

การมีส่วนร่วมในกิจกรรม
ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสังคม
ผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี 2549



บทที่ 11 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี 2549

การสร้างสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในประเทศเติบโตใหม่และประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เนื่องจากภาคผู้ประกอบการเป็นภาคที่สำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจและเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการปรับตัวด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงจากการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีของประเทศอื่นมาเป็นผู้สร้าง พัฒนาและต่อยอดเทคโนโลยีต่างๆ กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการมีผลทั้งต่อการสร้างความมั่งคั่งและเสถียรภาพของประเทศ การศึกษาปัจจัยพื้นฐาน เงื่อนไขระดับประเทศและระดับสถาบันที่มีผลกระทบต่อภาคผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่องจะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะช่วยให้ทราบว่าควรจะดำเนินการในด้านใดบ้างเพื่อทำให้เกิดกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศเพิ่มมากขึ้น

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยการสนับสนุนของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้เข้าร่วมเครือข่ายการวิจัยในโครงการ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ซึ่งเป็นความร่วมมือของนักวิจัยชั้นนำด้านการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อที่จะศึกษาและเปรียบเทียบ เงื่อนไขปัจจัยที่มีผลต่อภาคผู้ประกอบการและระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเป็นผู้ประกอบการกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งในปัจจุบัน GEM ได้ดำเนินโครงการมาเป็นปีที่ 8 แล้ว มีประเทศที่เข้าร่วมโครงการวิจัยในปี 2549 จำนวน 42 ประเทศ

การศึกษาดังกล่าวให้ความสำคัญในประเด็นหลัก 3 ส่วน คือ เงื่อนไขระดับมหภาคที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ (ระดับการเปิดการค้ากับต่างประเทศ บทบาทของภาครัฐ ประสิทธิภาพของตลาดเงินตลาดทุน ระดับการพัฒนาเทคโนโลยีและ



การวิจัยและพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทักษะด้านการจัดการ ตลาดแรงงาน และกฎระเบียบต่างๆ) บัณฑิต/เงื่อนไขระดับสถาบันที่มีผลโดยตรงต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ (สังคมและวัฒนธรรม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน นโยบายและประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมของภาครัฐ ระบบการศึกษา ความพร้อมของแหล่งข้อมูลและความรู้ โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ การเปิดตลาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม) และการวัดระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้ ดัชนี Total Entrepreneurial Activity: TEA ซึ่งดัชนี TEA จะแสดงร้อยละของผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 16-64 ปี) ที่มีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือก่อตั้งบริษัทใหม่ โดยผลการศึกษาในปี 2549 สรุปได้ดังต่อไปนี้

11.1 เงื่อนไขระดับมหภาคที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ

จากข้อมูลการจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ตามรายงาน World Competitiveness Yearbook 2006 ของ IMD พบว่าลำดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ลดลงจากลำดับที่ 27 ในปี 2548 เป็นลำดับที่ 32 ในปี 2549 และจากการศึกษาเงื่อนไขและปัจจัยระดับมหภาคของประเทศไทย ในช่วงที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัย/เงื่อนไขหลักในด้านการเปิดตลาด ประสิทธิภาพของธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อโอกาสทางธุรกิจและกิจกรรมการประกอบการในประเทศไทย สำหรับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ระบบการเงิน ตลาดแรงงาน ประสิทธิภาพของภาครัฐและโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของไทย เป็นเงื่อนไขที่ยังไม่สนับสนุนโอกาสทางธุรกิจและกิจกรรมการประกอบการ



ตารางที่ 11.1 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ปี 2549

ปัจจัย	2547	2548	2549	การเปลี่ยนแปลง (48/49)
อันดับรวม	29	27	32	-
เศรษฐกิจ	9	7	21	-
- เศรษฐกิจในประเทศ	26	44	55	-
- การค้าระหว่างประเทศ	18	18	15	+
ประสิทธิภาพภาครัฐ	20	14	21	-
- กฎหมายด้านธุรกิจ	29	27	33	-
ประสิทธิภาพของภาคเอกชน	23	28	28	~
- การบริหารจัดการ	24	27	26	+
- ทักษะคิดและค่านิยม	12	16	20	-
โครงสร้างพื้นฐาน	50	47	48	-
- สาธารณูปโภคพื้นฐาน	41	38	38	~
- โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี	45	45	48	-
- โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์	55	56	53	+

