

การสำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2567

การสำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพและประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทย และเพื่อศึกษาทัศนคติ ความตื่นตัว และการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มและภูมิภาค ตลอดจนเพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการเติบโตของผู้ประกอบการ แนวทางการกำหนดนโยบายและมาตรการในการสนับสนุนการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ และการเสริมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ โดยมีการศึกษาทัศนคติ หรือความตื่นตัวเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไทยของประชากรกลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะประชากร ภูมิภาค และกิจกรรมภาคธุรกิจการเกษตร ภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ และการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิก GEM จำนวน 10 ประเทศจากทั่วโลก ได้แก่ ประเทศอินเดีย จีน อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย และเกาหลีใต้ เยอรมัน สหราชอาณาจักร สวีเดน โปแลนด์ และสหรัฐอเมริกา

โดยการศึกษาประกอบด้วยการวิจัย 2 ส่วนหลัก คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (National Expert Survey: NES) และการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) โดยในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (National Expert Survey: NES) จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญใน 9 สาขาธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านนโยบายการเมือง ด้านการพัฒนาธุรกิจ ด้านการศึกษา ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการค้าและการบริการทางธุรกิจ ด้านการสำรวจตลาด ด้านการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านวัฒนธรรมและบรรทัดฐานสังคม จำนวนทั้งสิ้น 30 ท่าน เพื่อศึกษาสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างผู้ประกอบการของประเทศไทย ในส่วนของการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษากับกลุ่มประชากรไทย ในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 2,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของไทย นอกจากนี้โครงการยังทำการศึกษาเปรียบเทียบ (Comparative study) กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการจำแนกตามภูมิภาค และจำแนกตามภาคการผลิต พร้อมทั้งยังทำการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ โดยในการคัดเลือกประเทศสมาชิกเพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบ คณะผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มประเทศตามตามระดับรายได้ (Gross Domestic Product per capita: GDP/cap) จากธนาคารโลก (World Bank) โดยประเทศระดับ A (มี GDP/cap มากกว่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศซาอุดีอาระเบีย เกาหลีใต้ เยอรมัน สหราชอาณาจักร สวีเดน และสหรัฐอเมริกา ประเทศระดับ B (มี GDP/cap อยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศโปแลนด์ และประเทศระดับ C (มี GDP/cap น้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศอิหร่าน และประเทศไทย

ผลการศึกษากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยปี 2567

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) ประจำปี 2567 จากกลุ่มตัวอย่าง 2,000 ตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

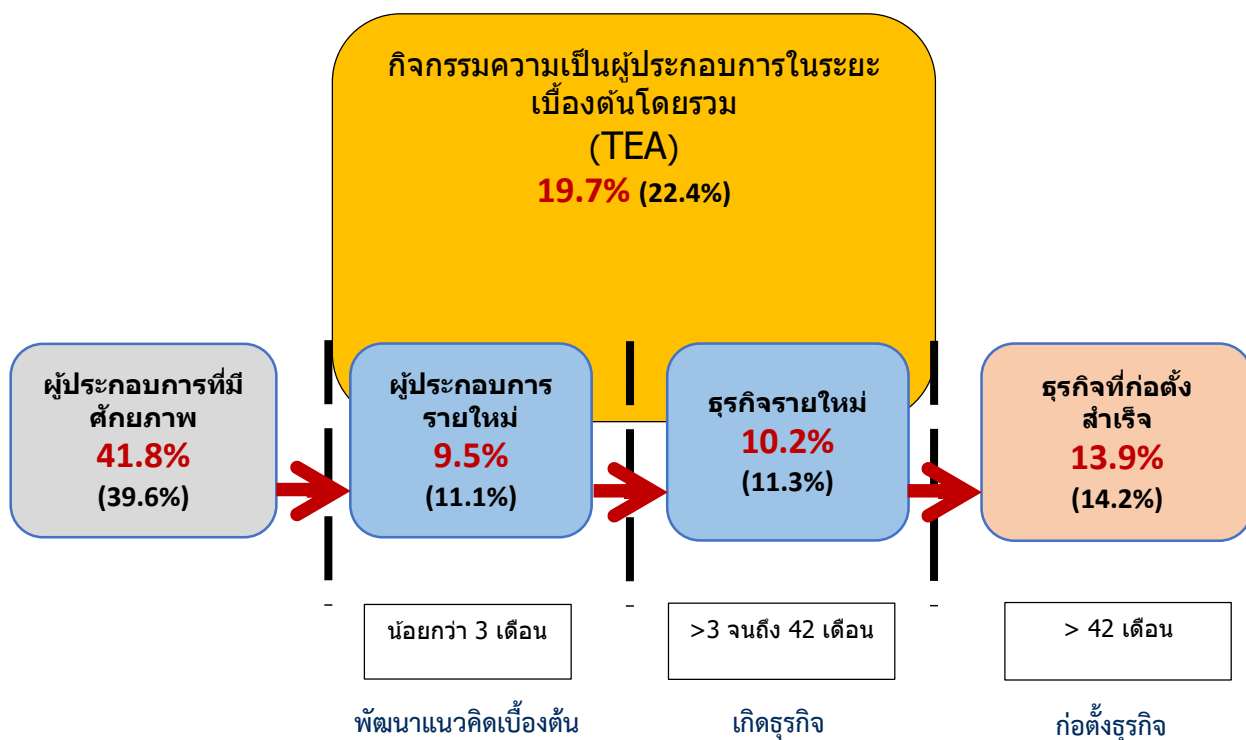
กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้นโดยรวม (Total Early-stage Entrepreneurial Activity: TEA)

ตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดตัวหนึ่งในการจัดทำรายงานเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการคืออัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้นโดยรวม (Total Early-stage Entrepreneurial Activity: TEA) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการรายใหม่ระยะตั้งไข่ หรือธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งธุรกิจมีอายุไม่มากไปกว่าระยะเวลาสามเดือน (Nascent entrepreneurs) และธุรกิจรายใหม่ (New business) หรือธุรกิจอายุน้อยที่ดำเนินกิจการมากกว่าสามเดือนขึ้นไปจนถึง 42 เดือน (3.5 ปี) นอกจากนี้ ยังรายงานสัดส่วนอัตราผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอายุมากกว่า 42 เดือน หรือ 3.5 ปี (Established businesses) ซึ่งได้รับการพิจารณาว่าเป็นธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จแล้ว และอัตราผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (Potential entrepreneur rate) ที่มีความต้องการที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจภายในช่วงระยะเวลาสามปีข้างหน้าซึ่งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจที่มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ประเทศไทยมีอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้นโดยรวม (Total Early-stage Entrepreneurial Activity: TEA) ปี พ.ศ. 2567 จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง 2,000 ตัวอย่าง เท่ากับ 19.7% โดยมีอัตราผู้ประกอบการรายใหม่ระยะตั้งไข่อายุธุรกิจน้อยกว่าสามเดือน (Nascent entrepreneur rate) เท่ากับ 9.5% และอัตราผู้ประกอบการรายใหม่อายุธุรกิจมากกว่าสามเดือนแต่ไม่เกินสี่สิบสองเดือน (New business rate) เท่ากับ 10.2% กล่าวคือ มีประชากรไทยมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ประมาณ 20 คน ต่อ 100 คนของประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปีซึ่งต่ำกว่าปี พ.ศ. 2566 (TEA2566 เท่ากับ 22.4%)

ในขณะอัตราส่วนของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงที่เติบโตต่อไปได้แล้ว (ธุรกิจอายุมากกว่า 42 เดือน หรือ Established Business: EB) อยู่ที่ร้อยละ 13.9 กล่าวคือ มีประชากรไทยมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในช่วงที่เติบโตต่อไปได้แล้วประมาณ 14 คน ต่อ 100 คนของประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี โดยสัดส่วนของประชากรไทยที่มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการโดยรวมเท่ากับ 29.0 % โดยประเทศไทย มีอัตราผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (Potential entrepreneur rate) เท่ากับ 41.8% กล่าวคือ มีประชากรไทยประมาณ 42 ต่อ 100 คนของประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี ที่มีความต้องการที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจภายในช่วงระยะเวลาสามปีข้างหน้าซึ่งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจที่มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

สำหรับรายละเอียดของการวิเคราะห์ภาพรวมของกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการประจำปี 2567 จะแสดงด้วยตารางและกราฟโดยค่าสูญหาย (missing value) จากข้อมูลต่าง ๆ จะไม่ได้แสดงในแผนภาพการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน



ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการประจำปี 2567 ตามแนวทาง GEM

