

# บทสรุปผู้บริหาร

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2566 เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สถานภาพและประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทย และเพื่อศึกษาทัศนคติ ความตื่นตัว และการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มและภูมิภาค ตลอดจนเพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการเติบโตของผู้ประกอบการ แนวทางการกำหนดนโยบายและมาตรการในการ สนับสนุนการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ และการเสริมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ โดยมีการศึกษา เปรียบเทียบกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยช่วงก่อนการระบาดใหญ่ทั่วโลกของโรคโควิด-19 (ปี พ.ศ.2561) และหลังการระบาดใหญ่ทั่วโลกของโรคโควิด-19 (ปี พ.ศ.2566) การศึกษาทัศนคติ หรือความตื่นตัว เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไทยของประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากร ภูมิภาค และกิจกรรม ภาคธุรกิจเกษตร ภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ และการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิก GEM จำนวน 10 ประเทศจากทั่วโลก ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เยอรมัน สหราชอาณาจักร สวีเดน โปแลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดสาระสำคัญ ดังนี้

## ขอบเขตการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

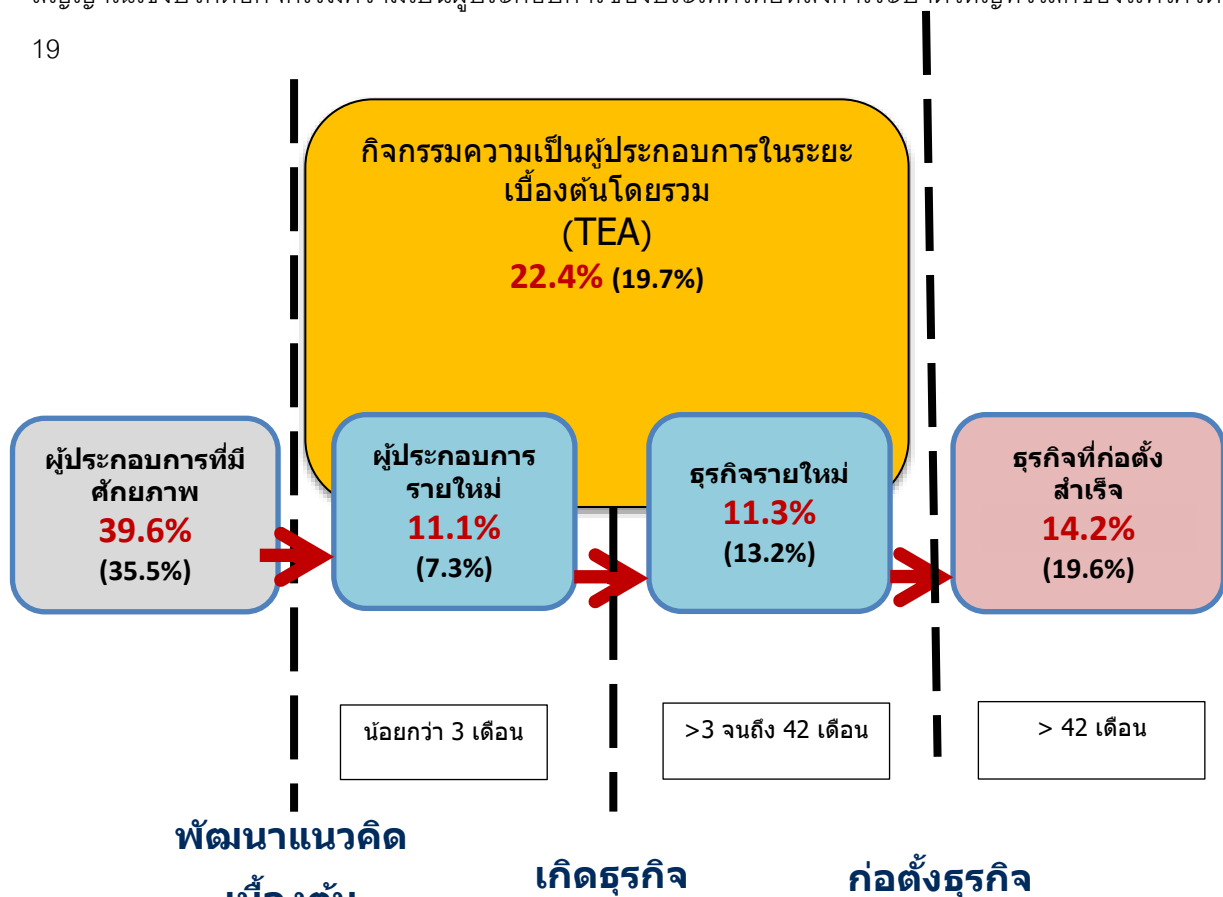
โครงการสำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2566 ในครั้งนี้ ประกอบด้วยการวิจัย 2 ส่วนหลัก คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (National Expert Survey: NES) และการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) โดยในส่วนของ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (National Expert Survey: NES) จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญใน 9 สาขา ธุรกิจ อันได้แก่ ด้านการเงิน ด้านนโยบายการเมือง ด้านการพัฒนาธุรกิจ ด้านการศึกษา ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการค้าและการบริการทางธุรกิจ ด้านการสำรวจตลาด ด้านการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านวัฒนธรรม และบรรทัดฐานสังคมจำนวนทั้งสิ้น 36 ท่านเพื่อศึกษาสถานภาพและแนวทางเสริมสร้างผู้ประกอบการของ ประเทศไทย ในส่วนของ การสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) ใช้วิธีการ ดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็น เครื่องมือในการศึกษากับกลุ่มประชากรไทยในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 2,200 ตัวอย่างทั่วประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของไทย นอกจากนี้โครงการสำรวจข้อมูลตามแนวทาง GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ปี 2566 ยังทำการศึกษาเปรียบเทียบ (Comparative study) กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการจำแนกตามภูมิภาค และจำแนกตามภาคการผลิต พร้อมทั้งยังทำการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ โดยในการคัดเลือกประเทศสมาชิกเพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบ คณะผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มประเทศตามตามระดับรายได้ (Gross Domestic Product per capita: GDP/cap) จากธนาคารโลก (World Bank) โดยประเทศระดับ A (มี GDP/cap

มากกว่า 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เยอรมัน สหราชอาณาจักร สวีเดน และสหรัฐอเมริกา ประเทศระดับ B (มี GDP/cap อยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศโปแลนด์ และประเทศระดับ C (มี GDP/cap น้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ (USD)) ประกอบด้วย ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย

## กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยปี 2566

อัตราร้อยละกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA: Total Early-stage Entrepreneurship Activity) ในปี 2566 (ร้อยละ 22.4) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นช่วงก่อนการระบาดใหญ่ทั่วโลกของโรคโควิด-19 (ปี พ.ศ.2561) ซึ่งมีอัตรา TEA เท่ากับร้อยละ 19.7 ขณะที่อัตราร้อยละของผู้ประกอบการที่มีธุรกิจอายุมากกว่า 3.5 ปีหรือธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จ ประจำปี 2566 (ร้อยละ 14.2) มีแนวโน้มลดลงจากปี 2561 (ร้อยละ 19.6) การลดลงของอัตราร้อยละของผู้ประกอบการที่มีธุรกิจอายุมากกว่า 3.5 ปีหรือธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จมาจากผลกระทบของวิกฤตการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วง 2562-2566 ซึ่งกินระยะเวลาราว 3 ปีครึ่ง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอัตราผู้ประกอบการรายใหม่ระยะตั้งไข่อายุธุรกิจน้อยกว่าสามเดือน (Nascent entrepreneur rate) (ร้อยละ 11.1) และอัตราผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (ร้อยละ 39.6) ในปี 2566 มีค่าสูงขึ้นจากปี 2561 ซึ่งแสดงให้เห็นสัญญาณเชิงบวกต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยหลังการระบาดใหญ่ทั่วโลกของโรคโควิด-

19



### พัฒนาแนวคิด

#### เบื้องต้น

ภาพที่ 1 แสดงกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการประจำปี 2566 ตามแนวทาง GEM

ที่มา: Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey (APS) 2023

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บแสดงข้อมูลในปี พ.ศ. 2561 / สัดส่วนร้อยละเปรียบเทียบจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