ที่มา : World Competitiveness Yearbook 2006, IMD

11.2 ปัจจัย/เงื่อนไขระดับสถาบันที่มีผลต่อกิจกรรม ความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

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



11.2.1 ปัจจัย/เงื่อนไขที่สนับสนุนต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

1) ปัจจัยด้านพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

- คนไทยจำนวนมากมีจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัว โดยเฉพาะในคนไทยเชื้อสายจีนจะมีพื้นฐานความคิดด้านการประกอบธุรกิจเป็นทุนเดิม และมักจะได้รับ การสนับสนุนจากครอบครัวในเบื้องต้น ทำให้มีแรงกระตุ้นและความกล้าเสี่ยงในการเข้าสู่ธุรกิจ
- ประเทศไทยมีทรัพยากรในประเทศมาก มีวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่สามารถตอบรับกับวัฒนธรรมอื่นได้ง่าย ทำให้มีช่องทางในการทำธุรกิจได้อีกมาก รวมทั้งการที่ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญติดอันดับโลกเปิดโอกาสให้สามารถสร้างตลาดสินค้าและบริการใหม่ได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

- แรงกดดันจากภาวะการแข่งขันจากต่างประเทศและโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจที่เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้เกิดทางเลือกในการประกอบอาชีพที่เปิดกว้างมากขึ้น และเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มทายาทธุรกิจมีแรงจูงใจในการปรับปรุงกิจการของครอบครัวหรือสร้างความแตกต่างทางธุรกิจมากขึ้น
- การยอมรับและเชิดชูผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในแง่มุมที่หลากหลายขึ้นนอกเหนือจากการสร้างความมั่งคั่ง เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม การมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่ใฝ่ฝันที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมากขึ้น



- การเปิดตลาดการค้าในประเทศ รายได้และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นของประชาชน ทำให้มีโอกาสในการสร้างธุรกิจของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะการนำแบบอย่างธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ๆ จากต่างประเทศ

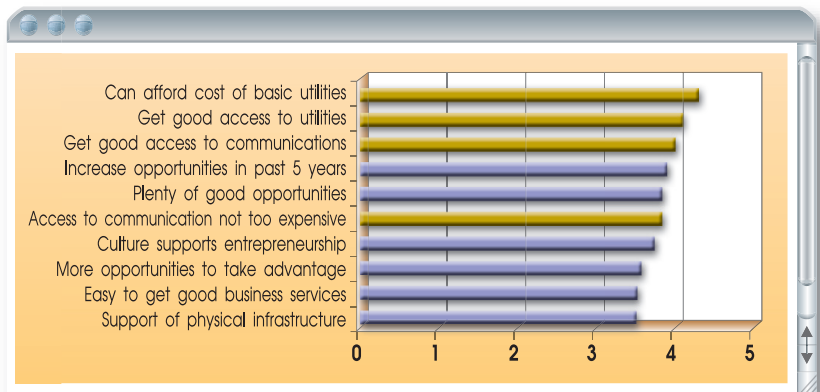
3) โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพเพื่อการประกอบธุรกิจ

- การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพได้ในต้นทุนและเวลาที่รวดเร็ว โดยไม่เป็นภาระมากนักต่อผู้ประกอบการ
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้สะดวก ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจ และสนับสนุนให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องได้หลากหลาย ทำให้มีอาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก

4) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง มีความเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับเงื่อนไขต่างๆ มากขึ้น

ภาพที่ 11.1 ปัจจัยส่งเสริมจากข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

(5 points scale, 1 = lowest score)