ที่มา: Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey (APS) 2024

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บแสดงข้อมูลในปี พ.ศ. 2566 / สัดส่วนร้อยละเปรียบเทียบจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สำหรับการเปรียบเทียบในระดับภูมิภาค ตารางที่หนึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็นอย่างยิ่งระหว่างภูมิภาคทั้งห้า ในประเด็นเรื่องอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ซึ่งมีอัตราร้อยละสูงสุดที่ภาคใต้ คิดเป็น 18.9% และต่ำที่สุดที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง (13.9%) เมื่อพิจารณาอัตราธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จ (Established business: EB) พบว่า ภาคเหนือมีอัตราสูงสุด คิดเป็น 18.6% และต่ำที่สุดที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (10.0%) ในอีกด้านหนึ่ง ภาคเหนือและภาคใต้แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในการก่อตั้งธุรกิจ โดยมีอัตราธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จสูงสุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอัตราธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จต่ำกว่า แต่อัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้นในกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังคงอยู่ในระดับที่สูง โดยอยู่ที่ 16.2% โดยสามารถแสดงดังตาราง

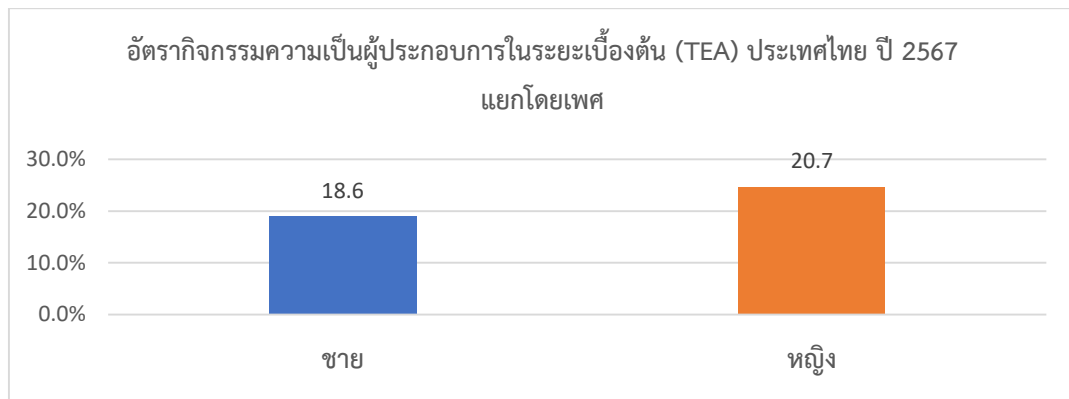
ตารางที่ 1 วิถีความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2567 แยกตามภูมิภาค

	กิจกรรมเบื้องต้น (TEA)	ธุรกิจที่ก่อตั้ง (EB)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	16.2%	10.1%
ภาคเหนือ	16.1%	18.6%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.9%	10.0%
ภาคกลาง	13.9%	15.5%
ภาคใต้	18.9%	14.9%

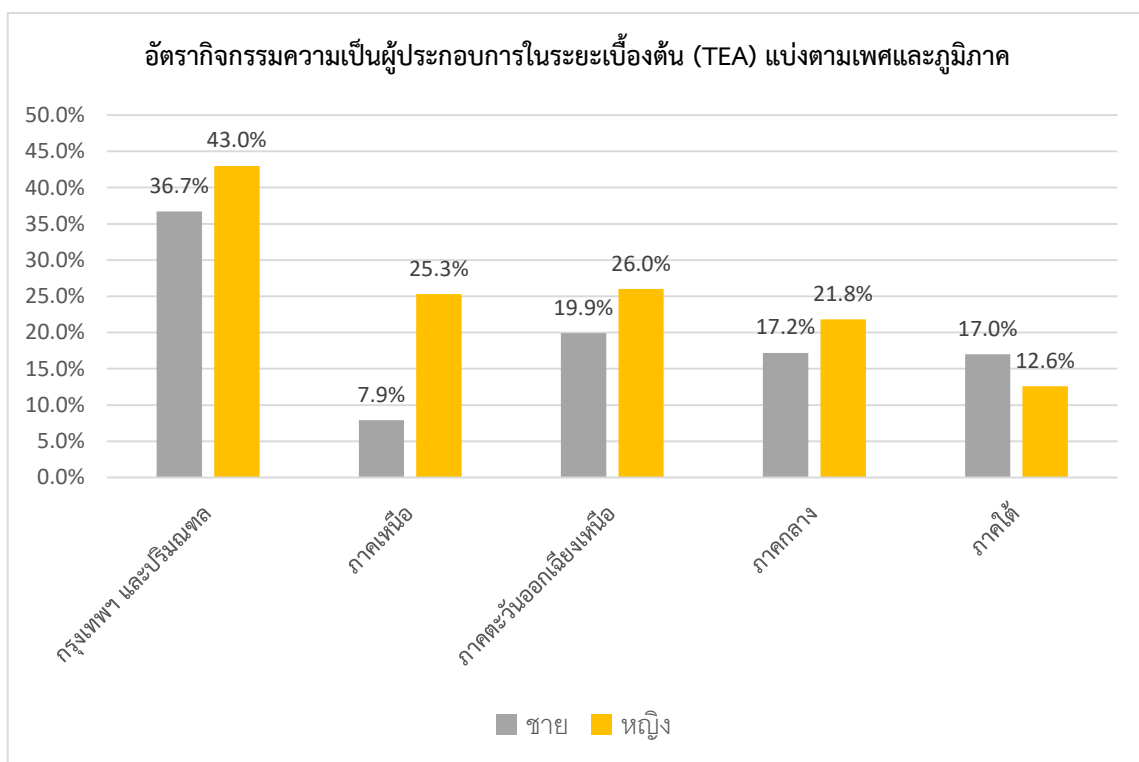
ที่มา: Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey (APS) 2024

หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละเปรียบเทียบจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละภูมิภาค

ความแตกต่างของอัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) โดยรวม ประชากรในประเทศไทยที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี หากเปรียบเทียบกันในความแตกต่างระหว่างเพศ พบว่า ผู้หญิงอยู่ที่ 20.7% และผู้ชายอยู่ที่ 18.6% ซึ่งกำลังเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2 อัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ประเทศไทย ปี 2567 แยกโดยเพศ
ที่มา: Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey (APS) 2024

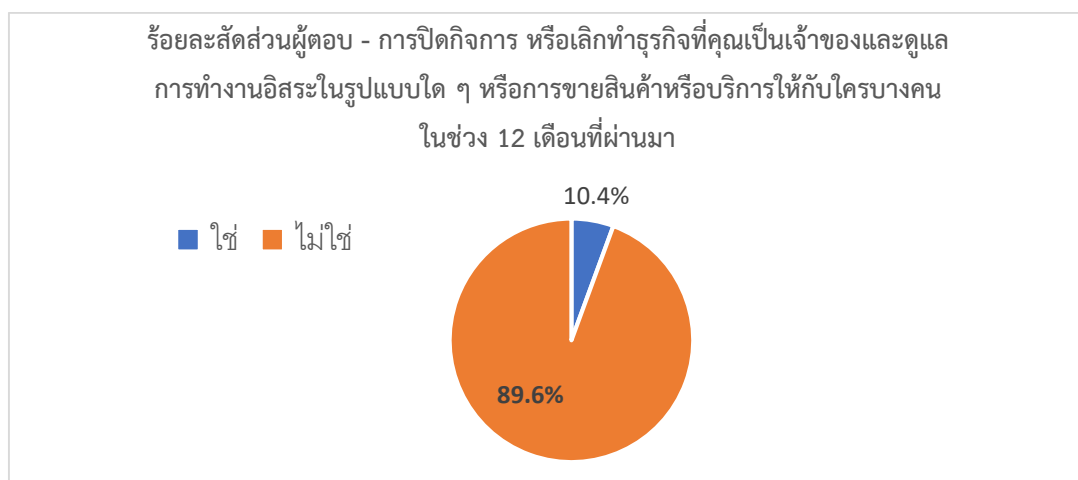


ภาพที่ 3 อัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ประเทศไทยปี 2567 จำแนกตามเพศและภูมิภาค
ที่มา: Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey (APS) 2024

จากภาพ พบว่า ภาคใต้เป็นภูมิภาคเดียวที่อัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ของเพศชายสูงกว่าเพศหญิง (17.0% vs. 12.6%) ในขณะที่ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่สัดส่วนความแตกต่างระหว่างอัตราการกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) เพศชายและเพศหญิงสูงที่สุด โดย TEA เพศชายเท่ากับ 7.9% ในขณะที่เพศหญิงเท่ากับ 25.3%

