

รายงานสถานภาพระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยจาก โครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) The Study of Thai Entrepreneurship Level: The Evidence from Global Entrepreneurship Monitor

สุชาติ ไตรภพสกุล¹
Suchart Triopsakul

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานภาพระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยจากโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งการสำรวจของ GEM มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพและประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของประเทศสมาชิกต่างๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ ยังศึกษาทัศนคติ ความตื่นตัว และการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยบทความได้นำเสนอข้อมูลจำแนกตามกลุ่มและภูมิภาค จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันของประเทศไทยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจและความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่ปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันของประเทศไทยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาและการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศซึ่งเป็นประชากรไทยวัยทำงานอายุ 18-64 ปีที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง พบว่า อัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นเท่ากับร้อยละ 23.2 ทั้งนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นสูงสุด โดยคิดเป็นร้อยละ 26.7 และจำนวนสัดส่วนเพศชายในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นของไทยมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อยโดยเท่ากับร้อยละ 24.4 และร้อยละ 21.9 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ระดับสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก ประเทศไทย

Abstract

The purpose of this paper is to study the level of entrepreneurial society in Thailand based on the Global Entrepreneurial Monitor (GEM) research in 2014. The objectives of GEM are to investigate and evaluate the level of entrepreneurial society of GEM country members around the world, and also investigate entrepreneurial attitude, enthusiasm and participation in entrepreneurial activities. This paper represents the result based on the classification and regions.

¹ คณะกรรมาธิการเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
School of Entrepreneurship and Management, Bangkok University, E-mail: suchart.t@bu.ac.th

The result of National Expert Survey (NES) shows that three most readiness Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs) in Thailand are physical infrastructure, commercial and legal Infrastructure, and cultural and social norms respectively. On the other hand, the least readiness Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs) are government policies, research and development transfer, and entrepreneurship education. The result shows that for Adult Population Survey (APS) with 2,059 Thai people involved with entrepreneurial activities, the total early-stage Entrepreneurship Activity (TEA) rate is 23.2%, and the TEA rate of the Northeast region is 26.7% which is the highest rate by the region comparison. In addition, 24.4% of the Thai male adult population and 21.9% of the Thai female adult population could be classified as Early-stage Entrepreneurs, with Thai male TEA slightly higher than female TEA rate

Keywords: *Entrepreneurial Society, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Thailand*

บทนำ

สังคมความเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ (Rigby, Christensen, & Johnson, 2002) โดยผู้ประกอบการมีบทบาทในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างการจ้างงานและพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ (Robson & Bennett, 2000; Gurol & Atsan, 2006) Henry, Hill, และ Leitch (2003) กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อเสถียรภาพและความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจ มีงานวิจัยสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ การเติบโตทางเศรษฐกิจและการลดลงของความยากจน โดย Humphrey (2003) กล่าวว่า ในประเทศกำลังพัฒนา กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในฐานะเครื่องมือทางเศรษฐกิจที่เพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจจัดระบบโครงสร้างของเศรษฐกิจ กล่าวได้ว่า สังคมความเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

จากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี พ.ศ. 2556 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557) ระบุว่า ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2556 จำนวนทั้งสิ้น 2,844,757 ราย โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,763,997 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.2 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศและเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises: SE) มากที่สุดจำนวนทั้งสิ้น 2,750,750 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.7 ของจำนวนวิสาหกิจ

ทั้งประเทศหรือร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ ในแง่อัตราการจ้างงาน (Employment Rate) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 11,414,702 คน หรือร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่วิสาหกิจขนาดเล็กมีส่วนการจ้างงานต่อวิสาหกิจรวมสูงที่สุดถึงร้อยละ 71.8 นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าเท่ากับ 4,454,939.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.4 ของ GDP รวมทั้งประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

ความเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ
ความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว (Carree & Thurik, 2003) การพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Economic Development) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของบุคคลในสังคมและประชาชนในประเทศดีขึ้น เป้าหมายของการพัฒนาทางเศรษฐกิจแท้จริง คือ ความมุ่งหมายที่จะทำให้ระดับสวัสดิการสังคมหรืออรรถประโยชน์มวลรวมของคนในประเทศมีระดับสูงขึ้น การพัฒนาทางเศรษฐกิจไม่ได้มีความหมายเพียงแค่การเพิ่มรายได้ของประชากรในประเทศ แต่ยังรวมถึงการเพิ่มคุณภาพชีวิต (Standard of Living) ของประเทศโดยรวม Syrquin (1988, as cited in Carree & Thurik, 2003) แบ่งระยะการพัฒนาของเศรษฐกิจเป็น 3 ระยะ คือ (1) ระบบเศรษฐกิจเกษตรกรรม (2) ระบบ

เศรษฐกิจการผลิตอุตสาหกรรมและ (3) ระบบเศรษฐกิจภาคบริการ ในขณะที่ Porter และคณะ (2001, as cited in Singer, Amorós, & Arreola, 2015) ได้เสนอระยะ (Stages) ของการพัฒนาทางเศรษฐกิจไว้ 3 ระยะ ได้แก่ ระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยการผลิต (Factor-driven Stage) ระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency-driven Stage) และระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม (Innovation-driven Stage) โดยประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยการผลิต ในขณะที่ประเทศในแถบเอเชียที่มีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าประเทศไทย ถูกจัดอันดับอยู่ในกลุ่มประเทศระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน เป็นต้น

การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพื่อที่จะก้าวจากกลุ่มประเทศในระยะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยการผลิต ไปสู่กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม จำเป็นจะต้องใช้การพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆ ทั้งในแง่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญต่อการพัฒนาผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Delmar & Wiklund, 2008) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Environment) หมายถึง ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการพัฒนาผู้ประกอบการรวมทั้งปัจจัยที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดย่อมไปสู่ธุรกิจขนาดกลาง มีงานวิจัยที่ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยี และสาธารณูปโภค โดยสถาบัน Wennekers, Uhlander และ Thurik (2002) กล่าวว่า เทคโนโลยีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสถาบัน ส่งผลต่อความต้องการเป็นผู้ประกอบการและโอกาสที่เปิดกว้างในการทำธุรกิจใหม่ Beck และ Demircuc-Kunt (2006) กล่าวเสริมว่า การ

