

แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและ นวัตกรรมในประเทศไทย

The Model of Entrepreneurship and Innovation Society Development in Thailand

สุชาติ ไตรภพสุกุล¹

Suchart Tripopsakul

สัททยา ชูชาติพงษ์²

Sahattaya Choochatpong

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการในไทย ทั้งในแง่เชิงนโยบายและการส่งเสริมมาตรการเชิงปฏิบัติยังมีอยู่อย่างจำกัด บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนารอบแนวคิดการส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์เอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในประเทศไทย

คำสำคัญ: โครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก ความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม ประเทศไทย

Abstract

Entrepreneurs and small and medium enterprises (SMEs) play very important role in prospering Thai economy and social development. Nevertheless, research on Thai entrepreneurship and innovation society development is limited. The purpose of this paper is to examine existing entrepreneurship works and also propose the conceptual model to support and prosper Thai entrepreneurship and innovation society. The study was conducted using a comprehensive literature review and content analysis. The result shows that multidimensional maintenance factors as described through the paper have influenced the development of Thai entrepreneurship and innovation society. Empirical researches need to be conducted for further understanding how to improve Thai entrepreneurship and innovation society.

Keywords: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Entrepreneurship and Innovation, Thailand

¹ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Bangkok University)
e-mail: suchart.t@bu.ac.th

² มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Bangkok University)
e-mail: sahattaya.c@bu.ac.th

บทนำ

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ริเริ่มสร้างธุรกิจใหม่ โดยผู้ประกอบการจะต้องเผชิญต่อความเสี่ยง (Risk) และความไม่แน่นอน (Uncertainty) ในการสร้างธุรกิจใหม่เพื่อแสวงหาผลกำไร (Profitability) และความเติบโต (Prosperity) ผู้ประกอบการเสาะแสวงหาความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า หากพิจารณาในเชิงเศรษฐศาสตร์ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้รวบรวมปัจจัยการผลิตอันได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุนมาผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดตั้งธุรกิจและผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการจะได้รับ คือ กำไร (Profit) หรือ ขาดทุน (Loss) นิยามและทฤษฎีของการเป็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีความเกี่ยวพันกันเนื่องจากโดยปกติการจัดตั้งธุรกิจใหม่ส่วนใหญ่แล้วเริ่มจากการทำธุรกิจในระดับเล็กและค่อยๆ พัฒนาจนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 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 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises: SE) มากที่สุดจำนวนทั้งสิ้น 2,750,750 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.7 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศหรือคิดเป็นร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ ในแง่อัตราการจ้างงาน (Employment Rate) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 11,414,702 คน หรือร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่วิสาหกิจขนาดเล็กมีส่วนการจ้างงานต่อวิสาหกิจรวมสูงที่สุดถึงร้อยละ 71.8 นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าเท่ากับ 4,454,939.6 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศรวมทั้งประเทศ

การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการหรือการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยได้ริเริ่มอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2479 โดยกองอุตสาหกรรมซึ่งสังกัดกระทรวงเศรษฐกิจ ริเริ่มนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมในครอบครัว หลังจากนั้นได้มีการจัดตั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยทำหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ส่วนในแง่เงินทุน (Funding) มีการจัดตั้งสำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม (สอช.) สังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม ซึ่งต่อมาได้มีโอนกิจการและจัดตั้งเป็นบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) หลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น เพื่อเป็นรากฐานที่ยั่งยืนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทย โดยรัฐบาลไทยในสมัยนั้นได้ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับ พ.ศ. 2543 พร้อมทั้งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อีกทั้งมีการยกระดับบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้เป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2545

ในปัจจุบัน คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555–2559) ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์หลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (2) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (3) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ และ (4) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

ประเทศไทยมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไปในทิศทางเดียวกับประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชีย เช่น ประเทศไต้หวัน สิงคโปร์และเกาหลีใต้ คือ การพัฒนาสินค้าและบริการที่ใช้วิทยาศาสตร์เป็นฐาน (Science-Based) และการลดการผลิตสินค้า