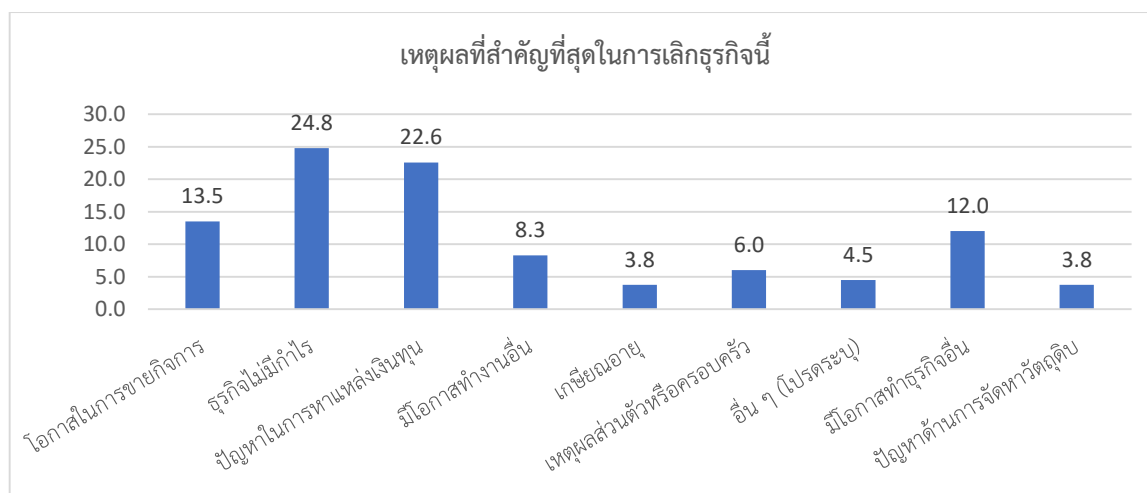
อัตราการยุติกิจการ

อัตราการยุติกิจการ (Business Exit Rate) ของประเทศไทยตามแนวทางของ GEM อยู่ที่ 10.4% สาเหตุหลักมาจากการขาดทุน (24.8%) และปัญหาทางการเงิน (22.6%) โดยคำถามเกี่ยวกับการปิดกิจการหรือเลิกทำธุรกิจที่คุณเป็นเจ้าของและดูแล การทำงานอิสระในรูปแบบใด ๆ หรือการขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบางคนในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ผลสรุปของข้อมูลดังนี้ 10.4% ของผู้ตอบรายงานว่าในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาพวกเขาได้ทำการขาย ปิดกิจการ ยุติการดำเนินธุรกิจหรือเลิกทำธุรกิจที่คุณเป็นเจ้าของและดูแลการทำงานอิสระในรูปแบบใด ๆ หรือการขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบางคน (Yes) 86.7% ของผู้ตอบรายงานว่าไม่ได้ทำการขาย ปิดกิจการ ยุติการดำเนินธุรกิจหรือเลิกทำธุรกิจที่คุณเป็นเจ้าของและดูแลการทำงานอิสระในรูปแบบใด ๆ หรือการขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบางคน (No)



ภาพที่ 4 การปิดกิจการ หรือเลิกทำธุรกิจที่คุณเป็นเจ้าของและดูแล การทำงานอิสระในรูปแบบใด ๆ หรือการขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบางคนในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

จากข้อมูลที่ระบุไว้ พบว่ามีเหตุผลหลักที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้ที่ตัดสินใจเลิกธุรกิจมีดังนี้ เหตุผลหลักที่ระบุ คือ ธุรกิจไม่ทำกำไร (24.8%) และปัญหาในการหาเงินทุน (22.6%) ในขณะที่เหตุผลอื่นๆ เช่น โอกาสในการขายกิจการ (13.5%) และโอกาสในการทำธุรกิจอื่น (12%) ก็เป็นเหตุผลที่สำคัญเช่นกัน ส่วนเหตุผลเช่น การเกษียณอายุ เหตุผลส่วนตัวหรือครอบครัว ปัญหาด้านสุขภาพ เป็นต้น มีสัดส่วนน้อยกว่า



ภาพที่ 5 เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลิกธุรกิจนี้

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยกับประเทศอื่นๆ ในปี 2566

สำหรับอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยปี 2567 และประเทศอื่นๆ ในปี 2566 สามารถสรุปได้ดังตาราง

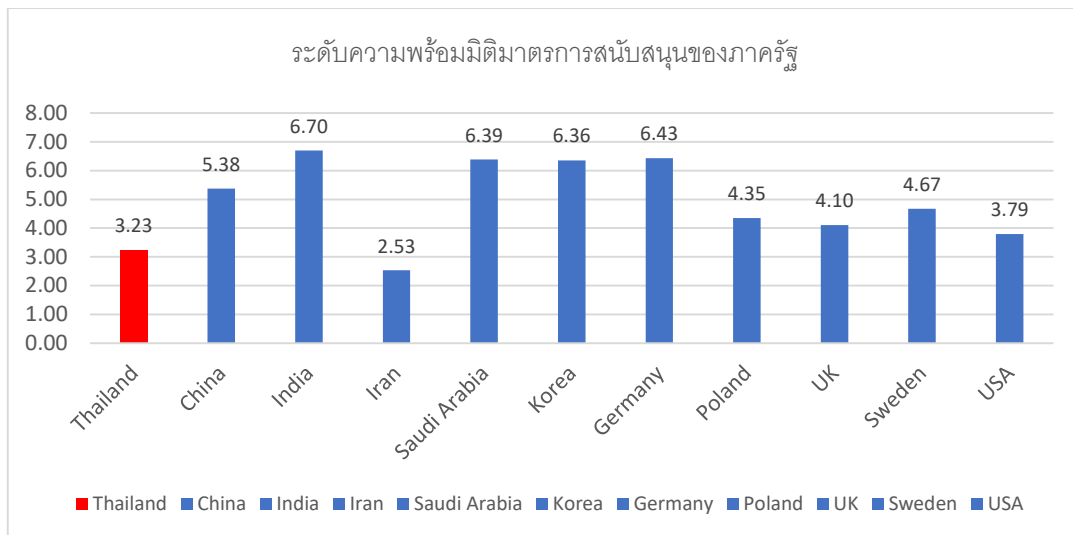
ตารางที่ 2 สรุปปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยและประเทศอื่นๆ ในปี 2566

ประเทศ	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ประเทศไทย	มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ
จีน	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การขาดสนับสนุนทางการเงิน
อินเดีย	การขาดสนับสนุนทางการเงิน	การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา
อิหร่าน	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	นโยบายของภาครัฐ
ซาอุดีอาระเบีย	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การขาดสนับสนุนทางการเงิน
เกาหลีใต้	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การขาดสนับสนุนทางการเงิน	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา
เยอรมนี	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม	นโยบายของภาครัฐ
โปแลนด์	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	นโยบายของภาครัฐ
สหราชอาณาจักร	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ
สวีเดน	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	นโยบายของภาครัฐ	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ
สหรัฐอเมริกา	มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ	การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทย ในประเทศไทยปี 2567

ปัจจัยอุปสรรคอันดับแรกของประเทศไทย: การขาดมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ

เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจำนวน 9 ด้าน พบว่า มาตรการสนับสนุนของภาครัฐของประเทศไทยได้รับการประเมินอยู่ 3.23 คะแนนจาก 10 โดยสามารถเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ได้ ดังนี้



ภาพที่ 6 ระดับความพร้อมมิติมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ

ประเทศไทยมีคะแนนอยู่ที่ 3.23 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในรายการนี้ สะท้อนให้เห็นว่ามาตรการสนับสนุนจากภาครัฐต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการอาจไม่แข็งแกร่งเท่าที่ควร นี่อาจรวมถึงปัจจัยเช่น การเข้าถึงทุน นโยบายที่สนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ การศึกษาและการฝึกอบรมด้านการเป็นผู้ประกอบการ และการสนับสนุนนวัตกรรม

อินเดีย (6.70) และ เยอรมนี (6.43) ทั้งสองประเทศมีคะแนนสูงสุดในรายการ ซึ่งแสดงถึงมาตรการสนับสนุนของภาครัฐที่แข็งแกร่งและความพร้อมในการส่งเสริมผู้ประกอบการ ประเทศเหล่านี้อาจมีนโยบายที่ดีต่อการสร้างธุรกิจใหม่ การเข้าถึงทุน และระบบนิเวศที่สนับสนุนนวัตกรรม

อิหร่าน (2.53) มีคะแนนต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าอาจมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการสนับสนุนผู้ประกอบการมากกว่าประเทศอื่นๆ จีน (5.38) ซาอุดีอาระเบีย (6.39) และเกาหลี (6.36) มีคะแนนสูงกว่าไทยมาก สะท้อนถึงการมีมาตรการสนับสนุนที่ดีกว่าในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

สหรัฐอเมริกา (3.79) สวีเดน (4.67) และ โปแลนด์ (4.35) แม้ว่าจะมีคะแนนสูงกว่าไทย แต่ก็ยังมีพื้นที่ในการปรับปรุงมาตรการสนับสนุนเพื่อเพิ่มความพร้อมในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

จากการเปรียบเทียบนี้ ประเทศไทยอาจพิจารณาเรียนรู้จากประเทศที่มีคะแนนสูง เพื่อพัฒนาและปรับปรุงนโยบายและมาตรการสนับสนุนให้ดีขึ้น สิ่งนี้อาจรวมถึงการเสริมสร้างระบบนิเวศการเป็นผู้ประกอบการ การเพิ่มการเข้าถึงแหล่งทุน การสร้างโอกาสในการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะ และการส่งเสริมนวัตกรรมผ่านการวิจัยและพัฒนา

เพื่อพัฒนามาตรการสนับสนุนของภาครัฐในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้กับประเทศไทย สามารถพิจารณาข้อเสนอแนะต่อไปนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างระบบนิเวศการเป็นผู้ประกอบการและสนับสนุนนวัตกรรม

1. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุน - พัฒนาโครงการร่วมทุนและการระดมทุน สร้างแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการกับนักลงทุน รวมถึงการสนับสนุนการระดมทุนผ่านทาง crowdfunding และการสร้างโครงการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ ร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อสร้างโปรแกรมสินเชื่อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบการใหม่ พร้อมด้วยขั้นตอนการขอสินเชื่อที่ง่ายดาย