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



11.2.2 ปัจจัย/เงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

1) พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม

- สังคมและวัฒนธรรมของไทยยังไม่ได้ส่งเสริมหรือสนับสนุนทัศนคติหรือความตื่นตัวด้านการเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะระบบการศึกษาของไทยที่ยังไม่ได้ปลูกฝังหรือเปิดมุมมองเกี่ยวกับเส้นทางอาชีพการเป็นผู้ประกอบการที่แพร่หลาย นอกเหนือไปจากกลุ่มที่มีธุรกิจของครอบครัว
- พื้นฐานการเลี้ยงดูของครอบครัว การขาดการปลูกฝังด้านระเบียบวินัยและความมุ่งมั่น อดทน ทำให้คนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ไม่อยากเข้าทำงานในบริษัทหรือกิจการขนาดเล็กซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในกิจการขนาดเล็ก
- คนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดคุณสมบัติที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ คือ ความกล้าที่จะลองทำในสิ่งที่ท้าทาย ความทะเยอทะยานที่จะมุ่งมั่นทำสิ่งที่ยอมรับให้สำเร็จ และแนวโน้มการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย ซึ่งทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

2) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการของไทย ยังขาดวิสัยทัศน์ในการประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมใหม่ ขาดความรู้ที่เพียงพอในการบริหารธุรกิจ เช่น การกำหนดรูปแบบทางธุรกิจ เทคโนโลยีการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน รวมทั้งขาดทักษะในด้านที่สำคัญ เช่น การวางแผน การตัดสินใจ การเริ่มต้นธุรกิจ และการจัดการ และในบางครั้งไม่ดำเนินธุรกิจที่ตั้งอยู่บนความพอเพียง ขาดจริยธรรมในการทำธุรกิจ



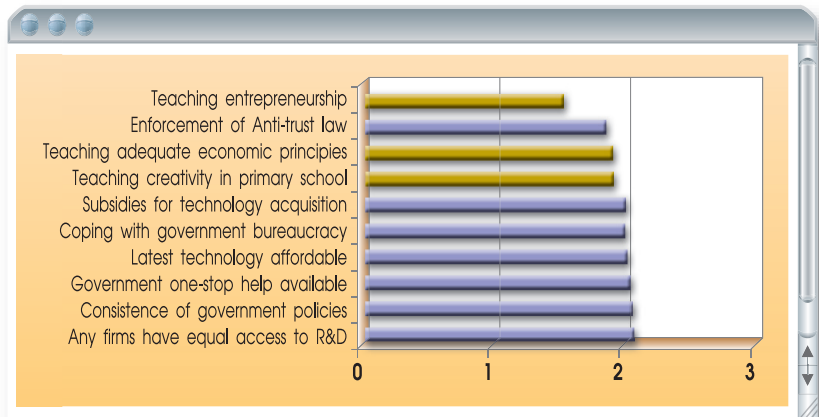
- ลักษณะอาชีพที่ประกอบอยู่เดิมมีผลอย่างมากต่อการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ อาชีพบางประเภทช่วยสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจได้มากกว่า เช่น ผู้แทนขาย

3) บริบททางการเมือง ระบบสถาบันและสังคม

- หน่วยงานภาครัฐในด้านการพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศมีหลายหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้อง และยังขาดการบูรณาการเพื่อประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน
- หน่วยงานของภาครัฐและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนยังขาดความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ประกอบการ และยังไม่สามารถเข้าถึงปัญหาอย่างแท้จริง

ภาพที่ 11.2 ปัจจัยขัดขวางจากข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

(5 points scale, 1 = lowest score)



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



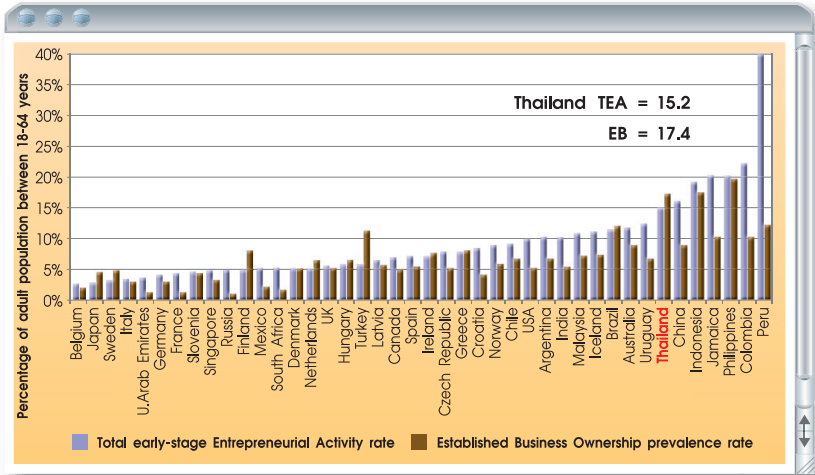
11.3 ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

1) ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประชากรวัยทำงานในประเทศไทยในปี 2549 ลดลงจากปี 2548 แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

จากผลการศึกษาด้านภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2549 ได้ยืนยันผลการศึกษาในปี 2545 และ 2548 โดยชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่อยู่ในวัยทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในกลุ่มเครือข่ายการวิจัย Global Entrepreneurship Monitor โดยในปี 2549 ดัชนีการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total early-stage entrepreneurial activity: TEA) ร้อยละ 15.2 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี หรือคิดเป็นจำนวนประชากรประมาณ 5.9 ล้านคน ซึ่งลดลงจากร้อยละ 20.7 จากผลการศึกษาในปี 2548 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยในช่วงปลายปี 2548 ถึงกลางปี 2549 ที่ผ่านมา ตลอดจนความไม่มั่นใจในการลงทุนจากความไม่มั่นคงในเสถียรภาพทางการเมือง



ภาพที่ 11.3 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Early-Stage) และอยู่รอดได้แล้วของไทย เปรียบเทียบกับต่างประเทศ ปี 2549



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 11.2 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเภทในประเทศไทย
เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

	Nascent entrepreneurs	rank	New business owners	rank	TEA	rank
Thailand	4.05 %	22	11.49 %	6	15.20 %	7
Malaysia	4.88 %	17	6.21 %	9	11.09 %	12
Indonesia	9.63 %	4	11.51 %	5	19.28 %	5
Philippines	4.98 %	16	15.62 %	1	20.44 %	3
India	5.42 %	14	5.31 %	11	10.42 %	13
China	4.86 %	18	12.00 %	4	15.71 %	6
Singapore	2.74 %	36	2.52 %	26	4.85 %	34
USA	7.47 %	7	3.26 %	19	10.03 %	15
Average	5.32 %		4.59 %		9.46 %	

ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

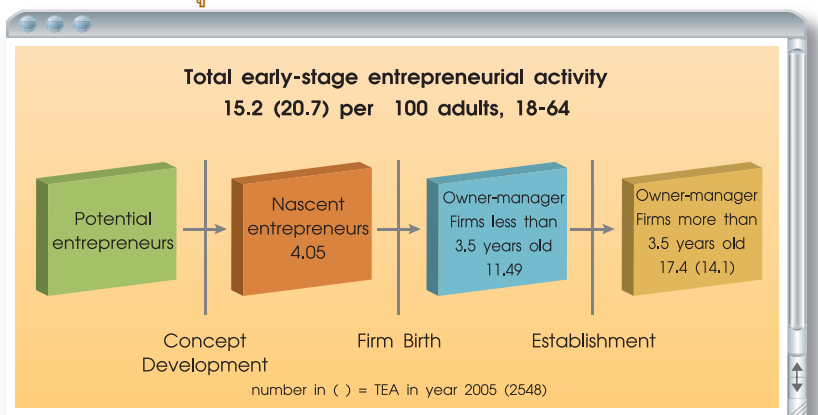


ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการประกอบการในระดับสูงเช่นเดียวกันโดยประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์มีค่า TEA สูงกว่าประเทศไทย ในขณะที่ประเทศจีน มีค่าดัชนีดังกล่าว ในระดับที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย

2) ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) ต่ำกว่าการมีส่วนร่วมในกิจการที่มีอายุการดำเนินงานมากกว่า 3.5 ปี

กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (total early-stage entrepreneurial activity) แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่ริเริ่มและเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม อยู่ที่ร้อยละ 4.1 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี และ 2) เจ้าของ หรือ ผู้ดำเนินกิจการที่จัดตั้งแล้วมีอายุไม่เกิน 3.5 ปี มีจำนวนร้อยละ 11.5 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี (รายละเอียดตามภาพที่ 11.4) สำหรับกิจกรรมที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัท และดำเนินการต่อไปได้ (established business owners) ที่มีการดำเนินกิจการเกิน 3.5 ปีขึ้นไป มีจำนวนอยู่ที่ร้อยละ 17.4 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี

ภาพที่ 11.4 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น (Early-Stage) และอยู่รอดได้แล้วของไทย ปี 2549



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ในปี 2549 กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นมีระดับของการมีส่วนร่วมที่ลดลงจากผลการศึกษาในปี 2548 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 20.7 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี โดยลดลงอย่างมากในกลุ่มผู้ที่ริเริ่มและเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งในปี 2548 อยู่ในระดับร้อยละ 9.7 ของคนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี ทั้งนี้การลดลงของระดับการมีส่วนร่วมในช่วงเริ่มต้นดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจของประเทศ และความไม่มั่นใจในการลงทุนจากเสถียรภาพที่ไม่มั่นคงของสถานการณ์ทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจของกระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่อยู่ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 11.3 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเภทในประเทศไทย
แยกตามเพศ เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

	TEA		Established Business Owners	
	male	female	male	female
Thailand	16.25	14.18	17.57	17.27
Malaysia	11.05	11.13	8.49	6.12
Indonesia	19.84	18.73	20.63	14.61
Philippines	18.40	22.45	26.15	13.36
India	11.60	9.16	7.26	3.84
China	15.70	15.73	13.67	10.52
Singapore	6.00	3.75	5.48	1.37
USA	12.73	7.36	7.69	3.16
average	11.38	7.51	9.04	4.88

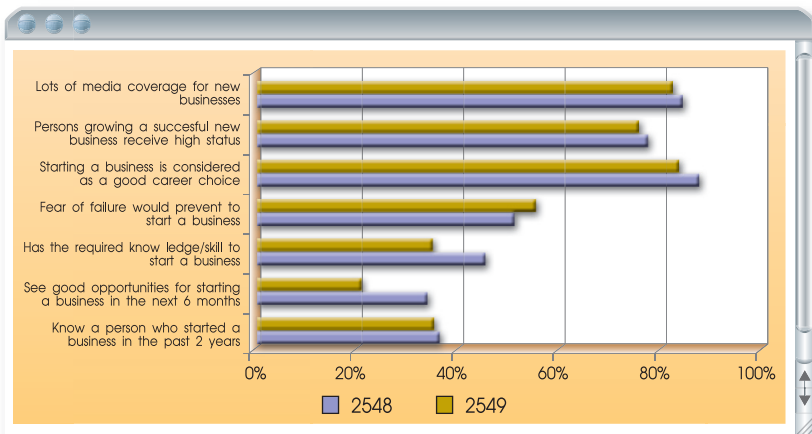
ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



3) ประชากรไทยมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นผู้ประกอบการแต่ยังขาดความมั่นใจในความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขการประกอบธุรกิจและกลัวความล้มเหลว

ประชากรในวัยทำงานมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากเห็นตัวอย่างความสำเร็จผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งการยอมรับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของสังคม ตลอดจนมีทัศนคติว่าการเริ่มต้นธุรกิจเป็นทางเลือกที่ดีของเส้นทางการประกอบอาชีพ อย่างไรก็ตาม กลุ่มประชากรดังกล่าวยังมีความไม่มั่นใจที่จะก้าวสู่การประกอบธุรกิจเนื่องจากคิดว่ายังมีความรู้เกี่ยวกับปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆ ในการประกอบธุรกิจไม่เพียงพอ รวมทั้งกลัวที่จะประสบความล้มเหลว

ภาพที่ 11.5 ทัศนคติต่อความเป็นผู้ประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถามทั่วประเทศ ปี 2548 และ 2549