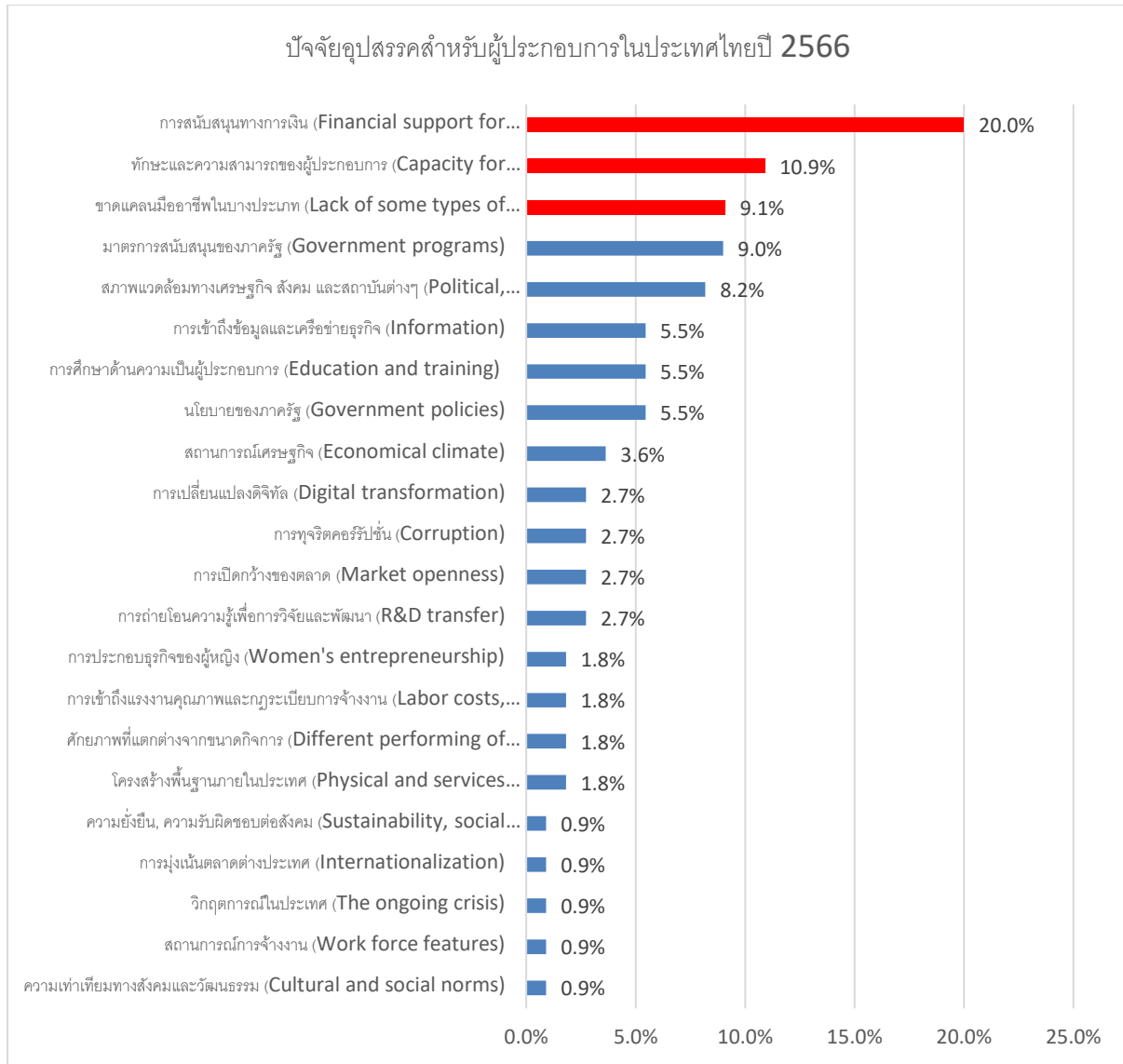
## การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยกับประเทศอื่นๆ ในปี 2566

สำหรับอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยและประเทศอื่นๆ ในปี 2566 สามารถสรุปได้ดังตาราง  
ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยและประเทศอื่นๆ ในปี 2566

	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
<b>ประเทศไทย</b>	การสนับสนุนทางการเงิน	ทักษะและความสามารถ ของผู้ประกอบการ	การขาดแคลนมืออาชีพ ในบางประเภท
<b>จีน</b>	การสนับสนุนทางการเงิน	นโยบายของภาครัฐ	สภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ สังคม และ สถาบันต่างๆ
<b>อินเดีย</b>	ความเท่าเทียมทางสังคม และวัฒนธรรม	การศึกษาด้านความเป็น ผู้ประกอบการ	ทักษะและความสามารถ ของผู้ประกอบการ
<b>อินโดนีเซีย</b>	การสนับสนุนทางการเงิน	การบริการวิชาชีพสำหรับ ธุรกิจ	ทักษะและความสามารถ ของผู้ประกอบการ
<b>ญี่ปุ่น</b>	ความเท่าเทียมทางสังคม และวัฒนธรรม	การศึกษาด้านความเป็น ผู้ประกอบการ	สถานการณ์การจ้างงาน
<b>เกาหลีใต้</b>	นโยบายของภาครัฐ	ความเท่าเทียมทางสังคม และวัฒนธรรม	การสนับสนุนทางการเงิน
<b>เยอรมนี</b>	นโยบายของภาครัฐ	ความเท่าเทียมทางสังคม และวัฒนธรรม	การสนับสนุนทางการเงิน
<b>โปแลนด์</b>	นโยบายของภาครัฐ	ทักษะและความสามารถ ของผู้ประกอบการ	สภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ สังคม และ สถาบันต่างๆ
<b>สหราชอาณาจักร</b>	การสนับสนุนทางการเงิน	มาตรการสนับสนุนของ ภาครัฐ	การศึกษาด้านความเป็น ผู้ประกอบการ
<b>สวีเดน</b>	นโยบายของภาครัฐ	ความเท่าเทียมทางสังคม และวัฒนธรรม	การสนับสนุนทางการเงิน
<b>สหรัฐอเมริกา</b>	การสนับสนุนทางการเงิน	สภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ สังคม และ สถาบันต่างๆ	นโยบายของภาครัฐ

## ปัจจัยอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการไทย ในประเทศไทยปี 2566

ผลการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (NES) สำหรับประเทศไทยในปี 2566 สามารถสรุปได้เป็นแผนภาพตามรายละเอียดดังแผนภาพ

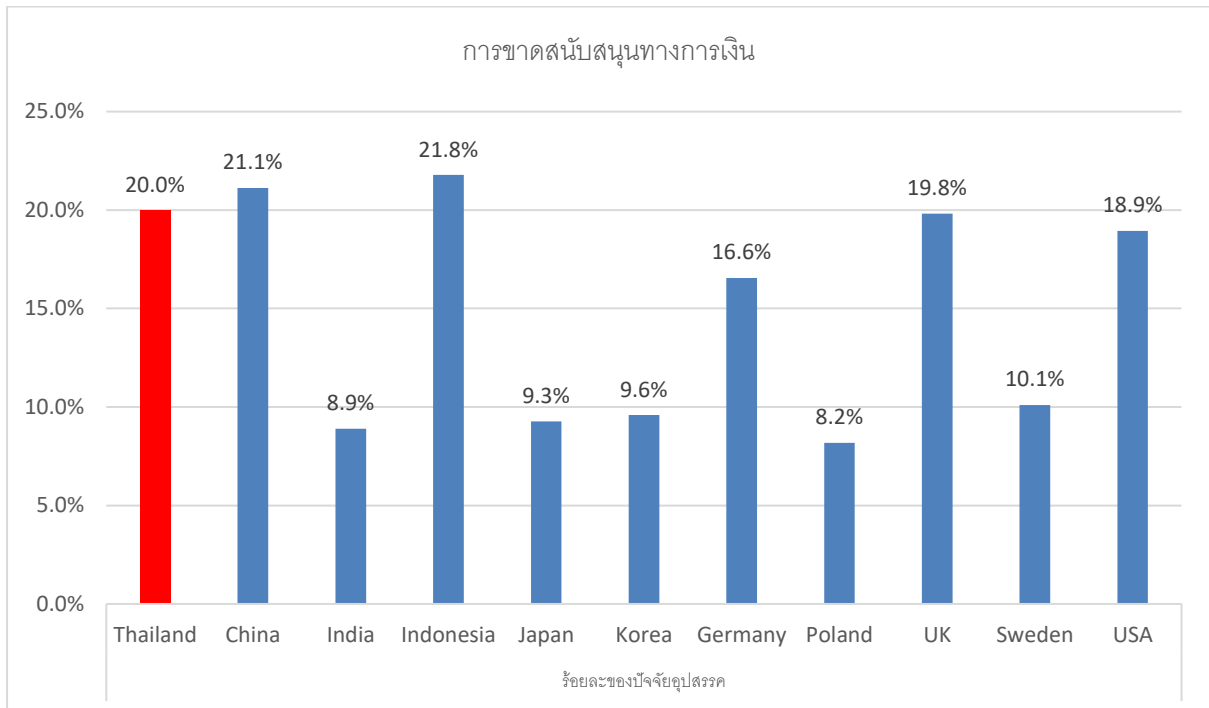


ภาพที่ 2 ปัจจัยอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยปี 2566

ปัจจัยอุปสรรค 3 อันดับแรกที่ส่งผลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย คือ การขาดการสนับสนุนทางการเงิน (Financial support for entrepreneurship) 20.0% การขาดทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ (Capacity for entrepreneurship) 10.9% และ การขาดแคลนมืออาชีพในบางประเภท (Lack of some types of professionals) 9.1%

### ปัจจัยอุปสรรคอันดับที่ 1: การขาดการสนับสนุนทางการเงิน (Financial support for entrepreneurship) ในประเทศไทยปี 2566

อุปสรรคอันดับที่ 1 เกิดจากการขาดการสนับสนุนทางการเงินเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นได้โดยทั่วไปในหลายประเทศซึ่งสำหรับประเทศไทยนี้ผลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่ามีผลเพียงระดับปานกลางเท่านั้น การขาดการสนับสนุนทางการเงินนี้แสดงภาพชัดเจนการจากสำรวจในประเทศอินโดนีเซียและจีนและมีผลกระทบต่ำที่สุดในประเทศไทย (20.0%), ประเทศเกาหลี (27.4%), ประเทศสวีเดน (27.8%) และประเทศญี่ปุ่น (27.8%)