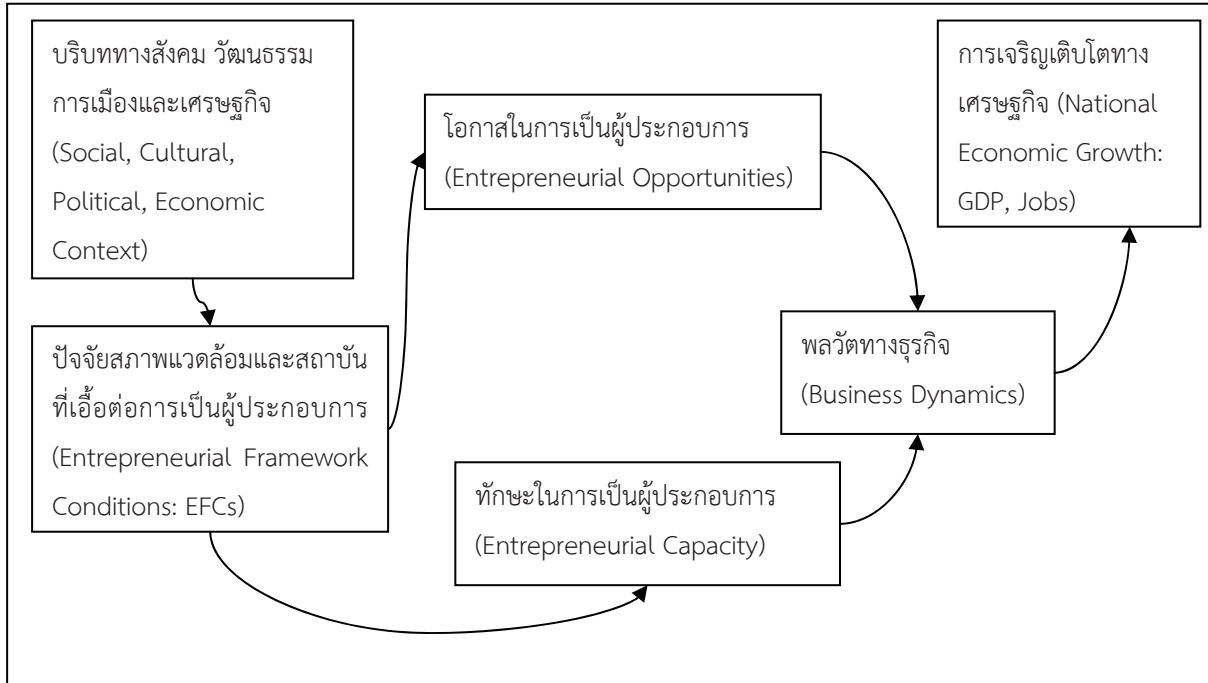
ส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการ

แบบจำลองโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก

โครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) เริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1997 โดยความร่วมมือของ Babson College จากประเทศสหรัฐอเมริกาและ London Business School ของประเทศอังกฤษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ ทั่วโลก แบบจำลองของ GEM แสดงถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันต่างๆ ที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม ทั้งในแง่ของทัศนคติและการรับรู้ (Attitude and Perceptions) กิจกรรม (Activity) และความมุ่งมั่น (Aspirations) ของประชาชนในประเทศซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ (Reynolds et al., 2005)

มีการพัฒนาแบบจำลองโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงระยะเวลา ค.ศ. 1999-2015 โดยความเป็นผู้ประกอบการของ GEM หมายถึง กิจกรรมหรือความพยายามทุกประเภทในการเริ่มต้นธุรกิจ อันรวมไปถึงการทำงานอิสระไม่ได้รับเป็นเงินเดือนประจำ การเป็นเจ้าของธุรกิจใหม่ ตลอดจนการขยายธุรกิจเดิม โดยกิจกรรมผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถเกิดจากทั้งระดับปัจเจกชนและกลุ่มคณะบุคคลหรือองค์การทางธุรกิจ (Reynolds, Hay, & Camp, 1999, as cited in Singer et al., 2015)

วัตถุประสงค์หลักของโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก ประกอบด้วย (1) ต้องการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างของระดับสังคมกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเทศทั่วโลก (2) ต้องการศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และ (3) ต้องการศึกษาปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ประเทศมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการ

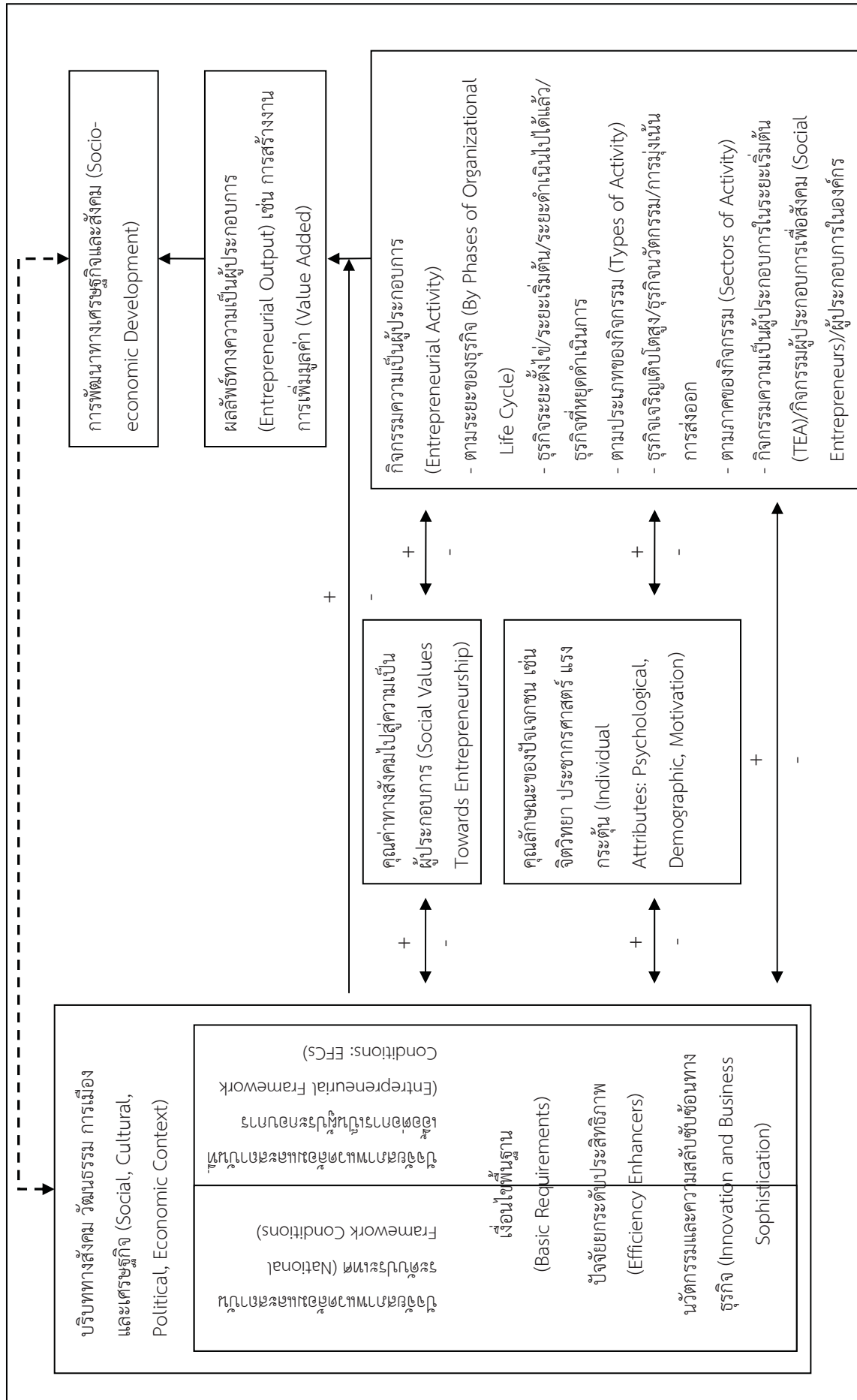


ภาพที่ 1 แบบจำลอง GEM ดั้งเดิมในปี ค.ศ. 1999

ที่มา: Reynolds และคณะ (2005)