2. สร้างนโยบายที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ - ลดภาระกฎหมายและข้อจำกัด ปรับปรุงกระบวนการอนุญาตและลดขั้นตอนทางบริหารที่ซับซ้อนเพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม พัฒนามาตรฐานและนโยบายที่ป้องกันการผูกขาดและสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการใหม่

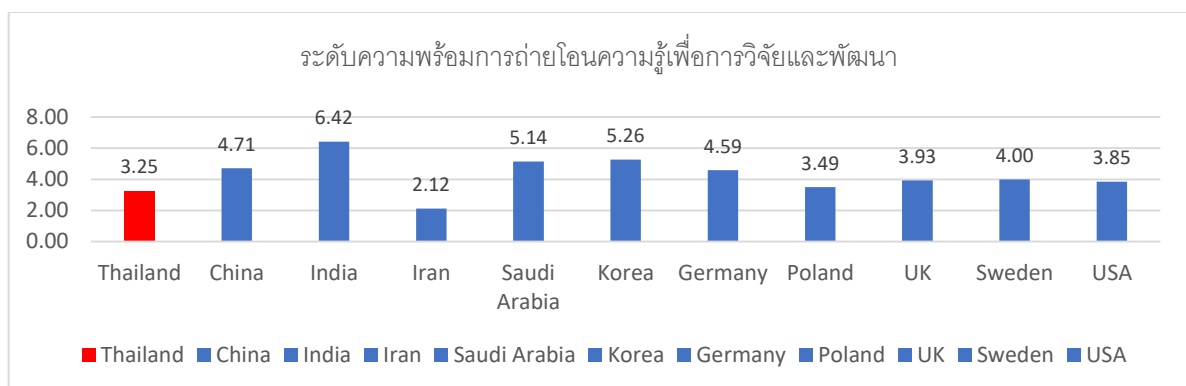
3. สนับสนุนการศึกษาและการฝึกอบรม - พัฒนาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรที่เน้นทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจ และนวัตกรรม สนับสนุนการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะ จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และการฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้ความรู้และทักษะที่จำเป็น

4. ส่งเสริมนวัตกรรมและการวิจัย - สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา สร้างกองทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในหมู่ผู้ประกอบการและสตาร์ทอัพ เพื่อเสริมสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม กระตุ้นให้มีการความร่วมมือทางวิชาการและการวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและธุรกิจ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

5. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี - สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยี ให้การเข้าถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาที่เอื้อมถึงได้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการเข้าถึงตลาด พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ เช่น พื้นที่สำนักงานร่วม (co-working space) และศูนย์นวัตกรรม

6. สร้างแบรนด์และส่งเสริมการตลาด - สนับสนุนการสร้างแบรนด์ ให้คำปรึกษาและสนับสนุนทางการตลาดเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างแบรนด์และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ สร้างโปรแกรมที่ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการในการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ ผ่านการฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ และการเชื่อมต่อกับเครือข่ายทางธุรกิจ

ปัจจัยอุปสรรคอันดับสองของประเทศไทย: การขาดความพร้อมการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา
เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจำนวน 9 ด้านพบว่า ความพร้อมการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยได้รับการประเมินอยู่ 3.25 คะแนนจาก 10 โดยสามารถเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ได้ ดังนี้



ภาพที่ 7 ระดับความพร้อมการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา

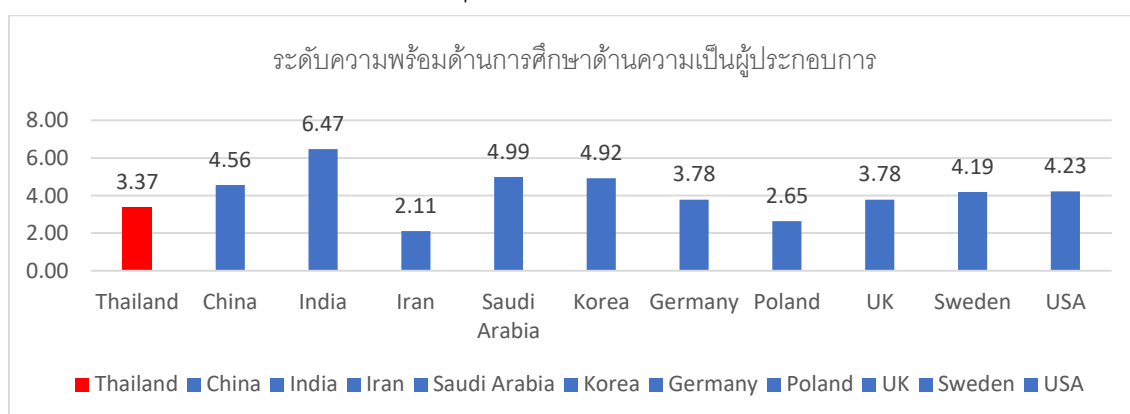
ประเทศไทยมีคะแนน 3.25 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในรายการนี้ บ่งบอกว่ามีโอกาสมากมายในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

อินเดีย (6.42) และ จีน (4.71) ประเทศเหล่านี้มีคะแนนสูงกว่าไทยอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงระบบการถ่ายโอนความรู้ที่เข้มแข็ง ซึ่งอาจรวมถึงการทำงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับอุตสาหกรรม และการสนับสนุนการวิจัยที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ อิหร่าน (2.12) มีคะแนนต่ำที่สุด ซึ่งอาจสะท้อนถึงความท้าทายในการเชื่อมโยงระหว่างการวิจัยและการพัฒนากับการสร้างธุรกิจใหม่ เยอรมนี (4.59) ซาอุดีอาระเบีย (5.14) และ เกาหลี (5.26) มีระบบการถ่ายโอนความรู้ที่เข้มแข็ง ซึ่งสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย เพื่อพัฒนาการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ มีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับอุตสาหกรรม สร้างโครงการร่วมมือที่เน้นการถ่ายโอนความรู้โดยตรงจากการวิจัยไปยังการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อเพิ่มการนำนวัตกรรมไปใช้ในอุตสาหกรรม (2) สนับสนุนการสร้างศูนย์นวัตกรรมและบ่มเพาะธุรกิจ การลงทุนในศูนย์นวัตกรรมสามารถเป็นจุดเชื่อมระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ และนักลงทุน ช่วยให้ไอเดียใหม่ๆ ได้รับการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาต่อยอด (3) การส่งเสริมการวิจัยที่มุ่งเน้นตลาด สนับสนุนโครงการวิจัยที่มีศักยภาพในการแปลงเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ช่วยให้มีการพัฒนานวัตกรรมที่สามารถนำไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่ได้ (4) ปรับปรุงนโยบายและกฎหมาย ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและกฎหมายเพื่อสนับสนุนการถ่ายโอนความรู้และการวิจัย เช่น การลดภาระทางกฎหมายสำหรับการจัดตั้งบริษัทสตาร์ทอัพ และการส่งเสริมการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (5) สนับสนุนและส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนาผ่านทุนวิจัย การลงทุนจากภาครัฐและเอกชน และการสร้างเครือข่ายนักลงทุนที่สนใจในการสนับสนุนนวัตกรรม

ปัจจัยอุปสรรคอันดับสามของประเทศไทย: การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ

เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจำนวน 9 ด้าน พบว่า การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ของประเทศไทยได้รับการประเมินอยู่ 3.37 คะแนนจาก 10 โดยสามารถเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ได้ ดังนี้



ภาพที่ 8 ระดับความพร้อมการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา

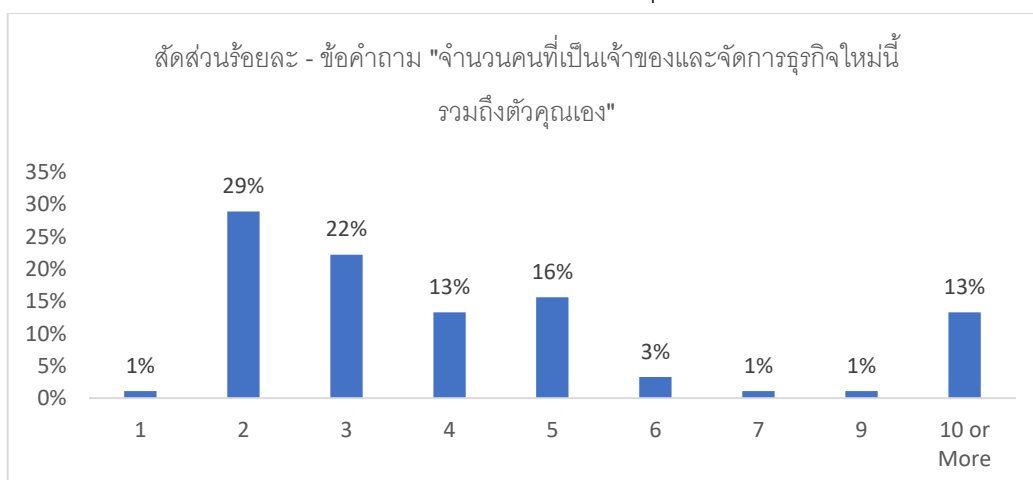
ประเทศไทยมีคะแนน 3.37 ซึ่งสะท้อนถึงระดับความพร้อมที่ปานกลางในการให้การศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาด้านนี้รวมถึงการสอนเกี่ยวกับการสร้างและการจัดการธุรกิจ การนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