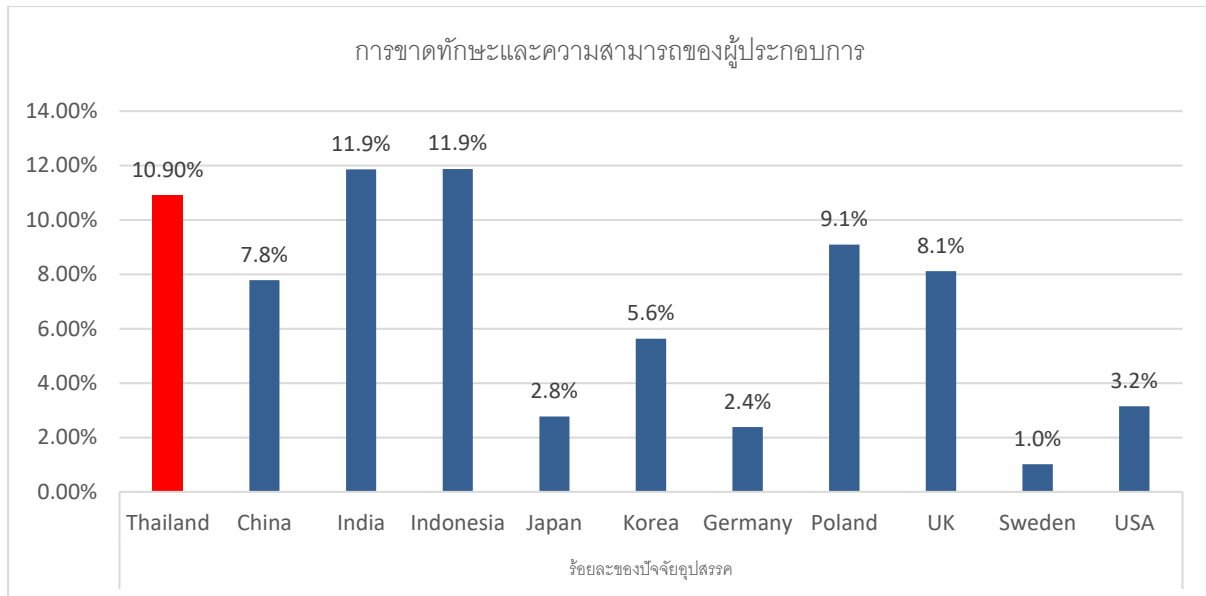


ภาพที่ 3 การขาดการสนับสนุนทางการเงินในประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆปี 2566

จากภาพ แสดงถึงร้อยละของปัจจัยอุปสรรคทางการขาดสนับสนุนทางการเงินในแต่ละประเทศที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือผู้ประกอบการใหม่ การขาดสนับสนุนทางการเงินที่นี้หมายถึงความยากลำบากในการหาแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อสำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งมักเป็นปัจจัยที่สำคัญในความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจ โดย ประเทศที่มีร้อยละการขาดสนับสนุนทางการเงินสูงที่สุดสามอันดับแรก คือ อินโดนีเซีย (21.8%) จีน (21.1%) และไทย (20.0%) นั่นหมายความว่า ผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้มีความยากลำบากมากที่สุดในการหาแหล่งเงินทุนหรือการสนับสนุนทางการเงิน

## ปัจจัยอุปสรรคอันดับที่ 2: ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทยปี 2566

อุปสรรคอันดับเกิดจากการขาดทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอื่นๆ



ภาพที่ 4 การขาดทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ปี 2566

แสดงถึงร้อยละของปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในแต่ละประเทศซึ่งมีการขาดทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ เช่น ทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ ทักษะในการวางแผนการตลาด ทักษะทางการคิดเชิงวิเคราะห์ ฯลฯ ประเทศที่มีร้อยละการขาดทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการสูงสุดสามอันดับแรก คือ อินเดีย (11.9%) อินโดนีเซีย (11.9%) และไทย (10.90%) นั่นหมายความว่า ผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้มีความยากลำบากมากที่สุดในการพัฒนาหรือการครอบครองทักษะและความสามารถที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจ

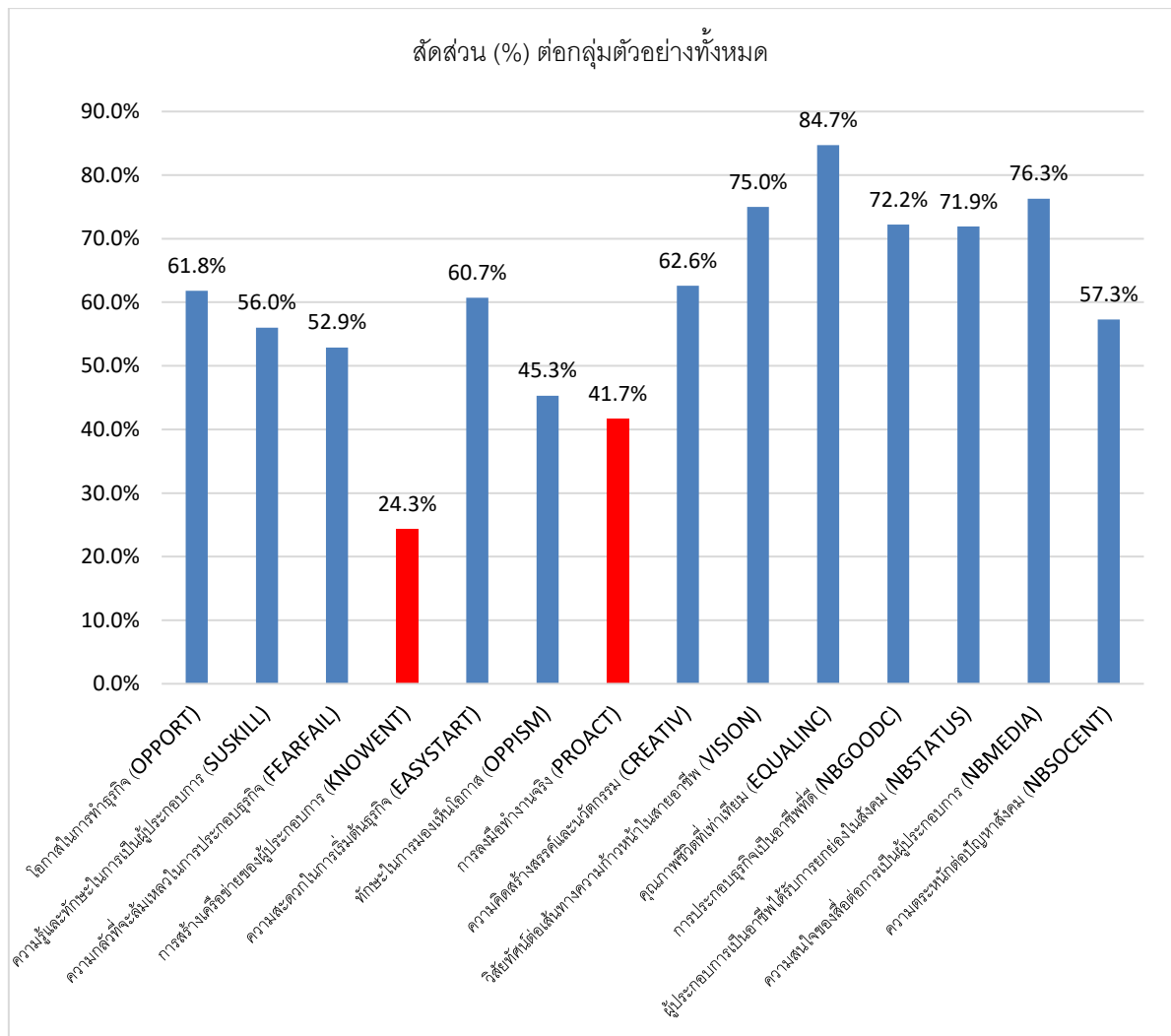
## ปัจจัยอุปสรรคอันดับที่ 3: ขาดแคลนมืออาชีพในบางประเภท (Lack of some types of professionals) ในประเทศไทยปี 2566

การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทางหรือมืออาชีพที่ต้องการในประเทศไทยเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจและผู้ประกอบการทั้งน้อยและใหญ่ โดยเฉพาะในเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และต้องการทักษะเฉพาะทางที่เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการไทยเผชิญกับปัญหานี้โดยตรง พวกเขาอาจพบเจอความยากลำบากในการหาและเก็บรักษาแรงงานที่มีทักษะในการทำงาน เพราะการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะจำเป็นในอุตสาหกรรมที่พวกเขาประกอบกิจการ