ในปี ค.ศ. 2015 แบบจำลองของ GEM ได้เพิ่มเติมการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ โดยนักวิชาการต้องการจะศึกษากล่องดำ (Black Box) เพื่อเข้าใจกลไกในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ โดยแบบจำลอง GEM มีสมมติฐานว่า (1) กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายใน (Inner Factors) เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากทั้งปัจจัยภายในตัวผู้ประกอบการเองและปัจจัยภายนอก (External Factors) อันได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Framework Conditions: EFCs) และ (2) กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นผลลัพธ์ (Output) ของการรับรู้ (Perception) ในโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการและความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งยังรวมถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม การเมืองและเศรษฐกิจ (Social, Cultural, Political, Economic Context) ที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่อีกด้วย

แบบจำลอง GEM มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยหลัก 2 ส่วนซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ อันได้แก่ (1) EFCs และ (2) คุณลักษณะของปัจเจกชนและคุณค่าทางสังคมไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการ โดยการศึกษา EFCs จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (National Expert Survey: NES) จำนวน 9 สาขาหลัก ส่วนการศึกษาคุณลักษณะของปัจเจกชนและคุณค่าทางสังคมไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละประเทศสมาชิก จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) ซึ่งกล่าวได้ว่าการศึกษานี้ของ GEM เป็นการทำการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการของแต่ละประเทศ โดยแบบจำลอง GEM ฉบับปรับปรุงปี พ.ศ. 2558 เป็นแบบจำลองในปัจจุบัน (Singer et al., 2015) แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลอง GEM ฉบับปรับปรุงปี พ.ศ. 2558

ที่มา: Singer และคณะ (2015)

Reynolds และคณะ (2005) ได้อธิบายว่า EFCs อันได้แก่ การสนับสนุนทางการเงิน นโยบายของภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา การเปิดกว้างของตลาด ระบบโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ และความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อคุณลักษณะของปัจเจกชน

อันได้แก่ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และ ความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการของประชาชนในประเทศ รวมทั้งส่งผลต่อบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความเป็นผู้ประกอบการ โดย EFCs ทั้ง 9 ปัจจัยของแบบจำลอง GEM ของ Reynolds และคณะ (1999) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ (EFCs) ทั้ง 9 ปัจจัยของแบบจำลอง GEM

หัวข้อ	คำอธิบาย
การสนับสนุนทางการเงิน	การเข้าถึงและความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นเป็นกองทุนหุ้นสามัญ เงินกู้ เงินอุดหนุนจากภาครัฐ เงินทุนจากบุคคลทั่วไป (ที่ไม่ใช่ผู้ก่อตั้งบริษัท) กองทุนร่วมโดยนักลงทุน และการระดมทุนจากมหาชนเมื่อเข้าตลาดหลักทรัพย์ครั้งแรก (IPO)
นโยบายของภาครัฐ	การให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในนโยบายระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ตลอดจนประสิทธิภาพของระบบราชการ กฎระเบียบต่างๆ และระบบภาษีที่สามารถเอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ	การได้รับความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกจากมาตรการสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตของภาครัฐอย่างทั่วถึง ทันที และมีประสิทธิภาพ
การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การส่งเสริมทักษะและความสนใจในการประกอบธุรกิจและการสร้างธุรกิจใหม่ของระบบการศึกษา ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย มหาวิทยาลัย (บริหารธุรกิจ และการจัดการ) การศึกษาในสายอาชีพ และระบบการศึกษาต่อเนื่อง
การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การสนับสนุนจากรัฐบาล สถาบันวิทยาศาสตร์ และบริษัทร่วมทุน สำหรับธุรกิจที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในการเข้าถึงและการพัฒนาวิจัยและเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดจนการสนับสนุนบุคลากรสาขาวิทยาศาสตร์ในประเทศ (เช่น วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ เป็นต้น)
การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ	ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับเหมารายย่อย ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี กฎหมาย และที่ปรึกษาได้อย่างดี เพียงพอ และในราคาที่สามารถรับได้ ตลอดจนการบริการของธนาคารต่อบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
การเปิดกว้างของตลาด	ความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงการบริโภคภายในประเทศ ความยาก-ง่ายในการเข้าสู่ตลาดในประเทศ และการกีดกันทางการค้าภายในประเทศ
ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ	ความสะดวกในการติดตั้ง ตลอดจนต้นทุนในการเข้าถึงสาธารณูปโภคและระบบติดต่อสื่อสารต่างๆ ของบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม	ทัศนคติของสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการยกย่องบุคคลที่ประสบความสำเร็จจากความพยายามของตนเอง การส่งเสริมให้บุคคลมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นวัตกรรม การพึ่งพาตนเอง ตลอดจนความแข็งแกร่งในการสร้างเครือข่ายของผู้หญิงในประเทศ

ที่มา: Reynolds และคณะ (1999)

สำหรับการศึกษาปัจจัยภายในระดับบุคคล แบบจำลอง GEM มุ่งเน้นศึกษาทัศนคติ กิจกรรมและความมุ่งมั่น แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดปัจจัยภายในระดับบุคคลโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศของแบบจำลอง GEM

การศึกษาปัจจัยภายในระดับบุคคลโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ	
ทัศนคติและการรับรู้ (Attitudes and Perceptions)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ โอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived Opportunities) ▪ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived Capabilities) ▪ ความกลัวที่จะล้มเหลว (Fear of Failure) ▪ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intentions) ▪ ผู้ประกอบการในฐานะเป็นอาชีพที่ปรารถนา (Desirable Career Choice) ▪ การได้รับการยกย่องและยอมรับจากสังคม (High Status and Respect) ▪ ความสนใจของสื่อต่อความเป็นผู้ประกอบการ (Media Attention to Entrepreneurship)
กิจกรรม (Activity)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (Total Early-stage Entrepreneurship Activity: TEA) ▪ ผู้ประกอบการระยะธุรกิจน้อยกว่า 3 เดือน (Nascent Entrepreneurship) ▪ ผู้ประกอบการระยะธุรกิจมากกว่า 3 เดือนแต่ไม่ถึง 3.5 ปี (New Business Ownership) ▪ ผู้ประกอบการระยะธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี (Established Business Ownership)
ความมุ่งมั่น (Aspirations)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจ (High Growth) ▪ ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovative Orientation) ▪ ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการส่งออก (International Orientation)

ที่มา: Singer และคณะ (2015)

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลการวิจัยจากโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ในปี พ.ศ. 2557 โดยคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในฐานะมหาวิทยาลัยไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ GEM และดำเนินการศึกษาโครงการดังกล่าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 โดยสามารถมีสิทธิ์เข้าถึงและใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์เชิงวิชาการแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ตลอดจนประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการในประเทศ ทั้งในด้านทัศนคติ กิจกรรมและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังศึกษา EFCs ที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการของไทย สำหรับการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ การสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (APS) มีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างประชากรในวัยทำงานอายุ 18-64 ปีที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่างทั่วประเทศไทย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยเริ่มจากการแบ่งพื้นที่ศึกษาตามภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วยเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเขตพื้นที่ชนบท ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ภาคเหนือ พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ภาคกลางและพื้นที่ภาคใต้ สำหรับพื้นที่กรุงเทพมหานคร

และปริมาตรประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานี พื้นที่ภาคกลางประกอบด้วย ชลบุรีและราชบุรี พื้นที่ภาคเหนือประกอบด้วย เชียงใหม่ และพิษณุโลก พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย นครราชสีมาและขอนแก่น พื้นที่ภาคใต้ประกอบด้วย สงขลาและสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลภาคสนามในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร และปริมาตรโดยการสัมภาษณ์ทาง โทรศัพท์และใช้วิธีการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง นอกจากนี้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ ใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มเชิงช่วงชั้น

ตามสัดส่วนของแต่ละช่วงชั้นต่อจำนวนประชากรไทย ทั้งหมด สำหรับการเลือกตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยการจับสลากเลือกชื่ออำเภอใน แต่ละจังหวัดตัวแทนของแต่ละภูมิภาคและสุ่มตัวอย่าง สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และสัมภาษณ์ผู้ให้คำตอบโดยตรง ด้วยวิธีใช้ตารางเลขสุ่ม (Table of Random Numbers)

ในส่วน NES ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญแต่ละ ประเทศในสาขาธุรกิจ 9 สาขา จำนวนสาขาละ 4 คน และมีผู้ประกอบการในแต่ละสาขา ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก สาขาละไม่ต่ำกว่า 1 คน รวมทั้งสิ้น 36 คน

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดกลุ่ม 9 กลุ่มสาขาธุรกิจของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (NES)

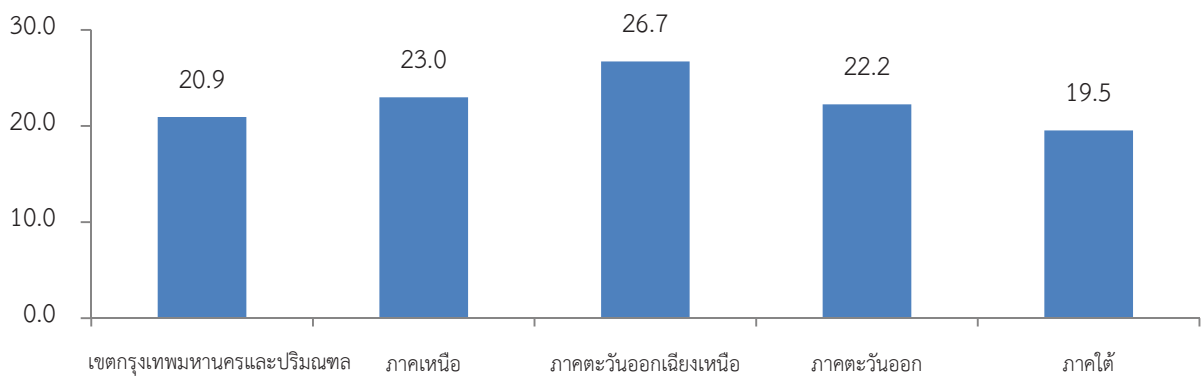
	สาขา	ตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในสาขา
1	การสนับสนุนทางการเงิน	ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน ตัวอย่างเช่น พนักงานธนาคาร ผู้ร่วมลงทุน นักลงทุนรายย่อย ผู้ลงทุนทั่วไป ผู้จัดการโครงการด้านการเงิน ฯลฯ
2	นโยบายของภาครัฐ	ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายภาครัฐ ตัวอย่างเช่น บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ที่รับผิดชอบนโยบายเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ฯลฯ
3	มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ	ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงการพัฒนาธุรกิจ ตัวอย่างเช่น บุคลากรในหน่วยงาน ภาครัฐที่รับผิดชอบด้านโครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ ฯลฯ
4	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา ตัวอย่างเช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย ครู บุคลากร ภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการศึกษา ฯลฯ
5	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัย และพัฒนา	ผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายโอนงานวิจัยและพัฒนา ตัวอย่างเช่น นักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญในอุทยานวิทยาศาสตร์ ศูนย์บ่มเพาะเทคโนโลยี นักพัฒนา เทคโนโลยี ฯลฯ
6	การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการการค้าและธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ทนายความ นักบัญชี ที่ปรึกษาธุรกิจ นักวิจัยตลาด นักเศรษฐศาสตร์ ฯลฯ
7	การเปิดกว้างของตลาด	ผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจตลาด ตัวอย่างเช่น นักวิเคราะห์ตลาด นักวิจัยธุรกิจในมหาวิทยาลัย สมาคมการค้า หอการค้า ฯลฯ
8	ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการบริการสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน วิศวกร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ
9	ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม	ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมและวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น สมาคมการค้า ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโฆษณา นักสังคมศาสตร์ มุลนิธิ สหภาพแรงงาน ฯลฯ

ผลการศึกษา

กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น

อัตราร้อยละกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (Total early-stage Entrepreneurship Activity: TEA) หมายถึง อัตราร้อยละกลุ่มผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจใหม่ และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีธุรกิจอายุน้อยกว่า 3.5 ปีจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งเป็นประชากรวัยทำงานในช่วงอายุระหว่าง 18-64 ปี (Reynolds et al., 2005) จากข้อมูลการสำรวจโครงการการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา (GEM) ในปี พ.ศ. 2557 ที่ศึกษากลุ่มตัวอย่าง

ประชากรไทยในวัยทำงานอายุ 18-64 ปีที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง พบว่าอัตรา TEA เท่ากับร้อยละ 23.2 กล่าวคือ มีประชากรไทยมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ประมาณ 23 คน ต่อ 100 คนของประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี โดยเมื่อพิจารณาอัตรา TEA จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตรา TEA สูงสุด โดยคิดเป็นร้อยละ 26.7 แสดงดังภาพที่ 3