อินเดีย (6.47) มีคะแนนสูงสุดในรายการ แสดงถึงระบบการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการที่แข็งแกร่ง ซึ่งสามารถสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี อิหร่าน (2.11) มีคะแนนต่ำที่สุด ซึ่งอาจสะท้อนถึงการขาดแคลนในการเข้าถึงการศึกษาและการฝึกอบรมด้านความเป็นผู้ประกอบการ จีน (4.56) ซาอุดีอาระเบีย (4.99) และ เกาหลี (4.92) มีคะแนนสูงกว่าไทย แสดงให้เห็นว่ามีการให้ความสำคัญและการพัฒนาในการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ เยอรมนี (3.78) และ สหรัฐอเมริกา (4.23) มีคะแนนใกล้เคียงกับไทย แต่ยังคงมีความแตกต่างในระดับความพร้อมและการสนับสนุนการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย เพื่อเพิ่มคะแนนและประสิทธิภาพในการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ประเทศไทยสามารถดำเนินการได้ดังนี้ (1) พัฒนาหลักสูตรและเนื้อหาการเรียนการสอน อัปเดตหลักสูตรให้สอดคล้องกับแนวโน้มและความต้องการของตลาด รวมถึงเน้นการเรียนรู้ทักษะทางการเงิน การตลาดดิจิทัล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (2) ส่งเสริมการเรียนรู้แบบปฏิบัติการ ให้นักเรียนมีโอกาสได้ทำโครงการจริง และการฝึกงานกับบริษัทสตาร์ทอัพเพื่อเพิ่มประสบการณ์จริง (3) สร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจ ร่วมมือกับบริษัทและผู้ประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร ให้การสนับสนุนทางการเงินและทรัพยากรสำหรับโครงการร่วม (4) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ลงทุนในการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการสอนและการเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (5) สร้างแรงจูงใจและการรับรู้ให้มีความสำคัญกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในประเทศ และใช้เป็นตัวอย่างในการสอน เพื่อเพิ่มแรงบันดาลใจและการรับรู้ถึงคุณค่าของการเป็นผู้ประกอบการ โดยการเน้นย้ำและพัฒนาในด้านเหล่านี้ ประเทศไทยสามารถเพิ่มความสามารถและความพร้อมในการสนับสนุนความเป็นผู้ประกอบการผ่านการศึกษา ส่งผลให้มีการสร้างและการพัฒนาธุรกิจ

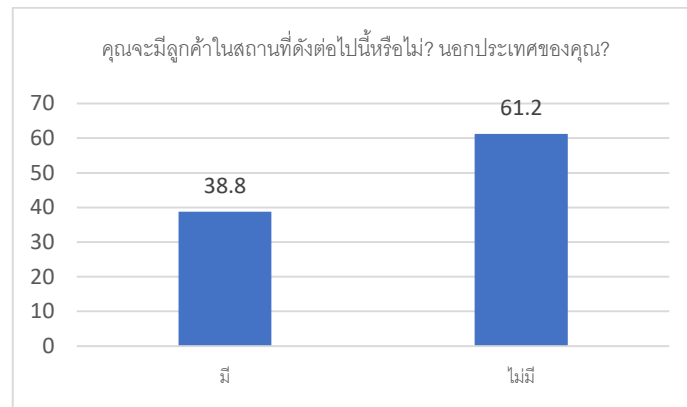
การวิเคราะห์สถานการณ์ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2567 พบประเด็นสาระสำคัญที่น่าสนใจ ดังนี้

ประเด็นที่ 1: แนวโน้มการประกอบกิจการใหม่ในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว

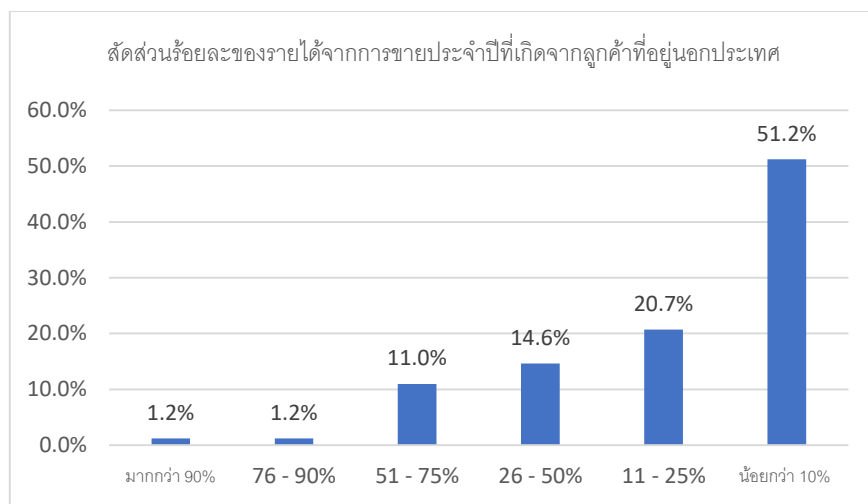


ภาพที่ 9 แสดงสัดส่วนจำนวนคนที่เป็นเจ้าของและจัดการธุรกิจใหม่

ประเด็นที่ 2: รายได้หรือยอดขายของกลุ่มผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ยังคงพึ่งพากำลังซื้อภายในประเทศเป็นหลัก

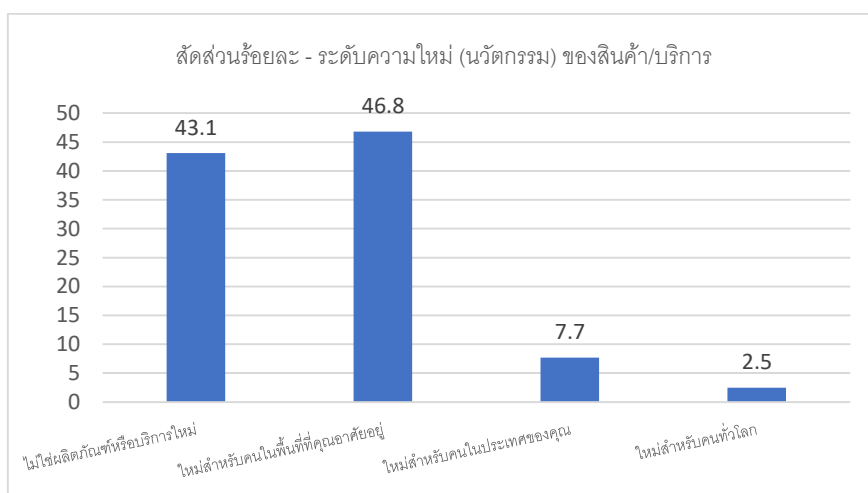


ภาพที่ 10 แสดงสัดส่วนลูกค้าที่อยู่นอกประเทศ



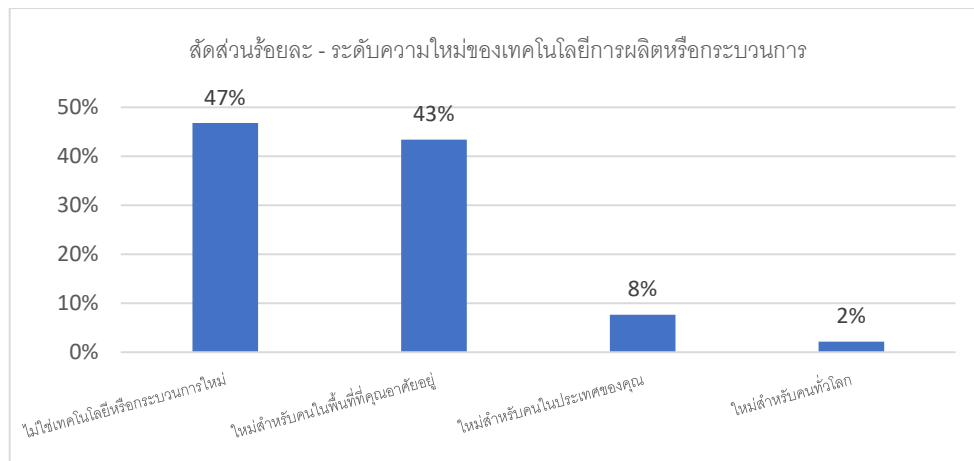
ภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการขายประจำปีที่เกิดจากลูกค้าที่อยู่นอกประเทศ

ประเด็นที่ 3: สินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ส่วนใหญ่ยังคงมีระดับความเป็นนวัตกรรมที่ต่ำ มีผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ส่วนน้อยที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่และไม่เคยมีมาก่อนในตลาด