เพื่อแก้ไขปัญหานี้ สำหรับภาครัฐ สิ่งสำคัญคือการปรับปรุงระบบการศึกษาและการฝึกอบรมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็ต้องใช้วิธีการที่สร้างสรรค์ในการดึงดูดและรักษาแรงงานที่มีคุณภาพ เช่น การให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน และการให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและความก้าวหน้าในอาชีพ นอกจากนี้ การประกอบการที่ไม่สามารถหาหรือจ้างคนที่มีทักษะที่ต้องการจะต้องมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ และความสามารถในการแข่งขันของ

องค์กร การที่คนทำงานในตำแหน่งมีอาชีพน้อยลง สะท้อนถึงปัญหาเรื่องความไม่สมดุลระหว่างความต้องการ  
แรงงานและความสามารถของฝ่ายแรงงานที่มีอยู่ ทั้งนี้อาจจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องการศึกษและการฝึกอบรม  
เพื่อพัฒนาแรงงานมีอาชีพ โดยสร้างแผนการศึกษาและการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นทักษะที่ที่ต้องการและปรับตัวตาม  
การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

## ผลสำรวจการศึกษาทัศนคติหรือความตื่นตัวเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไทยในภาพรวม



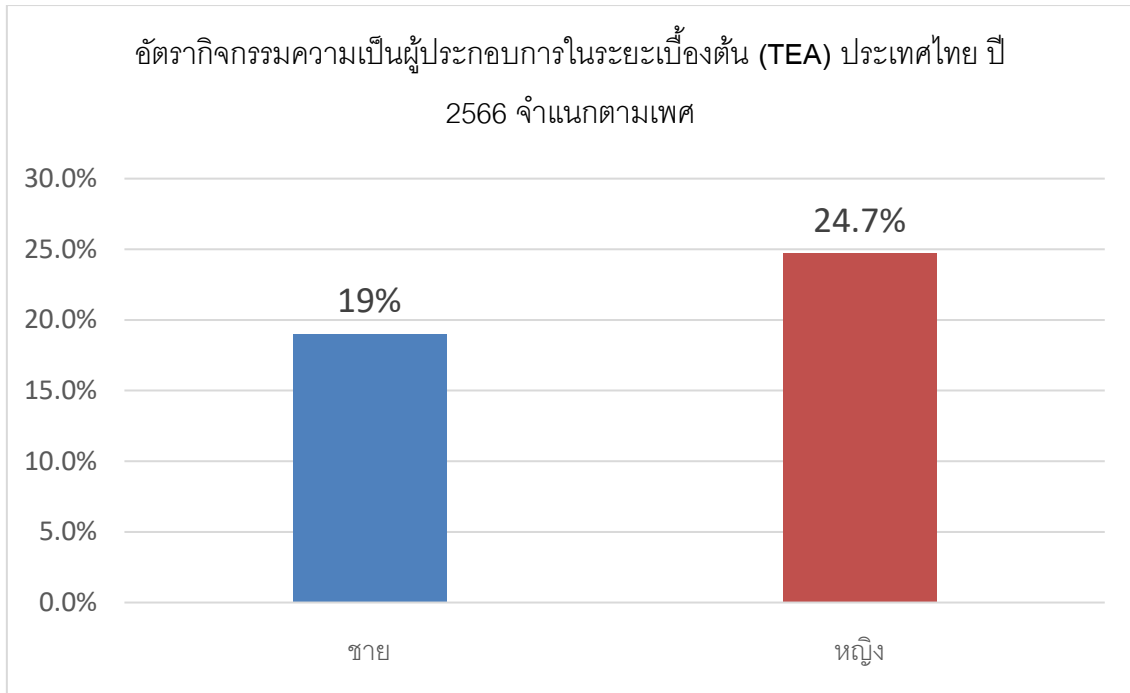
ภาพที่ 5 ทัศนคติหรือความตื่นตัวเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไทยในภาพรวม

ภาพรวมของทัศนคติทางธุรกิจในประเทศไทย โดยที่ความเชื่อมั่นในโอกาสทางธุรกิจ (OPPORT) และความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ (SUSKILL) มีสัดส่วนที่สูงสุด ในขณะที่การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ (KNOWENT) และการลงมือทำงานจริง (PROACT) มีสัดส่วนที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการพัฒนาและสนับสนุนทักษะและการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยเพื่อสร้างสภาพทางธุรกิจที่ดีและเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต



## วิถีความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี พ.ศ 2566 จำแนกตามเพศ

ในหัวข้อวิถีความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี พ.ศ 2566 จำแนกตามเพศ สามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้



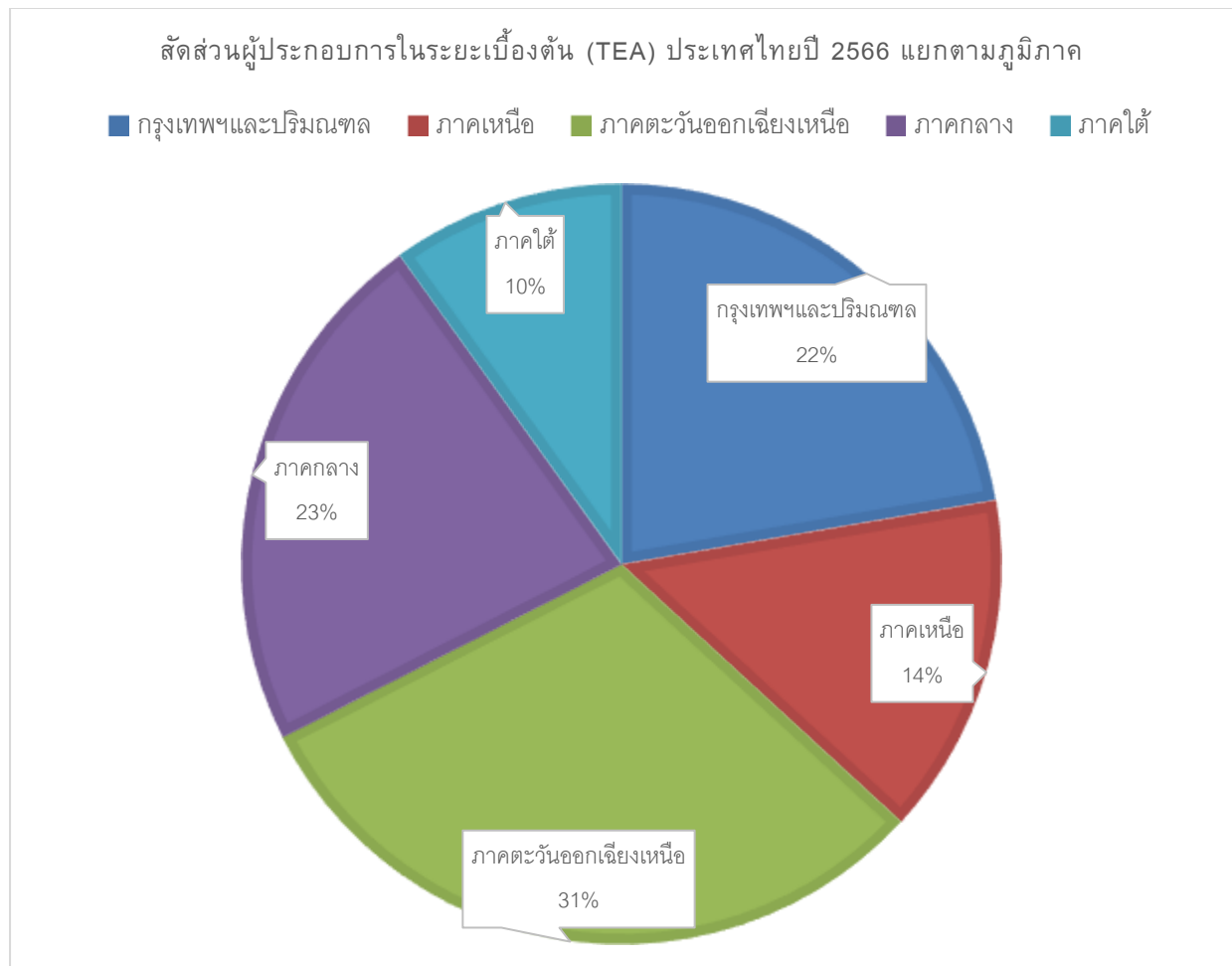
ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบร้อยละกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (Total early-stage entrepreneurial activity: TEA) ประจำปี 2566 จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาในปี 2566 พบว่า จำนวนสัดส่วนเพศหญิงในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) ของไทยมากกว่าเพศชาย โดยอัตราร้อยละกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) ของเพศชายกับ 19% ในขณะที่อัตราร้อยละกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) ของเพศหญิงเท่ากับ 24.7%

อัตราส่วนของผู้ประกอบการ TEA ระหว่างเพศหญิงและชายเท่ากับ 1.3 หมายความว่า มีผู้ประกอบการ TEA หญิง 13 คนเมื่อเทียบกับชาย 10 คน ซึ่งประเทศไทยมีอัตราส่วน TEA ระหว่างเพศหญิงและชายเท่ากับระดับต้นๆ ของโลก เนื่องจากเฉลี่ยระดับโลกของอัตราส่วนผู้ประกอบการ TEA ระหว่างเพศหญิงและชายในปี 2565 คือ 0.79