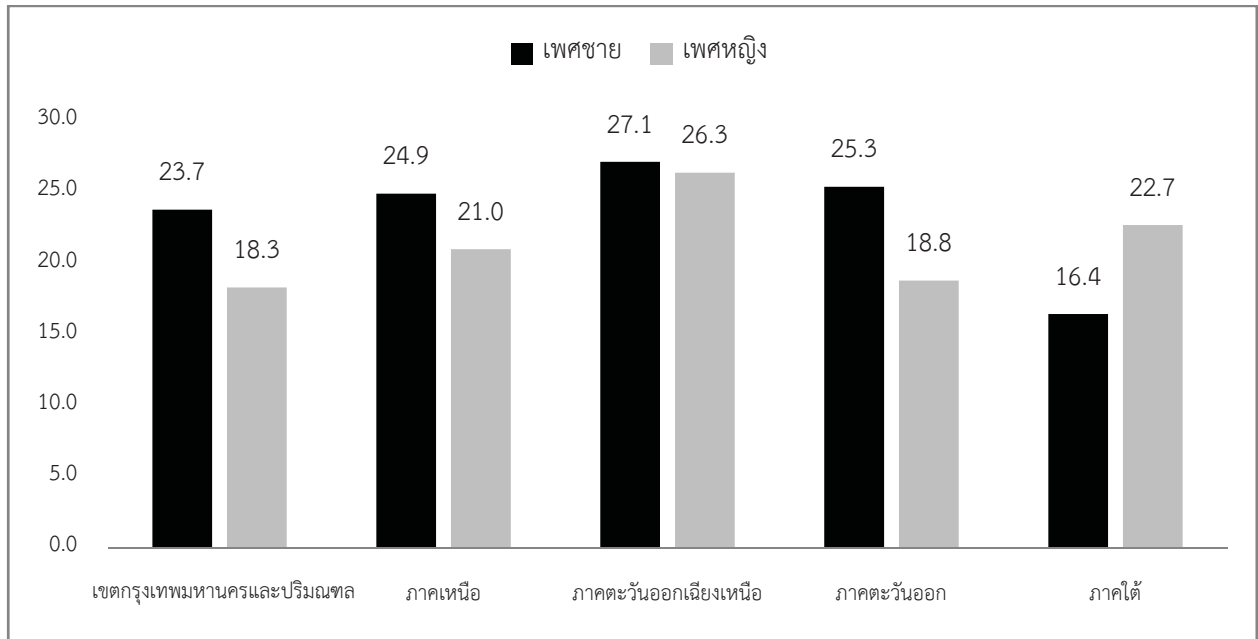


หมายเหตุ: อัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) จำแนกตามภูมิภาคใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคเป็นฐาน

ภาพที่ 3 แสดงอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) จำแนกตามภูมิภาค

จากการศึกษา TEA จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สัดส่วนเพศชายใน TEA ของไทยมากกว่าเพศหญิง โดยอัตรา TEA ของเพศชายเท่ากับร้อยละ 24.4 ในขณะที่อัตรา TEA ของเพศหญิงเท่ากับร้อยละ 21.9 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคใต้เป็นภูมิภาคเดียว

ที่อัตรา TEA ของเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่อัตรา TEA ของเพศชายและเพศหญิงสูงสุด โดยเท่ากับร้อยละ 27.1 และร้อยละ 26.3 ตามลำดับ



หมายเหตุ อัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) จำแนกตามเพศและภูมิภาคใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศในแต่ละภูมิภาคเป็นฐาน

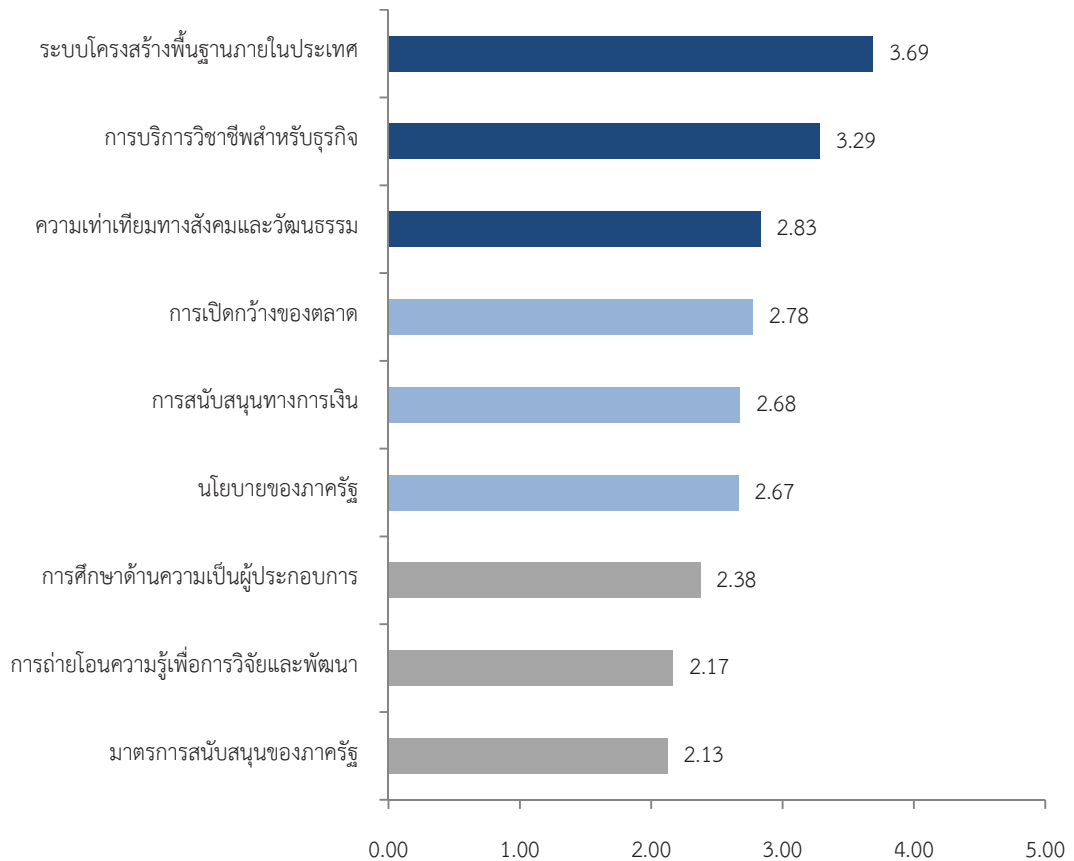
ภาพที่ 4 แสดงอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) จำแนกตามเพศและภูมิภาค

ปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการของไทย

ใน NES ต่อสถานการณ์สังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ แสดงความคิดเห็นว่าไม่เห็นด้วย/เห็นด้วย หรือ ไม่ใช่/ใช่ กับความข้อความดังกล่าว ในการนี้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อ EFCs ของประเทศไทย 9 ด้าน อันได้แก่ ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม การเปิดกว้าง

ของตลาด แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ นโยบายของภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การโอนถ่ายความรู้ เพื่อการวิจัยและพัฒนา และการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาพบว่า ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีสถานะภายในประเทศที่พร้อมสำหรับผู้ประกอบการ ในด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศมากที่สุด รองลงมา คือ การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ และความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม โดยมีระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 3.29 และ 2.83 ตามลำดับ แสดงดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การประเมินความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถาบันที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ (EFCs) ปี พ.ศ. 2557

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจำนวน 36 คน ได้ผลสรุปของ EFCs ทั้ง 9 ด้าน โดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็น ดังนี้

ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความพร้อมด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมาตรฐาน และมีต้นทุนในการเข้าถึง

ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ระบบคมนาคมขนส่ง และระบบโทรคมนาคม ในราคาที่ต่ำ ผู้ประกอบการไทยสามารถติดตั้งและเข้าถึงระบบโครงสร้างดังกล่าวได้อย่างสะดวกและทั่วถึง ค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงระบบโครงสร้างดังกล่าวจึงไม่ใช่อุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการในการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ โดยรายละเอียดผลการประเมินระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2557

ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ		ค่าเฉลี่ย
1	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถเข้าถึงระบบติดต่อสื่อสารต่างๆ (เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ) ด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงเกินไป	3.97
2	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถติดตั้งและใช้ระบบติดต่อสื่อสารต่างๆ (เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ) ได้ภายใน 1 สัปดาห์	3.86
3	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถรับภาระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคพื้นฐาน (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าระบบน้ำทิ้ง) ได้	3.81
4	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถติดตั้งและใช้ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ (เช่น น้ำ ไฟฟ้า ระบบท่อน้ำทิ้ง) ได้ภายใน 1 เดือน	3.69
5	ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในประเทศไทย (เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร การบำบัดของเสีย) สนับสนุนต่อบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตได้ดี	3.14