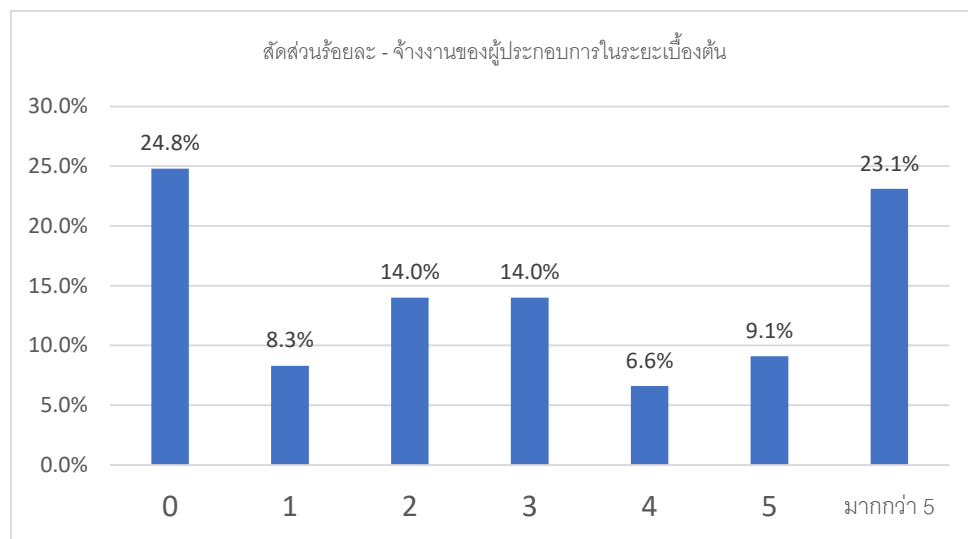
ภาพที่ 12 แสดงระดับความใหม่ (นวัตกรรม) ของสินค้า/บริการ- ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)

ประเด็นที่ 4: ส่วนใหญ่ยังคงใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตเดิม

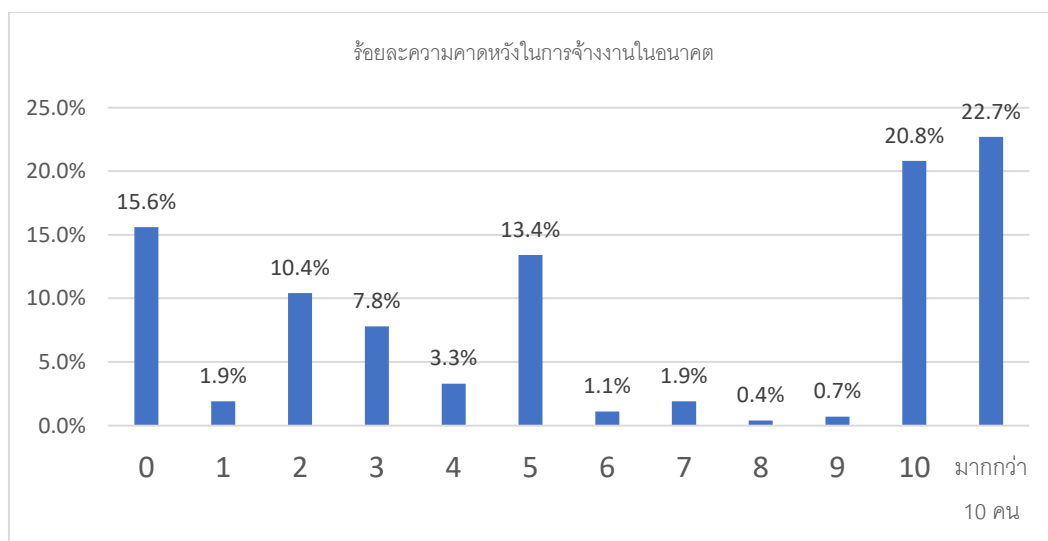


ภาพที่ 13 แสดงระดับความใหม่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือกระบวนการ – ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)

ประเด็นที่ 5: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการโดยไม่มีการจ้างงาน แต่มีแนวโน้มการจ้างงานในอนาคตภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

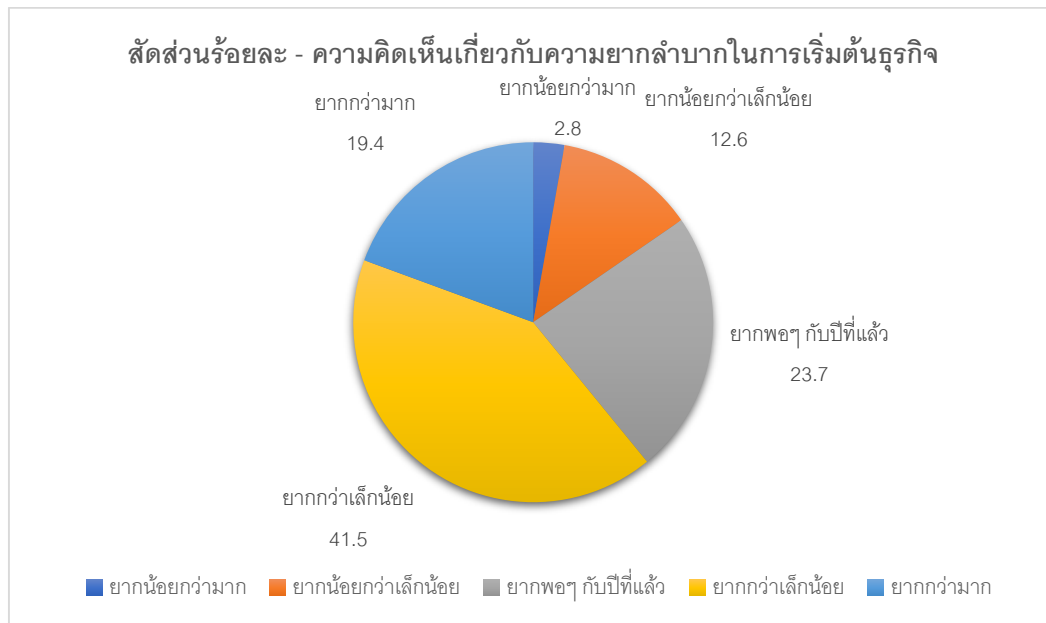


ภาพที่ 14 แสดงการจ้างงาน –ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)



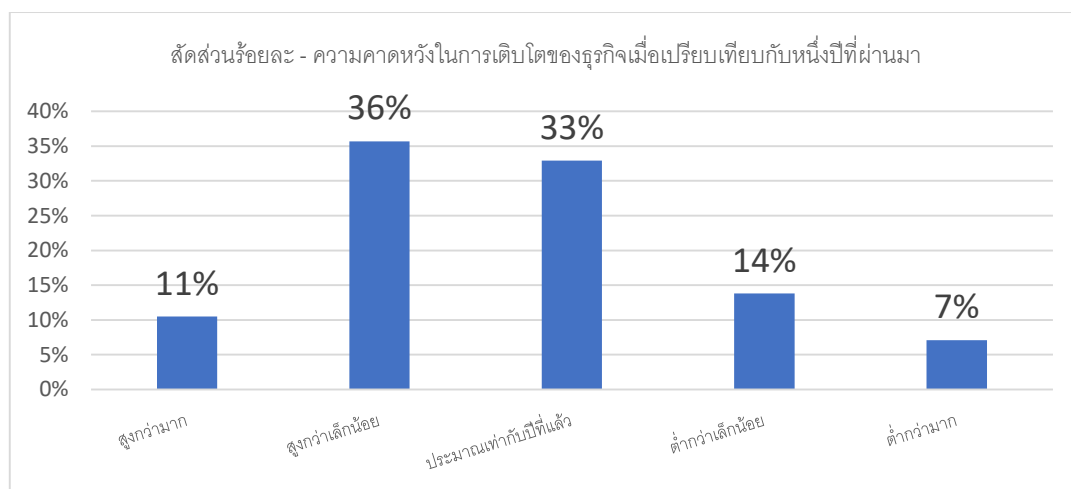
ภาพที่ 15 แสดงความคาดหวังในการจ้างงานในอนาคต

ประเด็นที่ 6: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) การเริ่มต้นธุรกิจยากมากขึ้นระหว่างปีปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหนึ่งปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากลำบากในการเริ่มต้นธุรกิจ

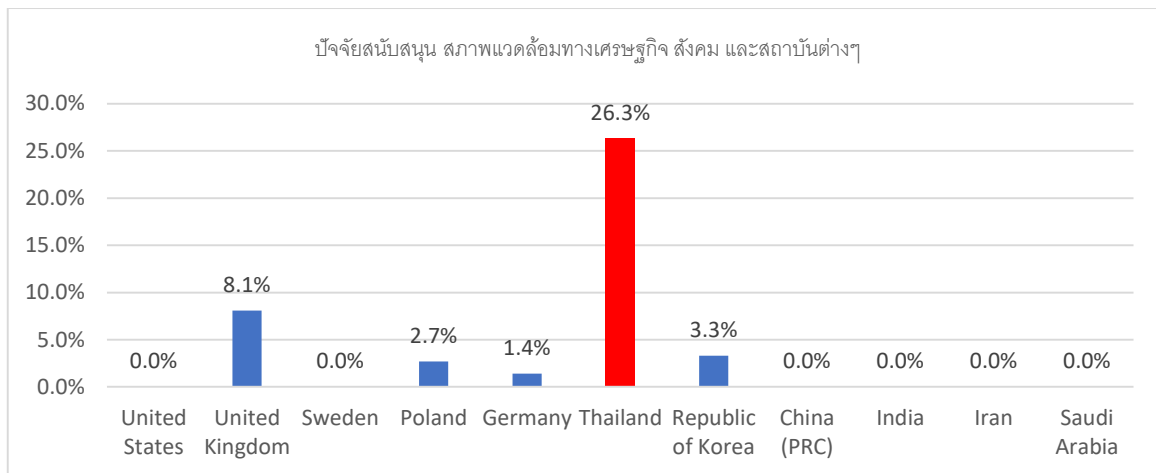
ประเด็นที่ 7: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) มีความคาดหวังในการเติบโตของธุรกิจ