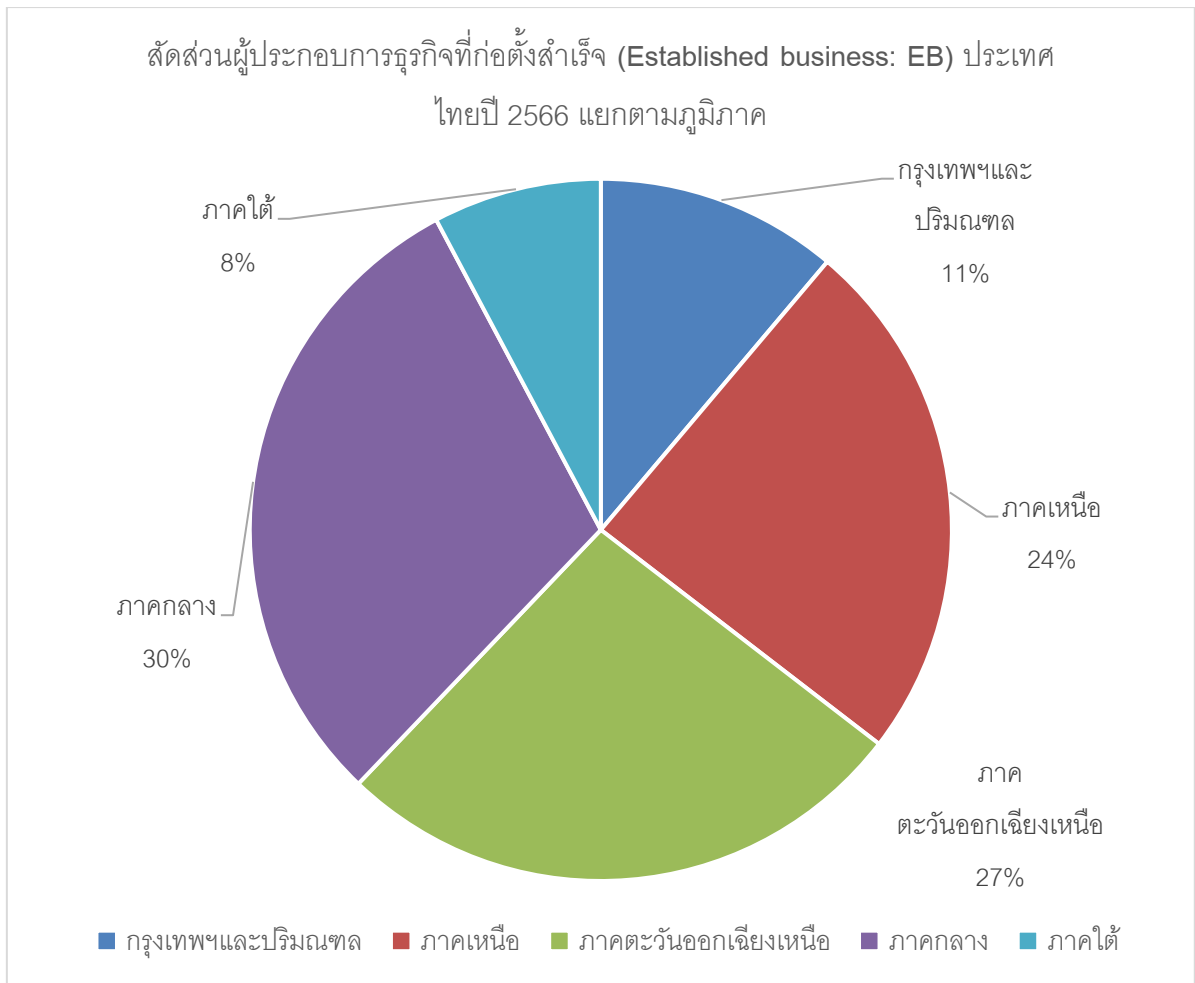
## สัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละระยะกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย แยกตามภูมิภาค

ประเทศไทยมีตัวเลขการดำเนินกิจกรรมด้านความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงประมาณเกือบ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดในปัจจุบันที่เริ่มต้นกิจการไม่ว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจคนเดียวหรือมีพันธมิตรคนเดียวหรือมากกว่านั้นก็ตาม ธุรกิจสตาร์ทอัพเหล่านี้มีการดำเนินกิจการอยู่ในช่วงระยะสามเดือนแรกธุรกิจที่มีอายุมากกว่าสามเดือนเป็นกิจการที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่กำลังดำเนินกิจการอยู่และนับเป็นจำนวนกว่า 41% ซึ่งภาคใต้ของประเทศไทยนั้นเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมด้านความเป็นผู้ประกอบการตามมาด้วยพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล (กรุงเทพฯ, นนทบุรี, สมุทรปราการและปทุมธานี)



ภาพที่ 7 สัดส่วนผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ประเทศไทยปี 2566 แยกตามภูมิภาค

จากภาพ พบว่า ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) มีสัดส่วนมากที่สุดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (31%) รองลงมา คือ เขตภาคกลาง (23%) พื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล (22%) ภาคเหนือ (14%) และ ภาคใต้ (10%) ตามลำดับ

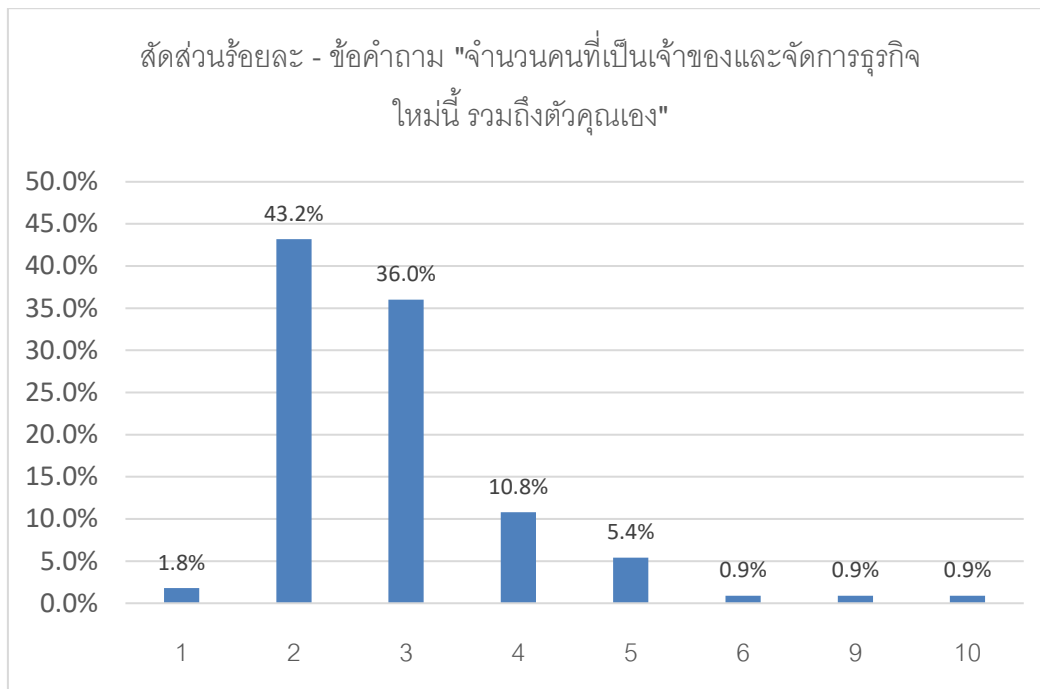


ภาพที่ 8 สัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จ (Established business: EB) ประเทศไทยปี 2566 แยกตามภูมิภาค

จากภาพ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่ก่อตั้งสำเร็จ (Established business: EB) มีสัดส่วนมากที่สุดในเขตภาคกลาง (30%) รองลงมา คือ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (27%) ภาคเหนือ (24%) พื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล (11%) และ ภาคใต้ (8%) ตามลำดับ

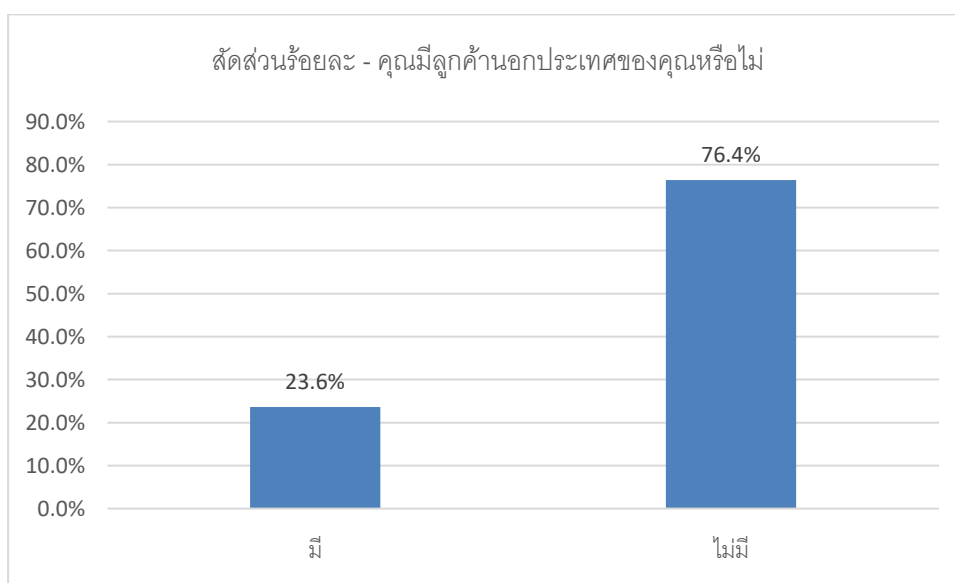
การวิเคราะห์สถานการณ์ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2566 พบประเด็นสาระสำคัญที่น่าสนใจ ดังนี้