ด้านการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ

ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจได้สะดวก ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานบัญชี สำนักงานกฎหมายและทนายความ สำนักงานสถาปนิก วิศวกรสำนักงาน สำนักวิจัย บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ เป็นต้น เนื่องจากการจัดตั้งสำนักงานบริการวิชาชีพในประเทศไทยมีกระบวนการจัดตั้งที่ไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนต่ำในการจัดตั้งสำนักงาน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง

บริการดังกล่าวได้ในราคาที่สมเหตุสมผล ในขณะที่ได้รับการบริการที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากได้รับการควบคุมโดยสภาวิชาชีพอย่างมีคุณภาพ ผู้ประกอบการไทยจึงสามารถลดภาระการดำเนินงานกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ และสามารถมุ่งเน้นการพัฒนาในกิจกรรมหลักของธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น โดยรายละเอียดผลการประเมินการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการประเมินการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ ปี พ.ศ. 2557

การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ		ค่าเฉลี่ย
1	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถรับบริการที่ดีได้ง่ายจากธนาคาร (เช่น การใช้บัญชีธนาคาร การแลกเปลี่ยนและโอนเงินตราต่างประเทศ การเปิด L/C และอื่นๆ)	3.80
2	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถว่าจ้างและใช้บริการมืออาชีพทางด้านบัญชีและกฎหมายได้ไม่ยาก	3.51
3	มีผู้รับเหมารายย่อย ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ และที่ปรึกษาต่างๆ ในประเทศไทยเพียงพอเพื่อสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	3.11
4	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถที่จะรับภาระในการว่าจ้างผู้รับเหมารายย่อยและที่ปรึกษาต่างๆ ได้	2.97
5	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถจัดหาและว่าจ้างผู้รับเหมารายย่อยและที่ปรึกษาต่างๆ ที่ดีได้ไม่ยาก	2.91

ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม

ผู้ประกอบการไทยได้รับประโยชน์อย่างมาก จากความเสมอภาคทางสังคมและวัฒนธรรมในประเทศไทย ทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา ตลอดจนความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ในการประกอบธุรกิจ ส่งผลให้การจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ

ไม่เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการที่มีแตกต่างกันทางด้านสังคมและวัฒนธรรมประเทศไทย โดยรายละเอียดผลการประเมินความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการประเมินความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ปี พ.ศ. 2557

ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม		ค่าเฉลี่ย
1	วัฒนธรรมไทยยกย่องบุคคลที่ประสบความสำเร็จจากความพยายามของตนเอง	3.61
2	ในประเทศไทย โดยทั่วไปแล้ว ผู้หญิงมีเครือข่ายในท้องถิ่นของตนเองที่เข้มแข็ง	3.16
3	วัฒนธรรมไทยให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเองการจัดการชีวิตของตนเองและการมีความคิดริเริ่ม	2.92
4	วัฒนธรรมไทยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการทำงานนวัตกรรม	2.64
5	วัฒนธรรมไทยให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเอง	2.56
6	วัฒนธรรมไทยส่งเสริมให้บุคคลมีความกล้าที่จะเสี่ยงในการเป็นผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์	2.46

สำหรับสถานะที่ประเทศไทยมีความพร้อมในระดับปานกลาง ได้แก่ การเปิดกว้างของตลาด การสนับสนุนทางการเงิน และนโยบายของภาครัฐ โดยมีระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ที่ 2.78 2.68 และ 2.67 ตามลำดับ

ด้านการเปิดกว้างของตลาด

ตลาดผู้บริโภคในประเทศไทยมีความเปิดกว้างต่อนวัตกรรมและการทดลองสินค้าใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็น

โอกาสที่ดีของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม ยังคงไม่สามารถแข่งขันอย่างเสรีได้ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจากยังคงไม่สามารถสร้างความประหยัดจากขนาดได้อีกทั้งยังถูกกีดกันการเข้าสู่ตลาดโดยผู้ประกอบการรายใหญ่หรือรายเดิมในตลาดโดยรายละเอียดผลการประเมินการเปิดกว้างของตลาด ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการประเมินการเปิดกว้างของตลาด ปี พ.ศ. 2557

การเปิดกว้างของตลาด		ค่าเฉลี่ย
1	ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในแต่ละปี	3.67
2	ตลาดสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจต่อธุรกิจในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในแต่ละปี	3.51
3	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถระดมทุนในการเข้าสู่ตลาดได้	2.60
4	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ได้โดยง่าย	2.53
5	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่ถูกกีดกันอย่างไม่ยุติธรรมจากบริษัทที่อยู่มาก่อน	2.36
6	กฎหมายห้ามการผูกขาดทางการค้ามีการบังคับใช้อย่างได้ผลในประเทศไทย	1.91

ด้านการสนับสนุนทางการเงิน

เนื่องจากการแข่งขันระหว่างสถาบันการเงินที่มากขึ้น ในปัจจุบัน ส่งผลให้สถาบันการเงินหันมาสนใจตลาด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวยังคงไม่เพียงพอต่อ

ผู้ประกอบการรายย่อย อีกทั้งนโยบายดอกเบี้ยและ หลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อของสถาบันต่างๆ ยังคงไม่ เอื้ออำนวยต่อการจัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยรายละเอียดผลการ ประเมินการสนับสนุนทางการเงิน ปี พ.ศ. 2557 แสดงดัง ตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการประเมินการสนับสนุนทางการเงิน ปี พ.ศ. 2557

แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ		ค่าเฉลี่ย
1	ในประเทศไทยการระดมทุนจากมหาชนเมื่อเข้าตลาดหลักทรัพย์ครั้งแรกทำให้เกิดเงินทุนอย่างเพียงพอ สำหรับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	3.15
2	ในประเทศไทยธุรกิจใหม่และธุรกิจที่กำลังเติบโตสามารถหาทุนดำเนินการจากการหาเงินกู้ได้อย่างเพียงพอ	2.73
3	ในประเทศไทยมีเงินทุนจากกองทุนส่วนบุคคลอย่างเพียงพอให้กับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	2.70
4	ในประเทศไทยมีเงินทุนจากบุคคลทั่วไป (ที่ไม่ใช่ผู้ก่อตั้งบริษัท) อย่างเพียงพอให้กับบริษัทที่จัดตั้งใหม่ และกำลังเติบโต	2.52
5	ในประเทศไทยมีเงินทุนจากกองทุนร่วมโดยนักลงทุน อย่างเพียงพอให้กับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	2.50
6	ในประเทศไทยมีเงินอุดหนุนจากภาครัฐอย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	2.35

ด้านนโยบายของภาครัฐ

รัฐบาลไทยมีความพยายามที่จะผลักดันวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความเข้มแข็ง แต่เนื่องจาก ความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศไทย ส่งผลให้ นโยบายภาครัฐยังคงขาดความต่อเนื่อง และขาดประสิทธิผล

ในเชิงปฏิบัติ นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐยังคงไม่มีความ ทัวถึง โดยมีเพียงผู้ประกอบการใหญ่และรายย่อยเพียงไม่ กี่รายที่สามารถเข้าถึงการสนับสนุนดังกล่าวได้อย่างเท่า- เทียม โดยรายละเอียดผลการประเมินนโยบายของภาครัฐ ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการประเมินนโยบายของภาครัฐ ปี พ.ศ. 2557