ภาพที่ 17 แสดงความคาดหวังในการเติบโตของธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับหนึ่งปีที่ผ่านมา

ศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ข้อเสนอแนะและมาตรการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยในอนาคต

ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 1 ของประเทศไทย: สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ (Political, institutional and social context) เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ



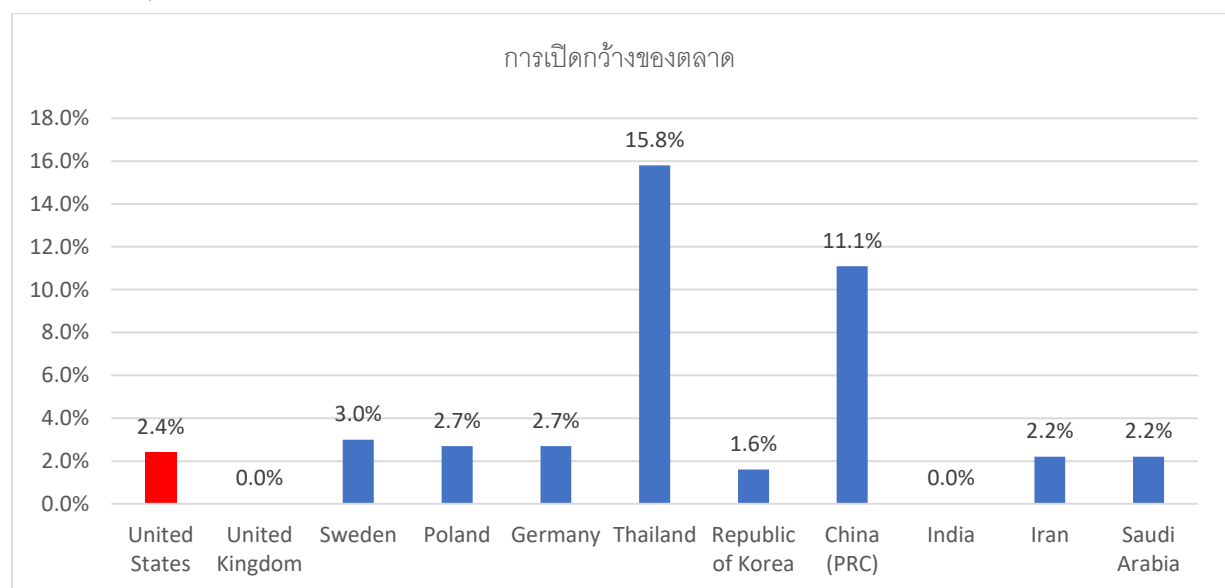
ภาพที่ 18 ปัจจัยสนับสนุน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ

ประเทศไทยมีค่าเปอร์เซ็นต์ที่ 26.3% ซึ่งเป็นค่าสูงสุดในบรรดาประเทศที่ระบุ แสดงถึงระดับการสนับสนุนที่สูงสำหรับการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่าง ๆ ในประเทศ สิ่งนี้อาจรวมถึงนโยบายที่เอื้ออำนวย การสนับสนุนทางการเงิน และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเริ่มต้นและการเติบโตของธุรกิจ สหราชอาณาจักร (8.1%) และ โปแลนด์ (2.7%) มีค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำกว่าไทยอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันอาจน้อยกว่าไทย แต่ก็ยังมีการสนับสนุนอยู่บ้าง เยอรมนี (1.4%) และ สาธารณรัฐเกาหลี (3.3%) แม้จะมีค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำ แต่ก็ยังมีการระบุถึงการสนับสนุนที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการในบางรูปแบบ สหรัฐอเมริกา สวีเดน จีน อินเดีย อิหร่าน และซาอุดีอาระเบีย (0.0%) ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ 0.0% อาจสะท้อนถึงการประเมินที่ไม่พบหรือไม่มีการระบุถึงการสนับสนุนที่ชัดเจนจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่อการเป็นผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ ในประเทศไทยเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ประเทศสามารถสร้างและรักษาการเติบโตของธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึงการส่งเสริมนวัตกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ การมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยนี้เกิดขึ้นจากหลายปัจจัยที่ทำงานร่วมกัน รวมถึงบริบททางการเมือง สถาบันและสังคม ดังนี้ (1) ความเสถียรทางการเมือง ประเทศไทยมีความเสถียรภาพทางการเมืองที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและผู้ประกอบการ ความเสถียรนี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่าจะมีนโยบายเศรษฐกิจและการลงทุนที่ต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อการวางแผนธุรกิจในระยะยาว (2) ระบบกฎหมายและสถาบันที่เข้มแข็ง การมีระบบกฎหมายและสถาบันที่ชัดเจนและเข้มแข็งในประเทศไทยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การบังคับใช้สัญญา และการมีกระบวนการที่เป็นธรรมในการจัดการกับข้อพิพาท ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการลงทุน (3) สังคมที่สนับสนุนนวัตกรรม ความเปิดรับของสังคมไทยต่อนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ สังคมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การทดลอง และการยอมรับความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนา ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างและนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ (4) การเชื่อมโยงกับตลาดโลก การเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศทำให้ประเทศไทยสามารถเข้าถึงตลาดโลกได้ง่ายขึ้น การมีส่วนร่วมในองค์กรการค้าระหว่างประเทศและข้อตกลงการค้าเสรีช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถ

ขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่ๆ (5) การสนับสนุนจากภาครัฐ รัฐบาลไทยมีโครงการและนโยบายหลายอย่างที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการให้ทุนสนับสนุน การฝึกอบรม และบริการให้คำปรึกษา ทั้งนี้ การสนับสนุนเหล่านี้ช่วยลดความเสี่ยงและช่วยให้ผู้ประกอบการมีทรัพยากรที่จำเป็นในการเริ่มต้นและขยายธุรกิจ (6) สภาพอากาศทางสังคมที่เอื้ออำนวย การมีสภาพอากาศทางสังคมที่เอื้ออำนวยซึ่งรวมถึงการมีเครือข่ายสังคมที่แข็งแกร่ง การสนับสนุนจากชุมชน และการมีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมความคิดริเริ่มช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแบ่งปันความรู้ สร้างความร่วมมือ และพัฒนาโครงการธุรกิจใหม่ ๆ การรวมกันของปัจจัยเหล่านี้ในประเทศไทยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยและสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ ๆ ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเริ่มต้นไปจนถึงการขยายธุรกิจในระดับสากล

ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 2 ของประเทศไทย: การเปิดกว้างของตลาด (Market Openness) เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ



ภาพที่ 19 การเปิดกว้างของตลาด

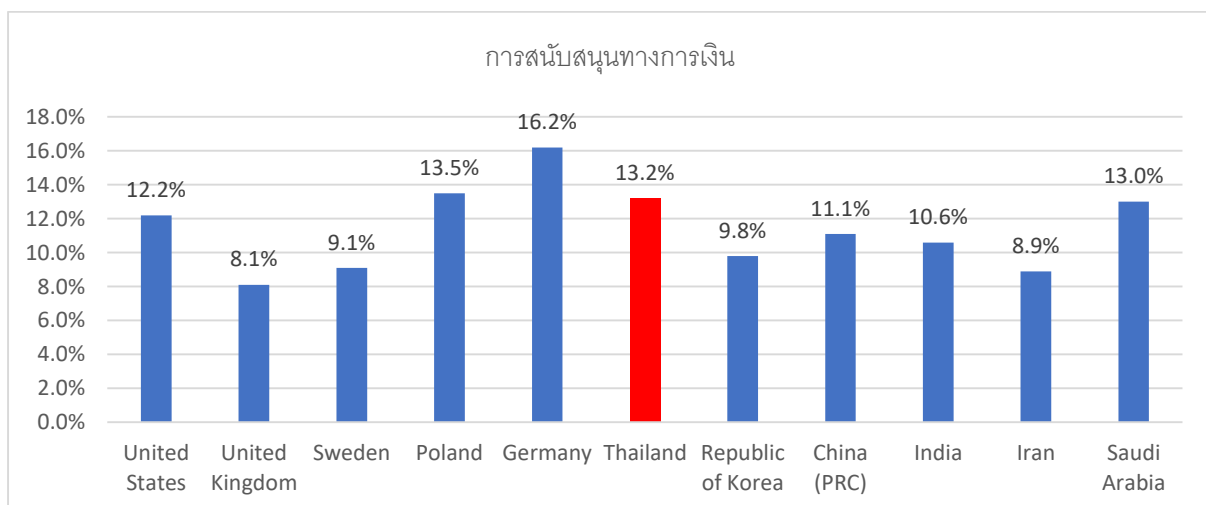
การเปิดกว้างของตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่การเข้าถึงตลาดและการแข่งขันเป็นเรื่องสำคัญต่อการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจ การเปิดกว้างของตลาดไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มโอกาสในการค้าและการลงทุนเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมนวัตกรรม การแข่งขัน และการพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ ด้วย