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากภาพที่ 11.5 แสดงให้เห็นว่า คนไทยส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติในเชิงบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ แต่ในปี 2549 มีความมั่นใจต่อโอกาสทางธุรกิจลดลงจากปีก่อนหน้าทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังขาดความมั่นใจทั้งในด้านความรู้และทักษะในการเริ่มต้นธุรกิจ รวมทั้งยังมีความกลัวต่อความล้มเหลวอยู่มาก นอกจากนี้ ถึงแม้คนไทยในช่วงอายุ 18-64 ปี ส่วนใหญ่จะสามารถรับทราบเรื่องราวของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

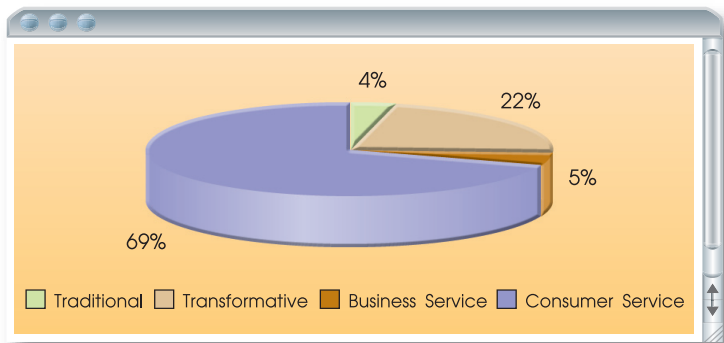


ตามสื่อต่างๆ ได้บ่อยครั้ง แต่มีเพียงไม่กี่คนที่รู้จักผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการซึ่งมีศักยภาพเพียงพอในการเป็นพี่เลี้ยงหรือแบบอย่างแก่ตนได้

4) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในกิจกรรมการให้บริการเพื่อการอุปโภคบริโภค (consumer service)

เมื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะของกิจกรรมของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก (รายละเอียดแสดงในภาพที่ 11.6) พบว่า ลักษณะของกิจกรรมที่ผู้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 ของจำนวนผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด เป็นกิจกรรมการให้บริการเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer Service) เช่น ร้านค้าปลีก อู่ซ่อมรถยนต์ ร้านอาหาร ร้านทำผม บริการทางการศึกษาและสุขภาพ เป็นต้น กลุ่มที่รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 22 เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการแปรรูป (Transformative Sector) เช่น การก่อสร้าง การผลิต การขนส่ง การสื่อสาร การค้าส่ง เป็นต้น กลุ่มที่ 3 ได้แก่ ภาคบริการเพื่อธุรกิจ (Business Service) เช่น การบัญชี หนายความ บริการที่ปรึกษา เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 5 และกลุ่มที่ 4 ได้แก่ ภาคการผลิตดั้งเดิม (Traditional Sector) เช่น การทำการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ การประมง เป็นต้น ซึ่งสัดส่วนของประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ดังกล่าวใกล้เคียงกับผลการสำรวจในปี 2548

ภาพที่ 11.6 ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี 2549
แยกตามประเภทกิจกรรม



ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



11.4 ผลกระทบของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1) ด้านนวัตกรรม

จากผลการสำรวจประชากรเกี่ยวกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้า การแข่งขันในสินค้าชนิดเดียวกัน และความทันสมัยของการใช้เทคโนโลยี พบว่า ผู้ที่เริ่มเข้าสู่กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยร้อยละ 50 ไม่ได้นำเสนอสินค้าที่จัดเป็นสินค้าใหม่แก่ลูกค้า โดยมีผู้ประกอบการใหม่เพียงร้อยละ 12 ที่ตอบว่าตนเอง นำเสนอสินค้าชนิดใหม่แก่ลูกค้า ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการร้อยละ 68 ยอมรับว่าต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในการขายสินค้าประเภทเดียวกัน ในด้าน การใช้เทคโนโลยีในการผลิตผู้ประกอบการร้อยละ 47 ยังใช้เทคโนโลยีเดิมเป็นหลัก ในกรณีของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการเดิม ซึ่งมีอายุกิจการเกิน 3.5 ปี หรือเป็นกลุ่มที่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้นั้น ร้อยละ 55 ตอบว่าไม่ได้นำเสนอสินค้าใหม่แก่ลูกค้าเช่นเดียวกัน และร้อยละ 78 ยังต้องแข่งขันกับผู้ขายสินค้าชนิดเดียวกัน รวมทั้งร้อยละ 79 ยังใช้เทคโนโลยีเดิมเป็นหลักในการผลิตสินค้า