นโยบายของภาครัฐ		ค่าเฉลี่ย
1	ระบบภาษีอากรและกฎระเบียบต่างๆ ของรัฐบาลสำหรับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตใน ประเทศไทยมีความชัดเจนและต่อเนื่อง	2.97
2	ในประเทศไทยการสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในระดับชาติ	2.88
3	การจ่ายภาษีในประเทศไทยไม่ถือเป็นภาระแก่บริษัทจัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	2.71
4	การติดต่อกับระบบราชการกฎระเบียบและข้อกำหนดในการขออนุญาตต่างๆ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาให้กับบริษัทที่ จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทย	2.67
5	ในประเทศไทยการสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในระดับท้องถิ่น	2.57
6	บริษัทที่จัดตั้งใหม่ในประเทศไทยสามารถขออนุญาตประกอบกิจการและได้รับใบอนุญาตต่างๆ ที่จำเป็น ภายใน 1 สัปดาห์	2.28
7	นโยบายของรัฐบาลไทย (เช่น การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ) เอื้อประโยชน์แก่บริษัทที่จัดตั้งใหม่อย่างต่อเนื่อง	2.24

สำหรับปัจจัยที่ประเทศไทยมีความพร้อมน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การถ่ายโอนความรู้ เพื่อการวิจัยและพัฒนา และการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลการประเมินในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญในระดับต่ำที่สุดคิดเป็น 2.14 2.17 และ 2.38 ตามลำดับ

ด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้จัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยมีมาตรการที่มุ่งเน้นการสนับสนุน

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม มีเพียงผู้ประกอบการจำนวนน้อยที่ได้รับการสนับสนุนจากมาตรการดังกล่าว ผู้ประกอบการรายย่อยยังคงไม่สามารถเข้าถึงมาตรการความช่วยเหลือดังกล่าวได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่น ผู้ประกอบการวัยรุ่น และผู้ประกอบการในเขตชนบท เป็นต้น โดยรายละเอียดผลการประเมินมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการประเมินมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ปี พ.ศ. 2557

มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ		ค่าเฉลี่ย
1	อุทยานวิทยาศาสตร์และหน่วยงานช่วยเหลือเพื่อธุรกิจใหม่ในประเทศไทยสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ	2.34
2	ภาครัฐมีโครงการสนับสนุนสำหรับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตอย่างเพียงพอในประเทศไทย	2.26
3	โครงการหรือมาตรการของภาครัฐเพื่อสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2.19
4	บุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ของรัฐมีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการให้การสนับสนุนบริษัทใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทย	2.03
5	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถติดต่อขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านต่างๆ ได้โดยติดต่อผ่านหน่วยงานเพียงแห่งเดียว	2.00
6	ผู้ที่ต้องการรับความช่วยเหลือเกือบทุกคนสามารถได้รับสิ่งที่ตนต้องการจากโครงการสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และบริษัทที่กำลังเติบโตในประเทศไทย	1.94

ด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการผลิตชิ้นงานวิจัยและการพัฒนาทางเทคโนโลยี แต่งานวิจัยที่เป็นประโยชน์เหล่านี้ยังคงขาดการสนับสนุนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายในเชิงปฏิบัติ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยังคงต้องการช่องทางในการเข้าถึงหน่วยงานที่สามารถให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนา ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่สามารถลงทุนในการวิจัยและพัฒนาได้ด้วยตนเอง โดยรายละเอียดผลการประเมินการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการประเมินการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ปี พ.ศ. 2557

การโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา		ค่าเฉลี่ย
1	มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยของรัฐในประเทศไทยสามารถถ่ายทอดความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีใหม่ๆ และความรู้ด้านอื่นๆ ไปสู่บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2.31
2	มีการให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีแก่วิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ในประเทศไทยที่ประสงค์จะพัฒนาความคิดไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดยอาศัยบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต	2.26

ตารางที่ 11 ผลการประเมินการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ปี พ.ศ. 2557 (ต่อ)

การโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา		ค่าเฉลี่ย
3	ในประเทศไทยมีการสร้างเทคโนโลยีใหม่ระดับโลกจากบริษัทร่วมทุนที่ได้รับการสนับสนุนด้านความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างน้อยหนึ่งสาขา	2.24
4	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถเข้าถึงการวิจัยและเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่นเดียวกับบริษัทขนาดใหญ่	2.14
5	บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในประเทศไทยสามารถที่จะซื้อเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดมาใช้ได้	2.03
6	รัฐบาลไทยให้การสนับสนุนหนุนอย่างเพียงพอกับบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้	1.94

ด้านการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ

ระบบการศึกษาในประเทศไทยทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา มีรูปแบบการสอนที่มุ่งเน้นการเรียนรู้รูปแบบทางอ้อม (Passive Learning) ซึ่งเน้นการฟังบรรยายและจดบันทึกเป็นหลักและขาดการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาไม่ได้มุ่งเน้นการสอนความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจ ตลอดจนการศึกษาในระดับอุดมศึกษามักมุ่งเน้นการสอนเพื่อผลิตบัณฑิตเข้าสู่ตลาดแรงงานเป็นหลัก ส่งผลให้รูปแบบในการประกอบธุรกิจของเยาวชนไทย ยังคงขาดความคิดสร้างสรรค์และไม่สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังคงขาดช่องทางในการรับการอบรมด้านบริหารธุรกิจ ที่สามารถนำไปใช้ได้โดยตรงจุด โดยหลักสูตรอบรมส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในรูปแบบการบรรยาย และขาดการเชื่อมโยงในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง ผู้ประกอบการไทยยังคงต้องการหลักสูตรอบรมที่มีลักษณะสร้างสรรค์ เช่น การสร้างตราสินค้า การศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น ควบคู่กับกิจกรรม workshop ที่สามารถเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนได้อย่างแท้จริง โดยรายละเอียดผลการประเมินการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ปี พ.ศ. 2557 แสดงดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ผลการประเมินการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ปี พ.ศ. 2557

การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ		ค่าเฉลี่ย
1	การศึกษาด้านธุรกิจและการจัดการในประเทศไทยช่วยเตรียมความพร้อมที่ได้อย่างเพียงพอให้กับ การเริ่มต้นและพัฒนาบริษัทใหม่	2.97
2	วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในประเทศไทย เป็นแหล่งเตรียมความพร้อมที่ดีที่ให้กับ การเริ่มต้น และพัฒนาบริษัทใหม่	2.69
3	การศึกษาในสายอาชีพและระบบการศึกษาต่อเนื่องในประเทศไทยช่วยเตรียมความพร้อมที่ดี อย่างเพียงพอให้กับ การเริ่มต้นและพัฒนาบริษัทใหม่	2.69
4	การเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในประเทศไทยมีการสอนในเรื่องหลัก เศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับตลาด	2.12
5	การเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในประเทศไทยมีส่วนช่วยส่งเสริมให้นักเรียน มีความคิดสร้างสรรค์รู้จักริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเองและช่วยเหลือตนเองได้	1.92
6	การเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในประเทศไทยทำให้เกิดความสนใจเกี่ยวกับการ ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ และการสร้างธุรกิจใหม่	1.74