ประเด็นที่ 1: แนวโน้มการประกอบกิจการใหม่ในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว

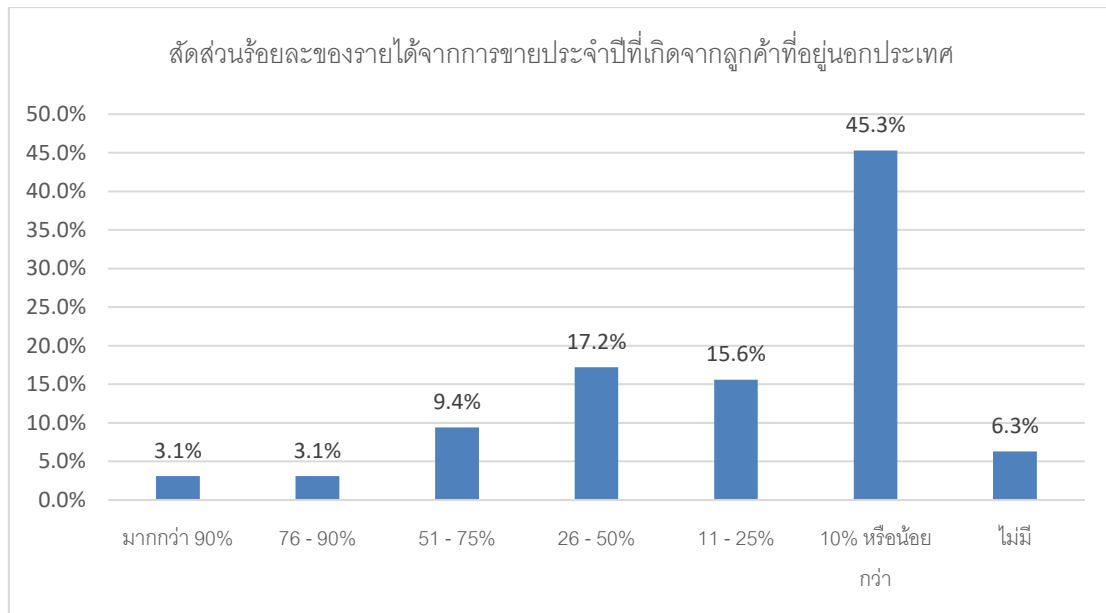


ภาพที่ 9 แสดงสัดส่วนจำนวนคนที่เป็นเจ้าของและจัดการธุรกิจใหม่

ประเด็นที่ 2: รายได้หรือยอดขายของกลุ่มผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ยังคงพึ่งพากำลังซื้อภายในประเทศเป็นหลัก

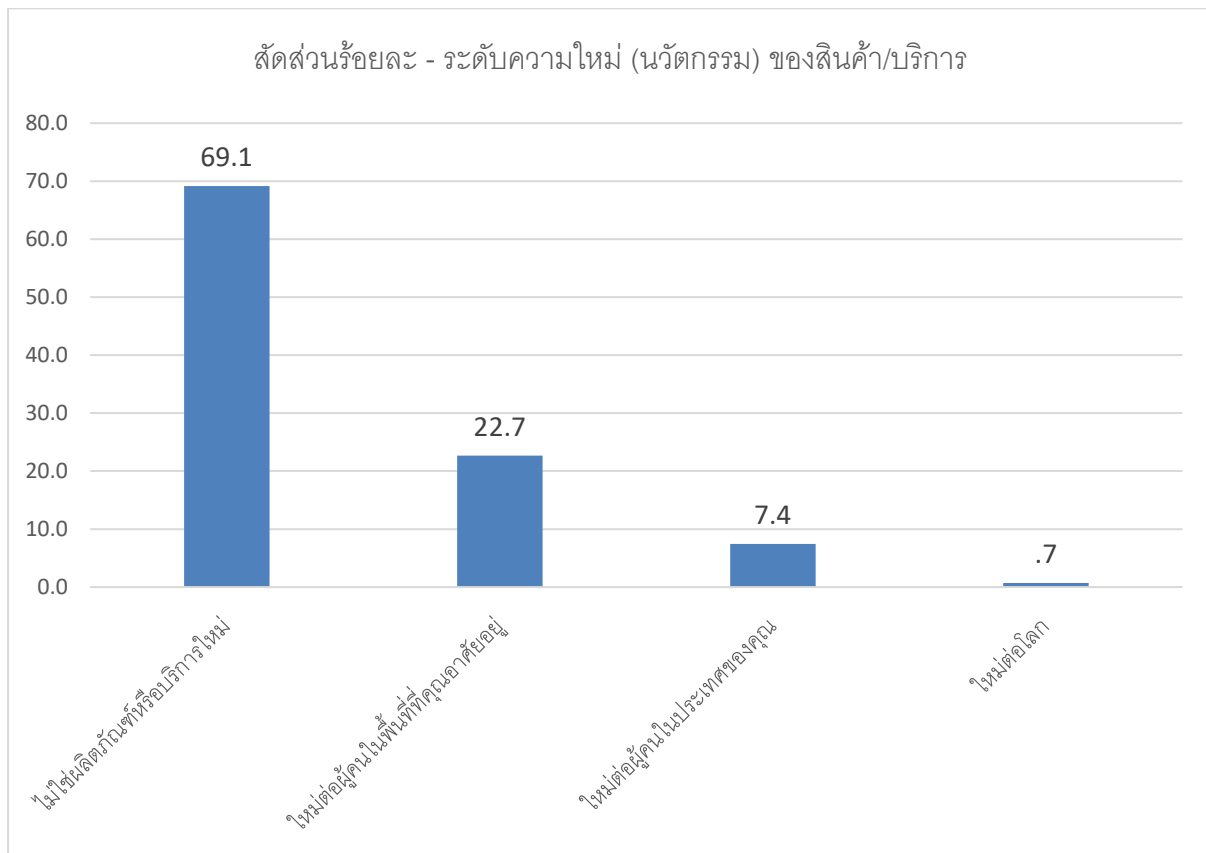


ภาพที่ 10 แสดงสัดส่วนลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศ



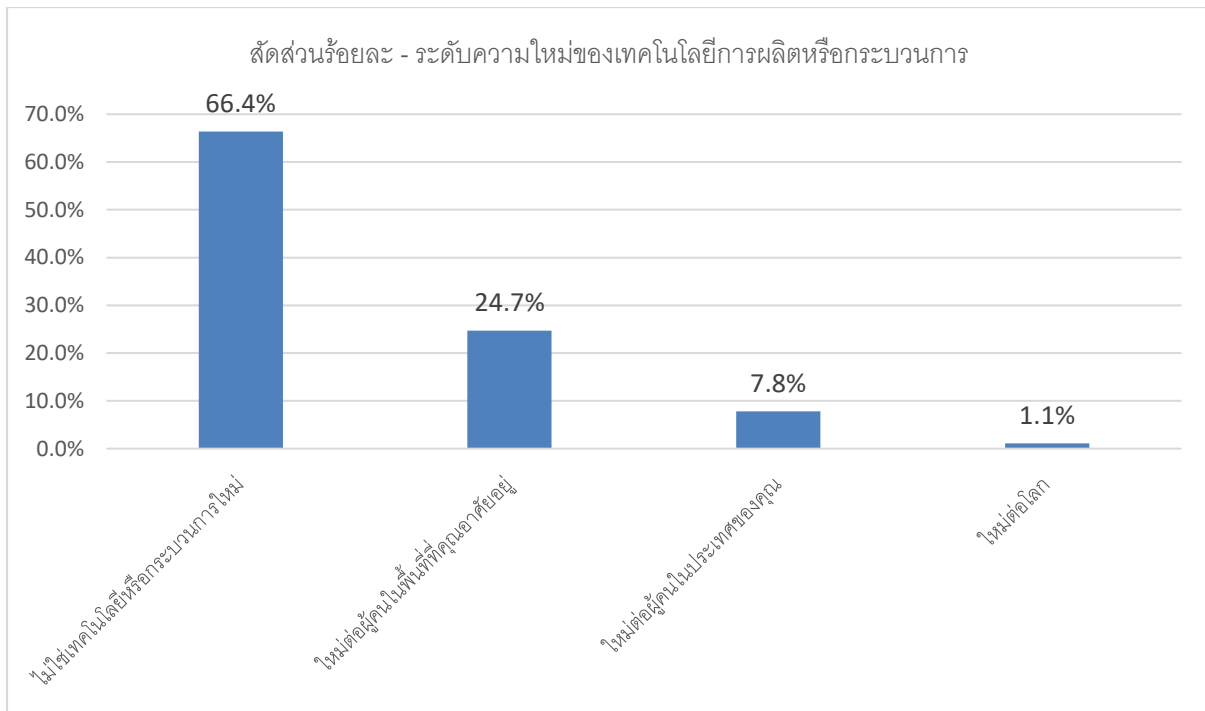
ภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการขายประจำปีที่เกิดจากลูกค้าที่อยู่นอกประเทศ