และบริการที่ผลิตโดยใช้ทรัพยากรเป็นพื้นฐาน (Resource-Based) และการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor-Intensive) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาสัดส่วนการลงทุนและการใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศพบว่า ประเทศไทยกลับมีสัดส่วนที่ต่ำ คือ เพียงร้อยละ 0.26 ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชียมีสัดส่วนประมาณ 2.10 (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธรมงคล วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทน์ฉาย, และ ประกอบ คุปรัตน์, 2553) ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ระบบนวัตกรรม (Innovation System) ของประเทศไทยมีความอ่อนแอ จากการพิจารณาสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยกับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 2,763,997 รายซึ่งคิดเป็นร้อยละ 97.2 ของวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ กลับก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพียงสัดส่วนร้อยละ 37.0 ซึ่งหมายความว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทยกว่าร้อยละ 63 ขึ้นอยู่กับธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนเพียงร้อยละ 3 หรือ 7,349 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่สามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการของตนเองได้มากพอ ผู้ประกอบการเปรียบเสมือนนวัตกรรม (Innovator) ที่เป็นผู้สร้างนวัตกรรม โดยนวัตกรรมจะช่วยให้ผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่นๆ ในตลาด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเกิดความเจริญเติบโตอันนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม (Smith, 2006)

แนวคิดเชิงทฤษฎี

1. ประเทศไทยและความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก

นวัตกรรมเป็นเครื่องมือใหม่ทางยุทธศาสตร์ของการแข่งขันทางธุรกิจในระดับประเทศ และช่วยขับเคลื่อนการสร้างขีดความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน (Hana, 2013) ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่อาศัยนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการประกอบธุรกิจ โดยมีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม ในขณะที่นวัตกรรมก็มีบทบาททำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้วย (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธรมงคล วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทน์ฉาย, และ ประกอบ คุปรัตน์, 2553) กล่าวได้ว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักประการหนึ่งที่จะ

ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันไปสู่ระดับโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการเป็นผู้สร้าง “แรงขับเคลื่อนนวัตกรรม” ซึ่งถือเป็นปัจจัยกระตุ้นอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทย

ในยุคโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจการค้าเสรีดังเช่นปัจจุบัน ประเทศต่างๆ จำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเองในด้านต่างๆ ทั้งการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน และการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น เนื่องจากประเทศที่มีขีดความสามารถที่สูงย่อมมีความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงกว่าหรือในต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ซึ่งนำไปสู่การรักษาอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

World Economic Forum (WEF) นิยาม “ความสามารถในการแข่งขัน” ว่าหมายถึง ขีดความสามารถและผลประกอบการของประเทศในการสร้างและรักษาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การประกอบกิจการ” (World Economic Forum, 2011, อ้างถึงใน ธมกร ธาราศรีสุทธิ, 2554) ในการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ WEF ได้จัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของโลก (Global Competitiveness Index: GCI) โดยประกอบด้วยดัชนีตัวชี้วัดทั้งสิ้น 3 กลุ่มอันได้แก่ กลุ่มดัชนีพื้นฐาน (Basic Requirement) กลุ่มดัชนีการเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency Enhancers) และกลุ่มดัชนีนวัตกรรมและปัจจัยที่มีความซับซ้อน (Innovation and Sophistication Factors) ซึ่งค่าดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของโลกสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามระดับขั้นของการพัฒนา ได้แก่ กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economics) กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency-Driven Economics) และกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economics) โดยประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ในขณะที่ประเทศในแถบเอเชียที่มีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าประเทศไทยถูกจัดอันดับอยู่ในกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม ประกอบด้วย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงประเทศตามกลุ่มระดับขั้นของการพัฒนา (Stage of Development) และภูมิภาค

ภูมิภาค	ประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยการผลิต	ประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ	ประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม
ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน+3	ฟิลิปปินส์ เวียดนาม	มาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน ไทย	สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน
ประเทศในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป	-	โครเอเชีย ฮังการี โรมาเนีย ลัตเวีย โปแลนด์	เยอรมนี สหราชอาณาจักร เบลเยียม ฟินแลนด์ กรีซ ไอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ โปรตุเกส สเปน สวีเดน
ประเทศในกลุ่มอเมริกาเหนือ	-	-	แคนาดา เปอร์โตริโก สหรัฐอเมริกา