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม สังคมผู้ประกอบการก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้าง GDP จากการศึกษาพบว่า EFCs ของประเทศไทยน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา และการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ในการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการในลักษณะรายสาขาหรือภูมิภาคให้เด่นชัดขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการไทยรายย่อยยังคงมีจุดอ่อนหลายประการ ทั้งขีดความสามารถการแข่งขัน เงินทุน และกำลังผลิต เป็นต้น ดังนั้น แนวทางที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยรายย่อยมีความสามารถเพิ่มขึ้นและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่และคู่แข่งจากต่างประเทศได้ จำเป็นที่ต้องให้เกิดการรวมกลุ่ม Cluster ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อจะแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน โดยรัฐบาลควรกำหนดการช่วยเหลือที่เหมาะสมกับปัญหาเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมรายสาขาให้ชัดเจน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมใดที่มีการดำเนินกิจการต่อเนื่องควรได้รับการช่วยเหลือและเสริมศักยภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น การช่วยเหลือในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การช่วยเหลือเงินทุนหมุนเวียนดอกเบี้ยต่ำ การให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในระบบการค้าเสรี ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ในการส่งออกและการกีดกันทางการค้าของต่างประเทศ

นอกจากนั้น ควรมีการริเริ่มโครงการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาในลักษณะการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งด้านการให้คำปรึกษาในการมองหาเทคโนโลยีใหม่ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การให้บริการเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ใหม่ เช่น สัญญาในการใช้ประโยชน์ การอนุญาตให้ใช้สิทธิ การรับจ้างวิจัย และการบริการห้องปฏิบัติการวิจัยเปิด เป็นต้น

ด้านการเพิ่มหลักสูตรการบ่มเพาะจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับปฐมวัย ควรเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับการบ่มเพาะจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชนไทยตั้งแต่ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา โดยจะต้องเริ่มตั้งแต่การศึกษาขั้นต้นเพื่อที่จะให้เยาวชนไทยมีจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ การศึกษาในระบบปัจจุบันยังคงมุ่งเน้นเชิงวิชาการและการท่องเป็นหลัก โดยมีการใส่ใจน้อยมากที่จะตั้งใจส่งเสริมและวางรากฐานให้เยาวชนเป็นผู้ประกอบการ เป็นเจ้าของธุรกิจ (Shukla, Guelich, & Arntzen, 2014)

ด้านการสร้างทัศนคติและทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงใช้สัญชาตญาณในการทำธุรกิจ ไม่มีการเขียนแผนธุรกิจหรือการจดบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างเป็นทางการ (Shukla et al., 2014) ดังนั้น ควรมีการอบรมให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เช่น การศึกษาวิธีการเขียนแผนธุรกิจและนำเสนอแก่ธนาคารที่ต้องการกู้เงิน โดยอาจเน้นการประเมินโอกาสทางการเงิน ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ คู่แข่งในอุตสาหกรรม และประเมินความเสี่ยงของธุรกิจและวิธีการจดทะเบียนธุรกิจ พร้อมทั้งเอกสารและกฎระเบียบที่จำเป็นเพื่อการประกอบการ ในการนี้การสร้างทัศนคติต้องเริ่มตั้งแต่ระดับเยาวชน เช่น การจัดโครงการอบรมผู้ประกอบการเยาวชน เพื่อสร้างความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกการดำเนินธุรกิจและความรู้เชิงลึกด้านเศรษฐกิจการตลาด รวมถึงเป็นการปลูกฝังความคิดในการเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชนในการนำไปประกอบอาชีพสำหรับอนาคต ลักษณะการอบรมจะเน้นการฝึกปฏิบัติมากกว่าทฤษฎีโดยสอนพื้นฐานการทำธุรกิจและการเขียนแผนธุรกิจฉบับย่อ รวมถึงมีการปลูกฝังทัศนคติให้กับเยาวชนถึงข้อดีของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ผู้ประกอบการสามารถประสบความสำเร็จได้โดยไม่จำกัดอายุ บางคนอาจจะเป็นเจ้าของธุรกิจได้ตั้งแต่อายุยังน้อย ขอเพียงมีความคิดสร้างสรรค์และมีศักยภาพในตัวเอง เป็นต้น

ข้อจำกัดของการศึกษาและงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจากโครงการ GEM ในปี พ.ศ. 2557 โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรไทยในวัยทำงานอายุ 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมกับการกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวน

ทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้รายงานสถานภาพระดับความเป็นผู้ประกอบการในระดับประเทศไทยเท่านั้น โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยอาจศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เนื่องจาก GEM มีประเทศสมาชิกกว่า 70 ประเทศทั่วโลก อีกทั้งงานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาและรายงานผลในลักษณะการวิจัยติดตามระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อศึกษาแนวโน้มและความแตกต่างของสถานการณ์สังคมความเป็นผู้ประกอบการของไทยเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป

บรรณานุกรม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

(2557). ส่วนที่ 01: สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2555 และปี 2556. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2556/report01.pdf>

Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931-2943.

Bosma, N., Wennekers, S., & Amorós, J. E. (2012). *Global entrepreneurship monitor 2011 extended report: Entrepreneurial employee across the globe*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 437-471). Springer US.

Delmar, F., & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437-457.

Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+Training*, 48(1), 25-38.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Developing a coherent enterprise support policy: A new challenge for governments. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 21(1), 3-19.

Humphrey, J. (2003). *Opportunities for SMEs in developing countries to upgrade in a global economy*. Geneva: International Labour Office.

Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation: 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999 executive report*. Kansas Mo: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Rigby, D. K., Christensen, C. M., & Johnson, M. (2002). Foundations for growth: How to identify and build disruptive new businesses. *MIT Sloan Management Review*, 43(3), 22-32.

Robson, P. J., & Bennett, R. J. (2000). SME growth: The relationship with business advice and external collaboration. *Small Business Economics*, 15(3), 193-208.

Shukla, M., Guelich, U., & Arntzen, A. A. B. (2014, June). An Empirical Investigation of Gender Impact on Innovativeness Among Thai Entrepreneurs via GEM Database. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Innovation and Entrepreneurship: ICIE 2014* (p. 232). Academic Conferences Limited.

Singer, S., Amorós, J. E., & Arreola, D. M. (2015). *Global entrepreneurship monitor 2014 global report*. Retrieved July 15, 2015, from www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202014%20Global%20Report.pdf

Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: A macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE)*, 1(1), 25–64.

Translated Thai References

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2014). Part 01: The white paper on small and medium enterprises of Thailand in 2012 and 2013. Retrieved July 15, 2015, from <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2556/report01.pdf> (In Thai)



สุชาติ ไตรภพสกุล ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร และนักวิจัยโครงการ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ประจำประเทศไทย สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตร์ดุซมิบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรมจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการตลาดและการจัดการ มหาบัณฑิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล Postgraduate Diploma in Management จาก University of Salford สหราชอาณาจักร และเศรษฐศาสตรบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความสนใจในสาขาการวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และการตลาด (Marketing)