ตารางที่ 11.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง **Early-Stage** เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

	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	12	38	50	68	26	6	17	36	47
Malaysia	11	41	48	57	39	4	10	20	70
Indonesia	24	16	60	52	34	15	32	33	34
Philippines	8	20	72	73	22	6	21	21	58
India	33	21	46	65	31	4	19	21	61
China	6	43	51	82	14	4	26	22	52
Singapore	18	29	53	55	39	6	12	29	59
USA	11	29	61	38	47	16	7	22	71
Average	15	31	54	56	35	9	13	21	66

* Very latest technology is that is only available since last year

ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ตารางที่ 11.5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง **Established Business** เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

	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	9	36	55	78	18	4	1	20	79
Malaysia	8	22	70	70	25	4	6	14	81
Indonesia	18	11	71	59	29	12	11	25	64
Philippines	10	18	73	75	15	10	7	19	74
India	16	27	58	74	22	4	10	23	66
China	6	29	65	81	15	4	26	26	48
Singapore	21	21	58	74	21	4	13	18	69
USA	15	20	65	62	29	9	4	9	87
Average	14	21	65	68	27	5	7	13	80

* Very latest technology is that is only available since last year

ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากตารางที่ 11.4 และ 11.5 การมีส่วนร่วมในด้านนวัตกรรมสำหรับกลุ่ม Early-stage ในประเทศไทย จะใกล้เคียงกับประเทศฟิลิปปินส์และอินเดีย และแตกต่างจากประเทศจีนที่มีการพยายามนำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรมเนื่องจากการแข่งขันจำนวนมาก โดยพยายามใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาช่วย สำหรับกลุ่ม Established Business ในประเทศไทยจะมีลักษณะใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย แต่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยน้อยกว่า และมีการนำเสนอสินค้าใหม่มากกว่าประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

2) ด้านการส่งออก

จากผลการสำรวจประชากรเกี่ยวกับตลาดในประเทศและต่างประเทศ ของผู้ประกอบการกลุ่ม Early-stage ของประเทศไทยร้อยละ 97 ไม่มีการส่งออก ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ประกอบการในประเทศจีน อินเดีย และมาเลเซีย ที่มีการส่งออกถึงร้อยละ 20-30 เช่นเดียวกับกลุ่ม Established Business ของประเทศไทยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 97 ไม่มีการส่งออก เปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียซึ่งกิจการในกลุ่มนี้มีตลาดต่างประเทศถึงร้อยละ 48.8



ตารางที่ 11.6 การมีส่วนในการส่งออกของผู้ที่มีส่วนร่วมในช่วง **Early-stage** และ **Established Business** เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

Early-stage Activity

Established Business

	>50%	0%	1-25%	26-75%	76-100%		>50%	0%	1-25%	26-75%	76-100%
Thailand	0.18	97.27	1.5	0	1.23	Thailand	0.04	97.37	2.2	0.43	0
Malaysia	0.28	57.65	33.13	6.55	2.67	Malaysia	0.28	61.12	32.38	2.56	3.94
Indonesia	2.4	77.87	5.2	11.86	5.07	Indonesia	1.69	81.72	6.62	5.64	6.02
Philippines	0.28	84.96	12.54	2.08	0.41	Philippines	0.25	77.24	17.84	4.43	0.49
India	0.39	61.21	22.32	15.77	0.69	India	0	72.15	27.85	0	0
China	0.22	63.26	33.96	1.76	1.01	China	0.21	74.78	23.05	0.49	1.69
Singapore	1.49	22.46	42.7	14.03	20.8	Singapore	0.85	23.23	43.31	19.85	13.61
USA	0.86	19.24	66.05	9.99	4.72	USA	0.3	32.81	52.61	11.23	3.35
Average	0.81	52.42	31.2	9.92	6.46	Average	0.41	55.28	31.58	9.31	3.83

ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3) ด้านการจ้างงาน

จากผลการสำรวจ พบว่า กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยยังมีบทบาทต่อการสร้างงานใหม่จำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานตนเอง (Self-employed) นั่นคือ การเข้ามาดำเนินกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง นอกเหนือจากการเข้าสู่ตลาดแรงงาน ซึ่งคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการเคลื่อนย้ายทรัพยากรบุคคลในระบบเศรษฐกิจ การจะเปลี่ยนตัวเองเป็นผู้จ้างงานต้องอาศัยทักษะในการจัดการเพื่อนำเอาทรัพยากรต่างๆ มารวมกันเพื่อสร้างธุรกิจหรือมูลค่าใหม่ขึ้นมา ซึ่งการพัฒนาทักษะเหล่านี้เป็นบทบาทที่สำคัญของสถาบันการศึกษาและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ



ตารางที่ 11.7 จำนวนการจ้างงานแยกตามประเภทของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

	Current No. of job		No. of job in 5 yrs	
	TEA%	EB%	TEA%	EB%
No job	81.3	74.8	53.3	68.9
1-5 jobs	12.0	17.0	30.1	20.8
6-19 jobs	4.3	4.8	12.2	4.8
20+ jobs	2.4	3.4	4.4	5.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : การศึกษาโครงการสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ ปี 2549
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทสรุป

จากผลการศึกษาสถานภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2549 นั้น ได้ยืนยันผลการศึกษาในปี 2545 และ 2548 โดยชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นกิจกรรมที่คนไทยที่อยู่นอกรั้วทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่ทำการศึกษา จากผลการศึกษาในปี 2549 พบว่าร้อยละ 15.2 ของประชากรในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total Early-stage Entrepreneurial Activity) ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมนี้ได้ลดลงจากร้อยละ 20.7 ในปี 2548 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยในช่วงปลายปี 2548 ถึงกลางปี 2549 ที่ผ่านมา ตลอดจนความไม่มั่นใจในการลงทุนจากความไม่มั่นคงในเสถียรภาพทางการเมือง อย่างไรก็ตาม ระดับการมีส่วนร่วมของประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นอีก 41 ประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับประเทศกลุ่มกำลังพัฒนา เช่น จีน อินเดีย และกลุ่มประเทศอาเซียน ประชากรที่เข้ามามีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 18-34 ปี และมีทัศนคติในด้านบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นกิจการขนาดเล็กในการให้บริการ เช่น ขายของชำ ร้านอาหาร ห้างพัก ซ่อมรถยนต์ เป็นต้น เน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ประชากรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมมีแรงจูงใจที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมเพราะความจำเป็นที่จะต้องทำมากกว่ามองเห็นโอกาสทางธุรกิจ



จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสังคมผู้ประกอบการ เห็นว่า มีปัจจัยที่สนับสนุนสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทยหลายประการ อาทิ ปัจจัยทางพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมโดยเฉพาะทายาทธุรกิจรุ่นหลังที่สนใจการทำธุรกิจของครอบครัวมากขึ้น บรรยากาศทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่เปิดกว้าง นโยบายและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งด้านกายภาพและทางธุรกิจ รวมทั้งทัศนคติในเชิงบวกของประชากรต่อการก่อตั้งธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยสำคัญอีกหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย เช่น ลักษณะการเลี้ยงดูในครอบครัว ระบบการศึกษา ระบบสถาบันและสังคม ความสามารถในการทำวิจัยและพัฒนา การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ใกล้เคียงกับที่พบในการศึกษาใน ปี 2545 และ ปี 2548

ในด้านการมีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจ ผลการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการไทยทั้งผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิมยังให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ต่อลูกค้าน้อย รวมทั้งขาดแนวคิดในการที่จะสร้างความต้องการ (Demand) ในสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเอง ส่วนใหญ่ยังคงแข่งขันในตลาดสินค้าชนิดเดิม และยังมีบทบาทในการจ้างงานและการส่งออกน้อย ซึ่งการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อลักษณะและโครงสร้างของสังคมผู้ประกอบการของไทยดังกล่าวข้างต้น เป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจและเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการปรับตัวด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่นเดียวกับในประเทศที่พัฒนาแล้ว