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก รวมทั้งการสนับสนุนอื่นจากสมาชิกในครอบครัว สำหรับแหล่งเงินทุนที่รองลงมาได้แก่ ธนาคารและญาติสนิท

สำหรับในช่วงที่ธุรกิจอยู่รอดไปได้ ลักษณะของธุรกิจครอบครัวจะมีการมีส่วนร่วมของครอบครัวมากขึ้น สมาชิกในครอบครัวจะเข้ามามีบทบาทในลักษณะการสนับสนุนธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ และร้อยละ 84.6 เป็นธุรกิจที่แยกออกมาจากธุรกิจที่ครอบครัวควบคุมอยู่ แต่การเข้ามามีส่วนในการดำเนินงานโดยตัวบุคคลจะน้อยลงหรือไม่มีเลย และผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมถึงร้อยละ 80.0 ยินดีที่จะทำงานเต็มเวลาให้กับธุรกิจของครอบครัวที่ตั้งขึ้นใหม่โดยคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลจากการถือหุ้นเป็นหลัก

เมื่อดูถึงมุมมองต่อการเป็นผู้ประกอบการของคนไทยผลการศึกษาในปี 2550 พบว่ามีเพียงร้อยละ 18.3 ของคนไทยที่มีอายุ 18 - 64 ปี มองเห็นถึงโอกาสที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่ใน 6 เดือนข้างหน้า และมีเพียงร้อยละ 44.3 ที่คิดว่าตนเองมีความรู้ ทักษะและความสามารถเพียงพอในการเริ่มต้นธุรกิจได้ และเป็นสัดส่วนในระดับเฉลี่ยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคนไทยในช่วงอายุ 18 - 64 ปี ถึงแม้จะมีความปรารถนาในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ แต่ความพร้อมในการเริ่มต้นดำเนินกิจกรรมยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญ นอกจากนี้ ผู้ที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนในรูปของบุคคลต่อผู้ที่ต้องการก่อตั้งธุรกิจจากการสำรวจในปี 2549 พบว่ามีอยู่เพียงร้อยละ 3.7 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ลดลงจากร้อยละ 6.0 ปี 2548 และอยู่ในระดับที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นทั่วโลก

บทสรุป

ผลการศึกษาสถานภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2550 พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาในปี 2548 และ 2549 โดยชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นกิจกรรมที่คนไทยในวัยทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบกับ 43 ประเทศทั่วโลกที่ได้ทำการศึกษาในปีนี้ และจากผลการศึกษาในปี 2550 พบว่าร้อยละ 26.9 ของประชากรในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18 - 64 ปี มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total Early - Stage Entrepreneurial Activity) และการมีส่วนร่วมในช่วงก่อตั้งได้เพิ่มขึ้นอย่างมากจากในปี 2549 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเพิ่มขึ้นดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตของประเทศที่ลดลงประกอบกับความไม่มั่นคงในเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้คนจำนวนมากหันมาประกอบอาชีพอิสระทางด้านบริการมากขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 73.5 ของผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วงก่อตั้งธุรกิจใหม่ทั้งหมดในปี 2550 สูงขึ้นจากร้อยละ 69.0 ในปี 2549

อย่างไรก็ตาม ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประชากรในวัยทำงานของประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นอีก 41 ประเทศนั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับประเทศกลุ่มกำลังพัฒนา เช่น ประเทศจีนและอินเดีย ประชากรที่เข้ามามีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 18 - 34 ปี และมีทัศนคติในด้านบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นกิจการขนาดเล็กในการให้บริการ เช่น ขายของชำ ร้านอาหาร ห้องพัก ซ่อมรถยนต์ เป็นต้น โดยเน้นการทำตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ประชากรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมมีแรงจูงใจที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมเพราะแรงจูงใจจากการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจเป็นหลัก ทั้งนี้ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการจากการศึกษาในปี 2550 ที่อยู่ในระดับสูงนั้น มีปัจจัยสนับสนุนจากปัจจัยทางพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ โอกาสทางธุรกิจและการเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งด้านกายภาพและทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ดังจะเห็นได้จากทัศนคติในเชิงบวกของประชากรต่อการก่อตั้งธุรกิจใหม่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้การดำเนินมาตรการสนับสนุนของภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน การเปิดเสรีการค้าเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น