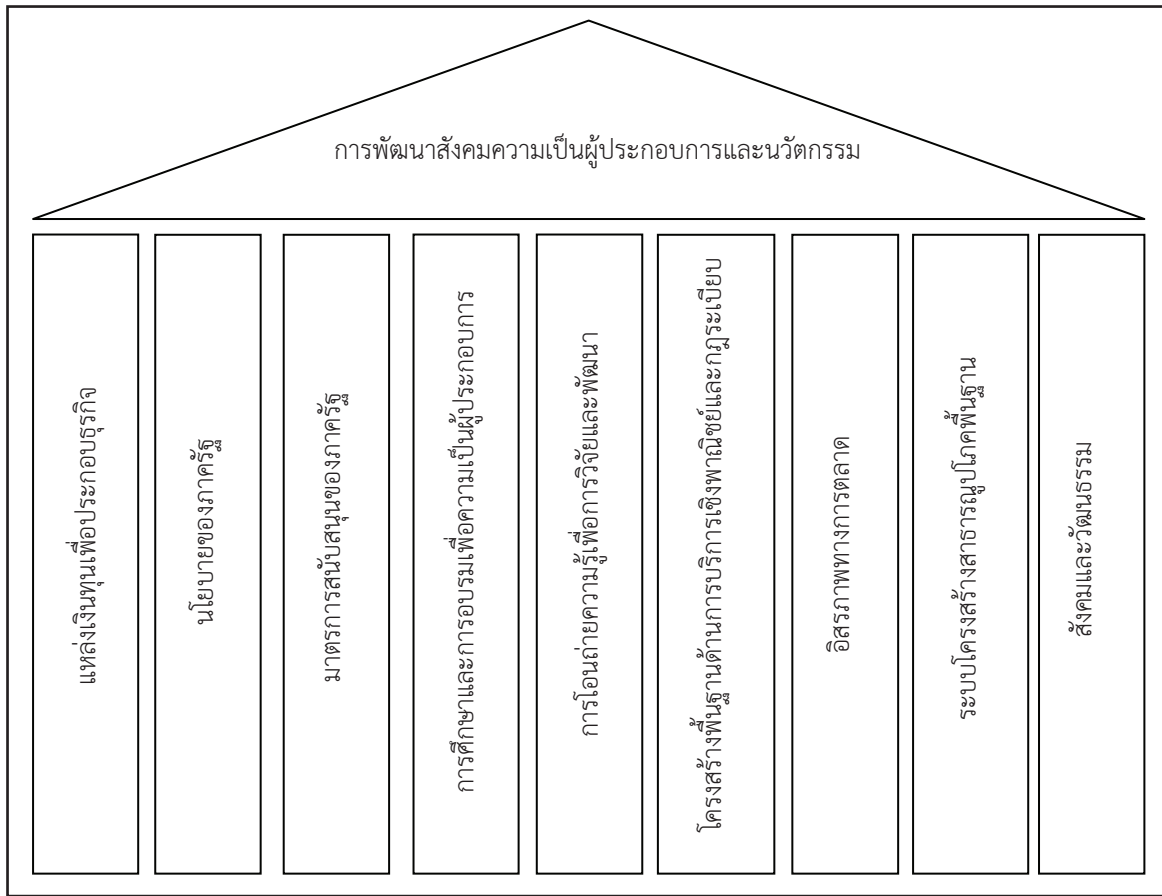
ที่มา: Bosma (2012)

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพื่อที่จะก้าวจากกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ไปสู่กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม จำเป็นจะต้องใช้การพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆ ทั้งในแง่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย

การพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม จำเป็นจะต้องอาศัยตัวขับเคลื่อนทั้งในแง่การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ นโยบายที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรม จากการศึกษาของ Kelley, Singer, และ Herrington (2012) ได้พัฒนาแบบจำลองการวัดระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการ (Global Entrepreneurship Monitor) โดยประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศเกี่ยวกับปัจจัยเงื่อนไขต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Framework Conditions: EFCs) 9 หัวข้อ อันประกอบด้วย แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจนโยบายภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การศึกษาและการอบรมเพื่อความเป็น