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



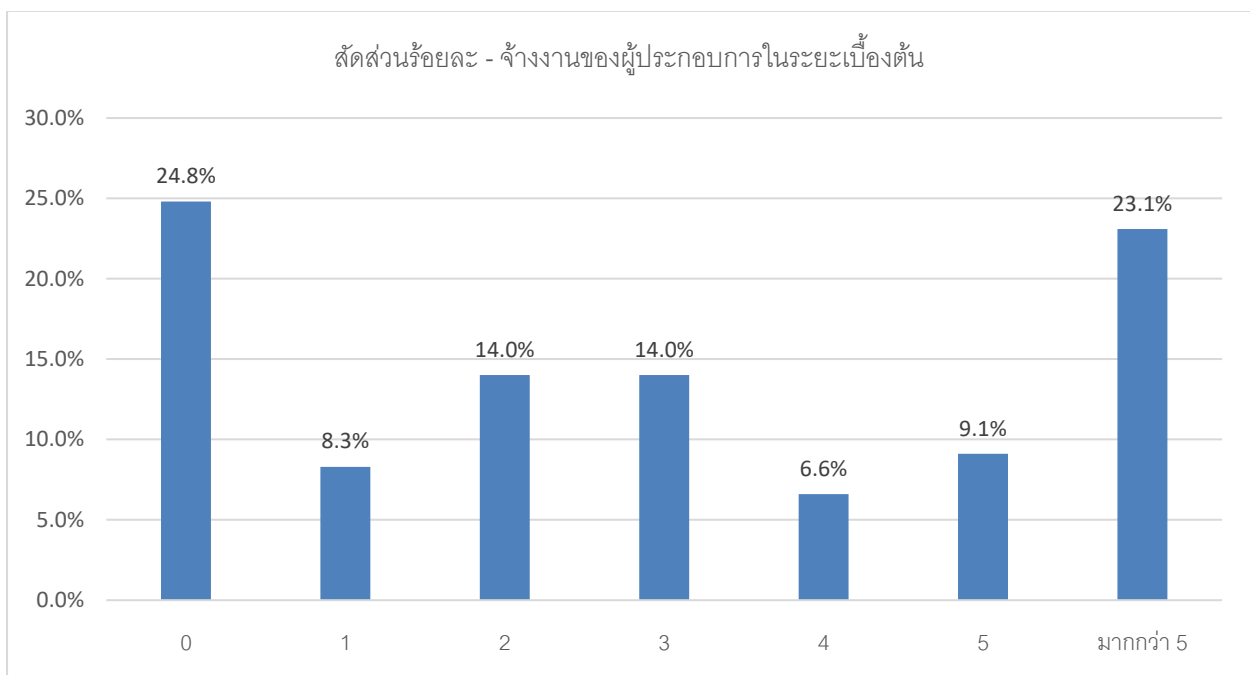
ภาพที่ 12 แสดงระดับความใหม่ (นวัตกรรม) ของสินค้า/บริการ- ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)

**ประเด็นที่ 4: ส่วนใหญ่ยังคงใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตเดิม**

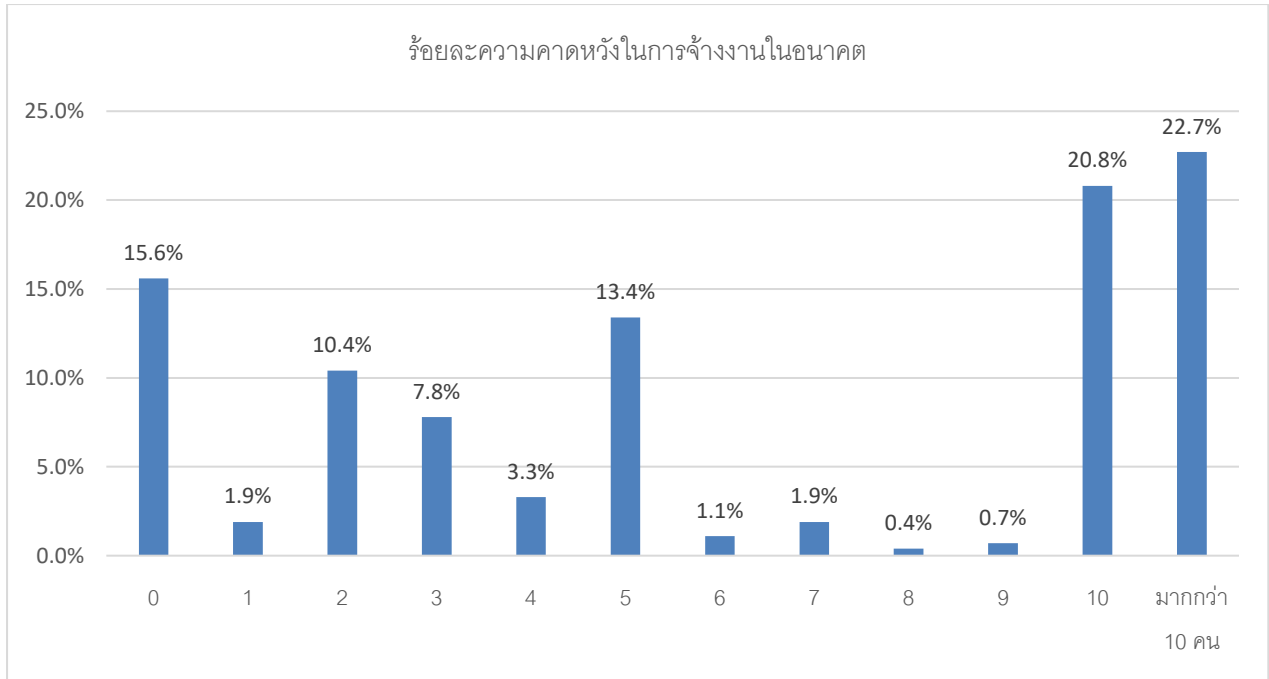


ภาพที่ 13 แสดงระดับความใหม่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือกระบวนการ – ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)

**ประเด็นที่ 5: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการโดยไม่มีการจ้างงาน แต่มีแนวโน้มการจ้างงานในอนาคตภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า**

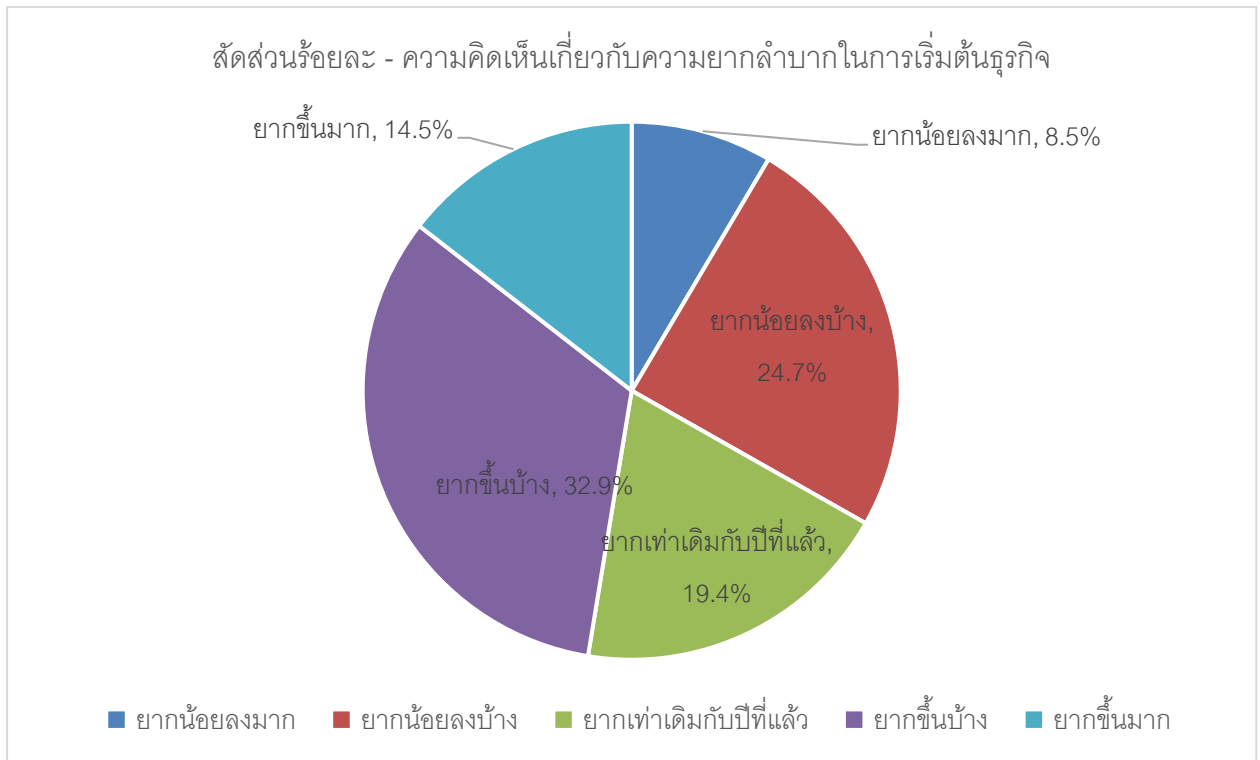


ภาพที่ 14 แสดงการจ้างงาน – ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA)