ประเทศไทยมีค่าเปอร์เซ็นต์การเปิดกว้างของตลาดที่ 15.8% ซึ่งถือว่าสูงเมื่อเทียบกับหลายประเทศในรายการ ค่านี้อสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดในไทยที่เอื้อต่อการเข้าถึงตลาด ทั้งในด้านการนำเข้าและการส่งออก รวมถึงการแข่งขันภายในประเทศที่เปิดโอกาสให้กับธุรกิจใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างเสรี จีน (11.1%) มีการเปิดกว้างของตลาดที่สูงตามมาหลังจากไทย แสดงถึงตลาดที่เติบโตและการเปิดรับการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ สวีเดน (3.0%) และ เยอรมนี (2.7%) แม้จะมีการเปิดกว้างของตลาดในระดับหนึ่งแต่ค่าเหล่านี้ต่ำกว่าไทย ซึ่งอาจสะท้อนถึงการควบคุมหรือข้อจำกัดบางประการในการเข้าถึงตลาด สหรัฐอเมริกา (2.4%) และ อินเดีย (0.0%) สหรัฐอเมริกามีค่าเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างต่ำ แสดงถึงการมีข้อจำกัดบางประการในการเข้าสู่ตลาด ในขณะที่อินเดียมีค่าเปอร์เซ็นต์ที่ 0.0% อาจสะท้อนถึงการมีอุปสรรคทางการตลาดที่สูงต่อการเข้าสู่ตลาดหรือการขาดโอกาสทางการตลาด

การเปิดกว้างของตลาดในประเทศไทยถือเป็นปัจจัยสนับสนุนอันดับหนึ่งต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและนอกประเทศ การแข่งขันที่เป็นธรรม และการมีโอกาสในการตลาดที่กว้างขวางช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการเติบโตและขยายธุรกิจ การสนับสนุนในด้านนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในประเทศ

การเปิดกว้างของตลาดเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนและสนับสนุนการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่การค้าและการลงทุนข้ามพรมแดนมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ปัจจัยการเปิดกว้างของตลาดไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและการเข้าถึงตลาดเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ อีกด้วย ประเทศไทย การเปิดกว้างของตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ส่งเสริมการส่งออก และเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการในประเทศได้เข้าถึงตลาดโลก รัฐบาลไทยได้ดำเนินนโยบายหลายอย่างเพื่อสนับสนุนการเปิดกว้างของตลาด เช่น การลดภาษีนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าและบริการบางประเภท การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุน และการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อการเริ่มต้นและการขยายธุรกิจ

ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 3 ของประเทศไทย: การสนับสนุนทางการเงิน (Financial support for entrepreneurship)
เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ



ภาพที่ 20 การสนับสนุนทางการเงิน

การสนับสนุนทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่สามที่สนับสนุนต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งรวมถึงการช่วยเหลือทางการเงินจากภาครัฐ การลงทุนโดยทั่วไป ธุรกรรมธนาคาร สินเชื่อ การร่วมทุน และการสนับสนุนทางการเงินในรูปแบบต่างๆ การเข้าถึงแหล่งทุนที่มีความหลากหลายและการได้รับการสนับสนุนทางการเงินที่เพียงพอเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเริ่มต้นและการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ๆ

ประเทศไทยมีคะแนนการสนับสนุนทางการเงินอยู่ที่ 13.2% ซึ่งถือว่าสูงและเป็นสัญญาณบ่งชี้ถึงระบบการสนับสนุนทางการเงินที่แข็งแกร่งสำหรับผู้ประกอบการ รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนทางการเงินโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจเล็กและกลาง (SMEs) และสตาร์ทอัพผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โปรแกรมสินเชื่อพิเศษ การรับประกันเงินกู้ และการลงทุนใน

รูปแบบของทุนเริ่มต้น เยอรมนี (16.2%) และ โปแลนด์ (13.5%) มีคะแนนสูงกว่าไทย เน้นย้ำถึงระบบการสนับสนุนทางการเงินที่แข็งแกร่งในประเทศเหล่านี้ ซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจและนวัตกรรม สาธารณรัฐเกาหลี (9.8%) และ จีน (PRC) (11.1%) มีคะแนนต่ำกว่าไทย แต่ก็แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนทางการเงินที่เป็นรูปธรรมต่อผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้ อินเดีย (10.6%) และ ซาอุดีอาระเบีย (13.0%) ทั้งสองประเทศแสดงถึงการสนับสนุนทางการเงินที่แตกต่างกัน โดยมีความพยายามในการเพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการ

การสนับสนุนทางการเงินในประเทศไทยถือเป็นหัวใจสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการเข้าถึงแหล่งทุนที่หลากหลายและการสร้างโอกาสใหม่ ๆ สำหรับธุรกิจเล็กและกลาง รวมถึงสตาร์ทอัพ การมีระบบการสนับสนุนทางการเงินที่เข้มแข็งไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตและพัฒนาได้ แต่ยังช่วยให้เศรษฐกิจไทยมีความยืดหยุ่นและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยด้านการสนับสนุนทางการเงินสามารถดำเนินการผ่านหลายแนวทางเพื่อเพิ่มโอกาสและลดอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นทั้งการเข้าถึงทุน การสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเงิน และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของธุรกิจ

ขยายการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างโปรแกรมสินเชื่อที่หลากหลาย พัฒนาโปรแกรมสินเชื่อที่ตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจหลายระดับ ตั้งแต่สตาร์ทอัพจนถึงธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ สนับสนุนการเงินแบบไม่มีหลักประกัน ส่งเสริมโครงการเงินกู้ที่ไม่ต้องการหลักประกัน เพื่อช่วยเหลือธุรกิจใหม่ที่อาจไม่มีสินทรัพย์เพียงพอ ส่งเสริมการลงทุนจากภาคเอกชน เสริมสร้างเครือข่ายนักลงทุน จัดการประชุม สัมมนา และเวทีการนำเสนอโครงการธุรกิจ (pitching events) เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับนักลงทุน ส่งเสริมการลงทุนแบบมีส่วนร่วม ใช้กลไกการลงทุนแบบมีส่วนร่วม (crowdfunding) เพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจใหม่ได้รับทุนจากสาธารณะ พัฒนาทักษะทางการเงินและการบริหาร โปรแกรมฝึกอบรมทางการเงิน จัดหลักสูตรและเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการบริหารการเงิน การวางแผนทางการเงิน และการจัดการความเสี่ยงสำหรับผู้ประกอบการ การให้คำปรึกษาทางการเงิน ให้บริการคำปรึกษาทางการเงินและการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในการตัดสินใจทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมนวัตกรรมทางการเงิน การสนับสนุนการเงินดิจิทัลและ FinTech: ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินดิจิทัล เช่น การชำระเงินออนไลน์ การให้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มการเข้าถึงแหล่งทุนและการบริการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ

สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย นโยบายที่เอื้อต่อการลงทุน: รัฐบาลควรมีนโยบายและกฎหมายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการลงทุนและการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงการลดภาระทางกฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจใหม่

บทสรุป

สำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2567 สะท้อนให้เห็นถึง สถานภาพและศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงกิจกรรม ความเป็นผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่และ ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ แม้จะมีความท้าทายจากการขาดทุนของธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการไทยยังคงมีความ คาดหวังในการเติบโตของธุรกิจสูง

การศึกษายังชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของผู้ประกอบการหญิงที่มีสัดส่วนมากกว่าผู้ประกอบการชายใน ระยะเริ่มต้น รวมถึงกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่กระจายตัวอยู่ในหลายภูมิภาคของประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการพึ่งพากำลังซื้อภายในประเทศ การขาดนวัตกรรม ในสินค้าและบริการ และการใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตเดิม

ผลการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ แสดงให้เห็นถึงจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาสำหรับ ประเทศไทย ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัย และพัฒนา และการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งและช่วยส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่าง ๆ การเปิดกว้างของตลาด และ การสนับสนุนทางการเงิน

เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ควรมีการดำเนินมาตรการ ส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการพัฒนานโยบายและมาตรการภาครัฐ การเพิ่มศักยภาพใน การถ่ายโอนความรู้และการวิจัยพัฒนา การยกระดับการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ การขยายการ เข้าถึงแหล่งเงินทุน และการส่งเสริมการเปิดกว้างของตลาด ทั้งนี้ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโต ของผู้ประกอบการและการสร้างนวัตกรรมในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

โดย ส่วนพัฒนาเครื่องมือและประมาณการเศรษฐกิจ
ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (ผวต.)
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)