ผู้ประกอบการ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์และกฎระเบียบ อีสรภาพทางการตลาด ระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภค สำหรับผู้ประกอบการ สังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังมี การสำรวจกลุ่มตัวอย่างประชากรวัยแรงงานอายุ 18-64 ปี ทั่วประเทศเพื่อศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ และความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ โดย Robertson, Collins, Medeim, และ Slater (2003) กล่าวว่า ปัจจัยเกื้อหนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อทัศนคติ กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ กล่าวคือ ปัจจัยเกื้อหนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรมาก่อน (Antecedent Variables) ในขณะที่ทัศนคติ กิจกรรม และความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ เป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นภายหลังหรือตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนั้น บทความฉบับนี้มุ่งเน้นการสังเคราะห์และนำเสนอปัจจัยเงื่อนไขต่อการเป็นผู้ประกอบการ ของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม Kelley, Singer, และ Herrington (2012) กล่าวถึง ปัจจัยที่จะส่งเสริมและพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมไว้ 9 ปัจจัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยค้ำจุนของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม
ที่มา: ดัดแปลงจาก Kelley, Singer, และ Herrington (2012)

แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ (Entrepreneurial Finance)

แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการสร้างธุรกิจหรือริเริ่มธุรกิจใหม่สำหรับผู้ประกอบการ (Levie & Autio, 2008) Schumpeter (1934, อ้างถึงใน Levie & Autio, 2008) ได้กล่าวว่า เงินทุนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างแรกๆ ในการสร้างธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ยากและการขาดแคลนเงินทุนในการริเริ่มธุรกิจ ถือเป็นปัจจัยอุปสรรคอันดับต้นๆ ของการเป็นผู้ประกอบการ (Volery, Doss, Mazzarol, & Thein, 1997; Kouriloff, 2000; Robertson, Collins, Medeira, & Slater, 2003; Choo & Wong, 2006) ความเข้มงวดของการปล่อยเงินกู้เพื่อลงทุนเพื่อเริ่มธุรกิจใหม่เป็นปัจจัยอุปสรรคที่สำคัญต่อการสร้างผู้ประกอบการ ด้วยเหตุนี้ในการส่งเสริมการสร้างสังคมผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินจำเป็นต้องพิจารณาความเป็นไปได้

ในการหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ แต่ขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ

นโยบายภาครัฐ (Government Policies)

นโยบายภาครัฐถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างเสริมสังคมผู้ประกอบการ นโยบายภาครัฐที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างธุรกิจใหม่ๆ เช่น การยกเว้นภาษีในช่วงแรกของก่อตั้งธุรกิจ รัฐบาลในฐานะผู้กำหนดนโยบายของประเทศควรที่จะพิจารณาการส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบายระดับประเทศ นโยบายภาครัฐที่กระตุ้นและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาระบบผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวแต่ในระยะยาวจะนำไปสู่การพัฒนาการระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืนของประเทศ (van Stel, Carree, & Thurik, 2005; Acs & Szerb, 2007)

มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (Governmental Entrepreneurship Program)

มาตรการสนับสนุนของภาครัฐในที่นี้คือมาตรการและโครงการต่างๆ ที่หน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อผู้ประกอบการโดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs โครงการบ่มเพาะ SMEs โครงการกองทุนตั้งตัว โครงการเพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น ซึ่งเป็นโครงการที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานภาครัฐจัดทำเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมาตรการสนับสนุนของภาครัฐถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ (Dahles, 2005; Clarysse & Bruneel, 2007)

การศึกษาและการอบรมเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education)

การศึกษาและการฝึกอบรมในที่นี้กล่าวในบริบทของการศึกษาและอบรมเพื่อความเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะ การศึกษาและอบรมเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยเครื่องมือที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การให้ทักษะที่จำเป็นต่อการก่อตั้งธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจใหม่ (Honig, 2004) (2) การสร้างเสริมความสามารถของผู้ประกอบการในการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ การประเมินโอกาส รวมทั้งการสร้างและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโต (De Tienne & Chandler, 2004) และ (3) การส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Peterman & Kennedy, 2003)

การโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Transfer)

Schumpeter (1934, อ้างถึงใน Levie & Autio, 2008) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางเทคโนโลยีอันเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาโอกาสของการเป็นผู้ประกอบการ ทฤษฎีการแพร่กระจายความรู้ของการเป็นผู้ประกอบการ (Knowledge Spill-over Theory of Entrepreneurship) กล่าวว่า ความรู้เป็นสิ่งที่มีค่าแต่ไม่เพียงพอในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่จำเป็นต้องมีการแพร่กระจายความรู้ดังกล่าวไปสู่ทุกระดับชั้นของประเทศด้วย องค์ความรู้จากการวิจัยจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาต่อยอดไปเป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้ ผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญในการแพร่กระจายและการถ่ายโอนองค์ความรู้เพื่อการวิจัยและ

พัฒนาใหม่ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้แบกรับความเสี่ยงจากการใช้ประโยชน์องค์ความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ ประเทศที่มีการโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาที่รวดเร็วและมีต้นทุนต่ำกว่า สามารถสร้างสังคมผู้ประกอบการได้เข้มแข็งกว่าประเทศที่มีการโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาได้ช้าและมีต้นทุนสูง (Acs, Autio, & Szerb, 2014)

โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์และกฎระเบียบ (Commercial and Legal Infrastructure for Entrepreneurship)

โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์และกฎระเบียบสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วยบริการต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น บริษัทผู้รับจ้างช่วง ที่ปรึกษา บริษัทบัญชี บริษัทโฆษณา สถาบันการเงิน โทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต และบริการทางการเงิน โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจและสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมุ่งเน้นธุรกิจที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเป็นหลักและสามารถใช้บริการในส่วนอื่นๆ ของธุรกิจที่ตนเองไม่เชี่ยวชาญหรือไม่ใช่งานที่เป็นธุรกิจหลักของตนเอง นอกจากนี้ บริการทางด้านกฎหมายก็มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ (Ruef, 2005) โดยเฉพาะในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ซึ่งอาจจำเป็นที่จะมีการเจรจาต่อรองเรื่องหนี้สิน (Liability) และข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มธุรกิจใหม่ เช่น การจดทะเบียนบริษัท สัญญาการจ้างงาน เป็นต้น การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์และกฎระเบียบที่ดีเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (Brenner, 1992)

อิสรภาพทางการตลาด (Internal Market Openness)

อิสรภาพทางการตลาดมีส่วนประกอบ 2 องค์ประกอบคือ พลวัตของตลาด (Market Dynamics) ซึ่งหมายถึงความเร็วในการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความง่ายในการเข้าสู่ตลาด (Ease of Entry into Market) Kirzner (1997) กล่าวว่า อิสรภาพทางการตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดย Klepper (2002) กล่าวว่า วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์และวงจรชีวิตตลาดส่งผลกระทบต่ออัตราการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ช่วงแรกๆ ของวงจรชีวิตตลาดจะมีผู้ประกอบการใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย เนื่องจากยังเป็นช่วงที่ตลาดยังไม่ถึงจุดอิ่มตัว และปริมาณความต้องการหรืออุปสงค์และอุปทานของตลาดยังไม่เข้าสู่จุดดุลยภาพ

ระบบโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน (Physical Infrastructure for Entrepreneurship)

ระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคสำหรับผู้ประกอบการ เช่น ระบบขนส่ง สาธารณูปโภค อสังหาริมทรัพย์ รวมถึงระบบการติดต่อสื่อสาร เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบโทรศัพท์ บริการขนส่ง ล้วนเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ (Trulsson, 2002; Hansen & Sebor, 2003) ในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ โดยปกติผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมพร้อมสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ เช่น สำนักงาน อาคาร อุปกรณ์ และของจำเป็นอื่นๆ การที่มีระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่รองรับ ย่อมกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความประสงค์ที่จะก่อตั้งธุรกิจใหม่มากยิ่งขึ้น (Carter, Gartner, & Reynolds, 1996) และประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่มีแนวโน้มที่พัฒนาสังคมผู้ประกอบการได้มากกว่าประเทศที่ยังขาดสิ่งเหล่านี้

สังคมและวัฒนธรรม (Cultural & Social Norms)

วัฒนธรรมของแต่ละประเทศส่งผลต่อการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการในแต่ละประเทศ (George & Zahra, 2002) ที่ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับอัตราการก่อตั้งธุรกิจใหม่ในฐานะผู้ประกอบการ เช่น การได้รับการยกย่องจากสังคมในฐานะเจ้าของธุรกิจส่วนตัวที่ประสบความสำเร็จ ความกลัวที่จะล้มเหลว เป็นต้น สังคมและวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมหรือขัดขวางการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (Reynolds et al., 2003)

การวัดสังคมความเป็นผู้ประกอบการในระดับมหภาค

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังเช่นปัจจุบัน ตัวชี้วัดทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Indicators) มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเชิงนโยบายระดับประเทศ และยังเป็นข้อมูลสำคัญเพื่อที่จะทำให้หน่วยงานภาครัฐแต่ละประเทศเข้าใจถึงจุดเด่น จุดด้อย และองค์ประกอบที่จำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน มีตัวชี้วัดทางสังคมและเศรษฐกิจที่ทำการศึกษาร่วมกันเปรียบเทียบประเทศต่างๆ โดยพิจารณาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศในแต่ละประเทศสมาชิกต่างๆ ทั่วโลก ตัวอย่างเช่น The World Development Report (World Bank) The Human Development Report (UN) The Global Competitiveness Report (World Economic Forum) Annual OECD Report และ The Global

Innovation Index Report (INSEAD) เป็นต้น นอกจากนี้ตัวชี้วัดทางสังคมและเศรษฐกิจดังกล่าวข้างต้น โครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดย Babson College ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำของโลกในองค์ความรู้และศาสตร์การพัฒนาศาสนาความเป็นผู้ประกอบการ และศึกษาวิเคราะห์ความเป็นสังคมผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ ยังถือเป็นดัชนีชี้วัดความเป็นผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงระดับโลกและได้รับการยอมรับมาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกับตัวชี้วัดทางสังคมและเศรษฐกิจอื่นๆ

โครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ริเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1997 โดยความร่วมมือของนักวิชาการจาก London Business School ของประเทศอังกฤษและ Babson College ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความแตกต่างของบทบาทและหน้าที่ของความเป็นผู้ประกอบการในระบบเศรษฐกิจและสังคมในระดับมหภาค ระดับทัศนคติและการรับรู้ในระดับปัจเจกบุคคลที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการของแต่ละประเทศ ดัชนีชี้วัดของ GEM ถูกพัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ กล่าวคือ (1) เพื่อวัดระดับทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ ของประชากรวัยทำงานอายุ 18-64 ปี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ และ (3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ ให้เกิดขึ้นในสังคมและเศรษฐกิจ โดย GEM ถูกพัฒนาขึ้นโดยมีสมมติฐานว่า การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ มีรากฐานที่สำคัญมาจากสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง สังคมผู้ประกอบการ (Audretsch, 2007) จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคฝ่าย ประชาชนที่มีความสามารถและแรงกระตุ้นที่จะเป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการที่มีความทะเยอทะยานมีส่วนสำคัญในการสร้างงานและนวัตกรรมในระบบเศรษฐกิจ (Stam et al., 2012)

ในปัจจุบันมีประเทศที่เข้าร่วมโครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) มากกว่า 80 ประเทศ โดยประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่เข้าร่วมโครงการนี้ การเข้าร่วมโครงการทำให้ประเทศไทยสามารถทราบระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการ รวมทั้งสามารถจะนำข้อมูลจากโครงการดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในไทยให้ยั่งยืนต่อไป

จากการศึกษาข้อมูลโครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ในช่วงปี พ.ศ. 2555–2557 พบว่า ประเด็นหลักๆ ที่เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบธุรกิจที่ยังคงไม่เพียงพอ ข้อจำกัดด้านเสรีภาพทางการตลาด การขาดการสนับสนุนจากนโยบายของภาครัฐ และปัญหาการเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายธุรกิจ การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือของทุกภาคฝ่าย ไม่ใช่เฉพาะหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความร่วมมือจากภาคเอกชน องค์กรอิสระ สถาบันการศึกษา ธนาคารพาณิชย์ สมาคมวิชาชีพ หอการค้าจังหวัด เป็นต้น จากการศึกษารอบแนวคิดของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยเสนอแบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย
ที่มา: ดัดแปลงจาก Kelley, Singer, และ Herrington (2012)

ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดระดับภาคของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย โดยแสดงถึงปัจจัยค้ำจุน อันประกอบด้วย แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ นโยบายภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การศึกษาและการอบรมเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการเชิงพาณิชย์และกฎระเบียบ อิสรภาพทางการตลาด ระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคสำหรับผู้ประกอบการ สังคมและวัฒนธรรม และกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับปัจจัยค้ำจุนแต่ละปัจจัย เพื่อการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมของไทย โดยแบบจำลองดังกล่าวได้ใช้ปัจจัยเงื่อนไขต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ของแบบจำลอง GEM (Kelley, Singer, & Herrington, 2012; Bosma, Wennekers, & Amorós, 2012) เป็นปัจจัยหลัก ในขณะที่ผู้เขียนบทความเพิ่มเติมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในประเทศไทยกับปัจจัยค้ำจุนแต่ละปัจจัย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการนำแบบจำลองดังกล่าวไปใช้ในบริบทของประเทศไทยโดยเฉพาะ แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม มุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆ ในระบบสังคมและเศรษฐกิจ และเป็นกรอบแนวคิดกลไกการทำงานของหน่วยงานต่างๆ อันนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เพื่อที่จะพัฒนาไปสู่กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม

การที่ประเทศไทยจะพัฒนาตนเองจากกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ไปสู่กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยนวัตกรรม ประเทศไทยจำเป็นต้องหลุดพ้นจาก “กับดักของประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” ซึ่งหมายถึงการที่ประเทศกำลังพัฒนาสร้างรายได้จากการพัฒนาอุตสาหกรรมและการส่งออก จนกระทั่งประชาชนในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีในระดับหนึ่ง แต่ประเทศเหล่านั้นไม่สามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วได้ อันเนื่องมาจากประเทศเหล่านั้นไม่สามารถสร้างนวัตกรรม พัฒนาเทคโนโลยีและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของประเทศตนเองได้ ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบการแข่งขันกับประเทศที่ได้เปรียบด้านแรงงานราคาถูก เช่น เวียดนาม กัมพูชา ลาว เป็นต้น จึงจำเป็นต้องเร่งยกระดับขีดความสามารถทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยข้อมูลโครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ประจำปี พ.ศ. 2557 พบว่า ผู้ประกอบการไทยยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านต้นทุนเป็นหลัก โดยการลดต้นทุนให้ต่ำและเน้นการขายสินค้าราคาถูก โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงละเลยการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการพัฒนาสินค้า การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการสร้างแบรนด์ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย และทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระยะยาว ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงมักประสบปัญหา เมื่อมีผู้ประกอบการใหม่เข้ามาในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากต่างประเทศที่มีการบริหารต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีนวัตกรรมใหม่ๆ มานำเสนอผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาในการบริหารกิจการขนาดใหญ่ขึ้น โดยมักจะทำธุรกิจในลักษณะเป็นเจ้าของกิจการที่ควบคุมธุรกิจของตนเองเพียงคนเดียว เมื่อมีการขยายธุรกิจซึ่งจำเป็นต้องมีการมอบหมายงาน มีการตั้งหน่วยงานหรือแผนก พร้อมทั้งต้องหาผู้บริหารระดับต้นหรือกลางมาช่วยบริหารธุรกิจ ส่วนใหญ่พบว่าผู้ประกอบการรายย่อยขาดทักษะการเป็นผู้บริหารเนื่องจากมีแต่ทักษะในงาน แต่ขาดการจัดการธุรกิจในภาพรวม

แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสำหรับประเทศไทยที่ผู้เขียนนำเสนอ มีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงปัจจัยค้ำจุนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเทศไทย เพื่อที่จะนำเสนอภาพรวมของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมเพื่อที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางภาครัฐและเอกชน โดยผู้กำหนดนโยบายจะใช้เป็นแนวทางในการเชื่อมโยงหน่วยงานและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทย อันจะนำไปสู่การพัฒนาทั้งทางนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

unสรุป

การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม สังคมผู้ประกอบการก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ถือเป็นดัชนีชี้วัดความเป็นผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงระดับโลกและได้รับการยอมรับมาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกับตัวชี้วัดทางสังคมและเศรษฐกิจที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมกับโครงการดังกล่าวถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เนื่องจากตัวชี้วัดดังกล่าวสามารถทำให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนของประเทศไทย สามารถนำข้อมูลจากตัวชี้วัดโครงการการวัดความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกไปพัฒนาเป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอแบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย ซึ่งแสดงถึงปัจจัยสำคัญ 9 ข้อที่นำไปสู่การสร้างและพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการรวมทั้งแสดงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัจจัยแต่ละปัจจัยดังกล่าว โดยจำเป็นที่จะต้องมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดจากทุกภาคฝ่าย

บรรณานุกรม

- ชมกร ธาราศรีสุทธิ. (2554). ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยจากการจัดอันดับของ WEF และ IMD. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 73-79.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธ์ธีรผจญ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, และ ประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49-65.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). ส่วนที่ 01: สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2555 และปี 2556. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2556/report01.pdf>
- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2-3), 109-122.
- Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43, 476-494.
- Amorós, J. E., & Bosma, N. S. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013 global report. Retrieved from <http://www.babson.edu/academics/centers/blank-center/global-research/gem/documents/gem%202013%20global%20report.pdf>
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship capital and Economic Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Bosma, N. (2012, August 9). The global entrepreneurship monitor (GEM) and its impact on entrepreneurship research. Retrieved June 1, 2014, from <http://www.gemconsortium.org/assets/uploads/1344606358GEMWP1201.pdf>
- Bosma, N., Wennekers, S., & Amorós, J. E. (2012). Global entrepreneurship monitor 2011 extended report: entrepreneurs and entrepreneurial employee across the globe. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2200>
- Brenner, R. (1992). Entrepreneurship and business ventures in the new commonwealth. *Journal of Business Venturing*, 7(6), 431-439.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- Choo, S., & Wong, M. (2006). Entrepreneurial intention: Triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore Management Review*, 28(2), 47-64.
- Clarysse, B., & Bruneel, J. (2007). Nurturing and growing innovative start-ups: The role of policy as integrator. *R & D Management*, 37(2), 139-149.
- Dahles, H. (2005). Culture, capitalism and political entrepreneurship: Transnational business ventures of the Singapore Chinese in China. *Culture and Organization*, 11(1), 45-58.
- DeTienne, D., & Chandler, G. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242-257.
- George, G., & Zahra, S. A. (2002). Culture and its consequences for entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 5-8.

- Hana, U. (2013). Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.
- Hansen, J., & Sebor, T. C. (2003). Applying principles of corporate entrepreneurship to achieve national economic growth. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, & Economic Growth*, 14, 69-90.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258-273.
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). *The global entrepreneurship monitor 2011 global report*. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2409>
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35, 60-85.
- Klepper, S. (2002). The capabilities of new firms and the evolution of the US automobile industry. *Industrial and Corporate Change*, 11(4), 645-666.
- Kouriloff, M. (2000). Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: A multidisciplinary approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(2), 59-79.
- Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., & others. (2003). *Global entrepreneurship monitor 2003 executive report*. Retrieved June 1, 2014, from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/259>
- Robertson, M., Collins, A., Medeira, N., & Slater, J. (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education and Training*, 45(6), 308-316.
- Ruef, M. (2005). Origins of organizations: The entrepreneurial process. (Review). *Research in the Sociology of Work*, 15, 63-100.
- Smith, D. (2006). *Exploring innovation*. Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill.
- Stam, E., Bosma, N., van Witteloostuijn, A., de Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N., & Jaspers, F. (2012, January). Ambitious entrepreneurship: A review of the academic literature and new directions for public policy. Retrieved June 1, 2014, from <http://www.awt.nl/upload/documents/publicaties/engels/Ambitious-Entrepreneurship-summary.pdf>
- Trulsson, P. (2002). Constraints of growth-oriented enterprises in the southern and eastern African region. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 331-339.
- van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- Volery, T., Doss, N., Mazzarol, T., & Thein, V. (1997). Triggers and barriers affecting entrepreneurial intentionality: The case of western Australian nascent entrepreneurs. *Journal of Enterprising Culture*, 5(3), 273-291.