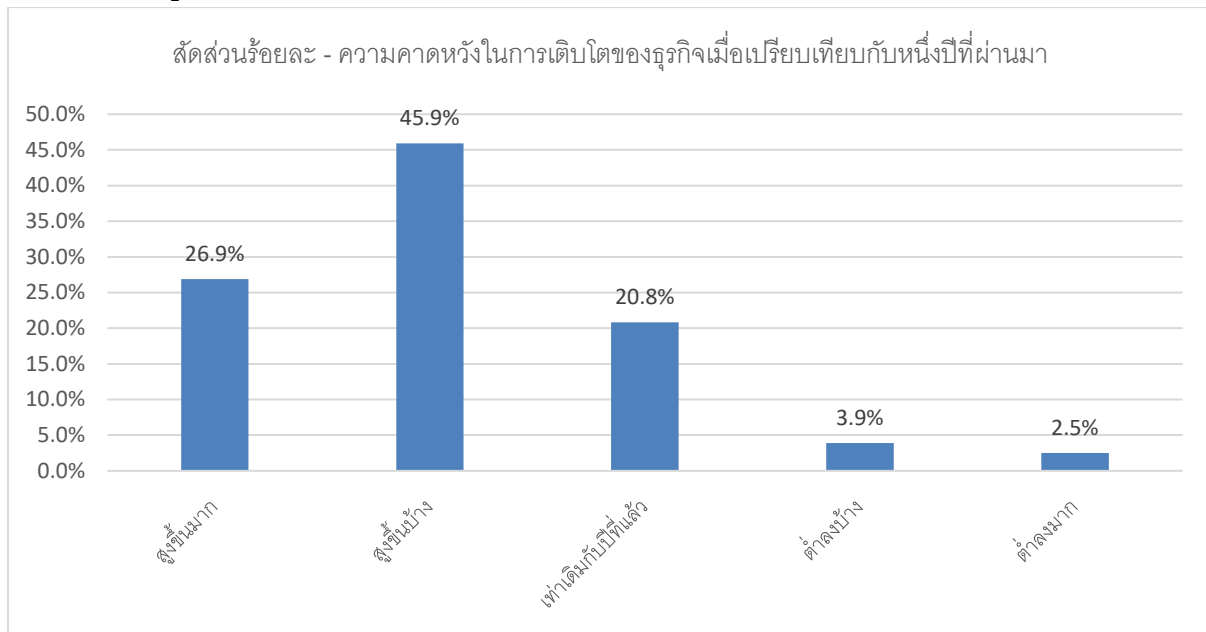
ภาพที่ 15 แสดงความคาดหวังในการจ้างงานในอนาคต

ประเด็นที่ 6: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) การเริ่มต้นธุรกิจยากมากขึ้นระหว่างปีปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหนึ่งปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากลำบากในการเริ่มต้นธุรกิจ

ประเด็นที่ 7: ผู้ประกอบการในระยะเบื้องต้น (TEA) มีความคาดหวังในการเติบโตของธุรกิจ

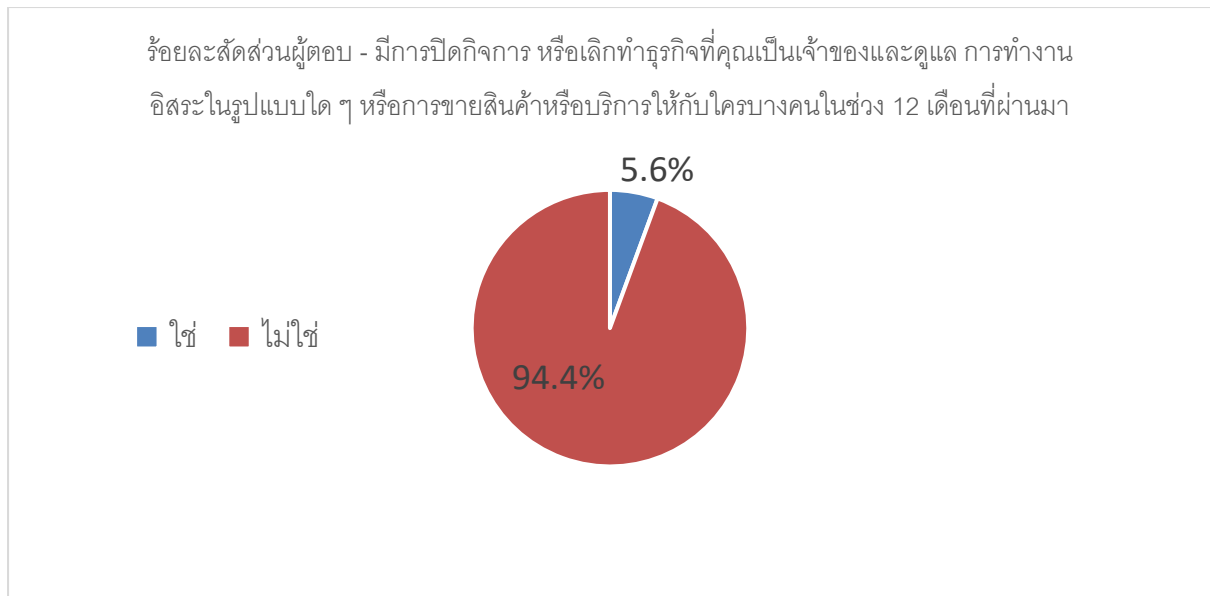


ภาพที่ 17 แสดงความคาดหวังในการเติบโตของธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับหนึ่งปีที่ผ่านมา

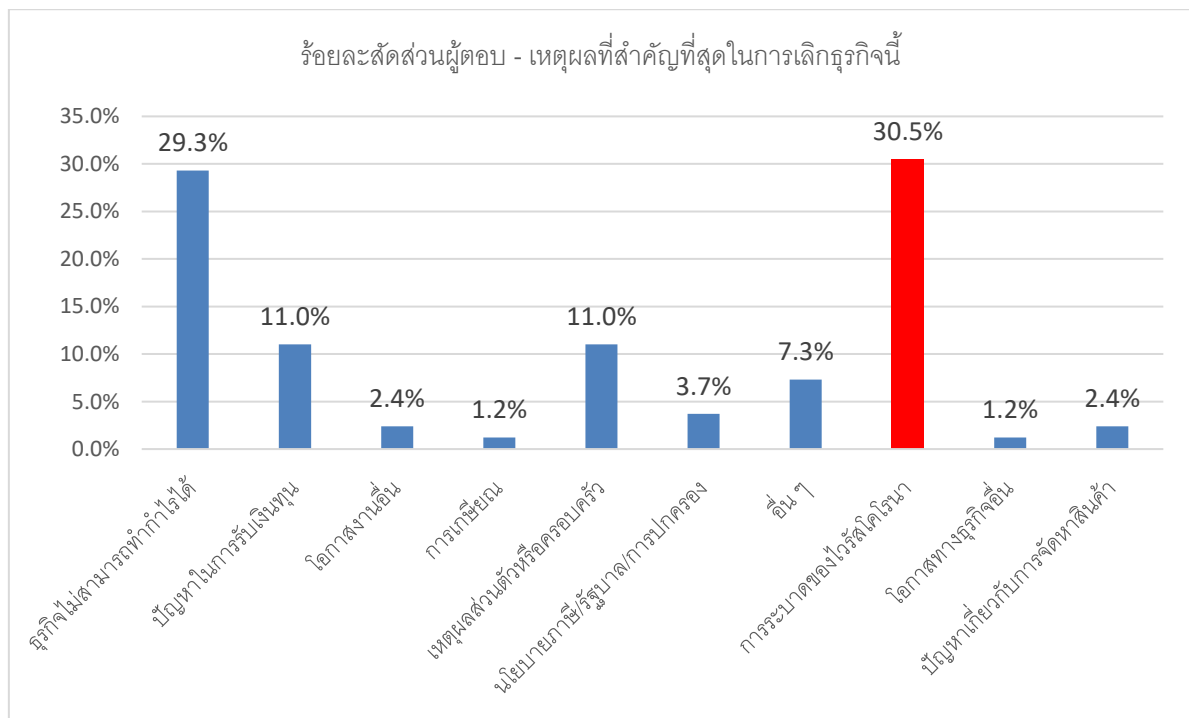


## อัตราการยุติกิจการ

อัตราการยุติกิจการ (Business Exit Rate) ของประเทศไทยตามแนวทางของ GEM อยู่ที่ 5.6% โดยสาเหตุหลัก คือ การระบาดของ Covid-19 (30.5%) และการขาดทุน (29.3%)



ภาพที่ 18 สัดส่วนการปิดกิจการ หรือเลิกทำธุรกิจที่คุณเป็นเจ้าของและดูแล การทำงานอิสระในรูปแบบใด ๆ หรือการขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบางคนในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา



ภาพที่ 19 แสดงเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลิกธุรกิจนี้

## ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Youth Entrepreneurs)

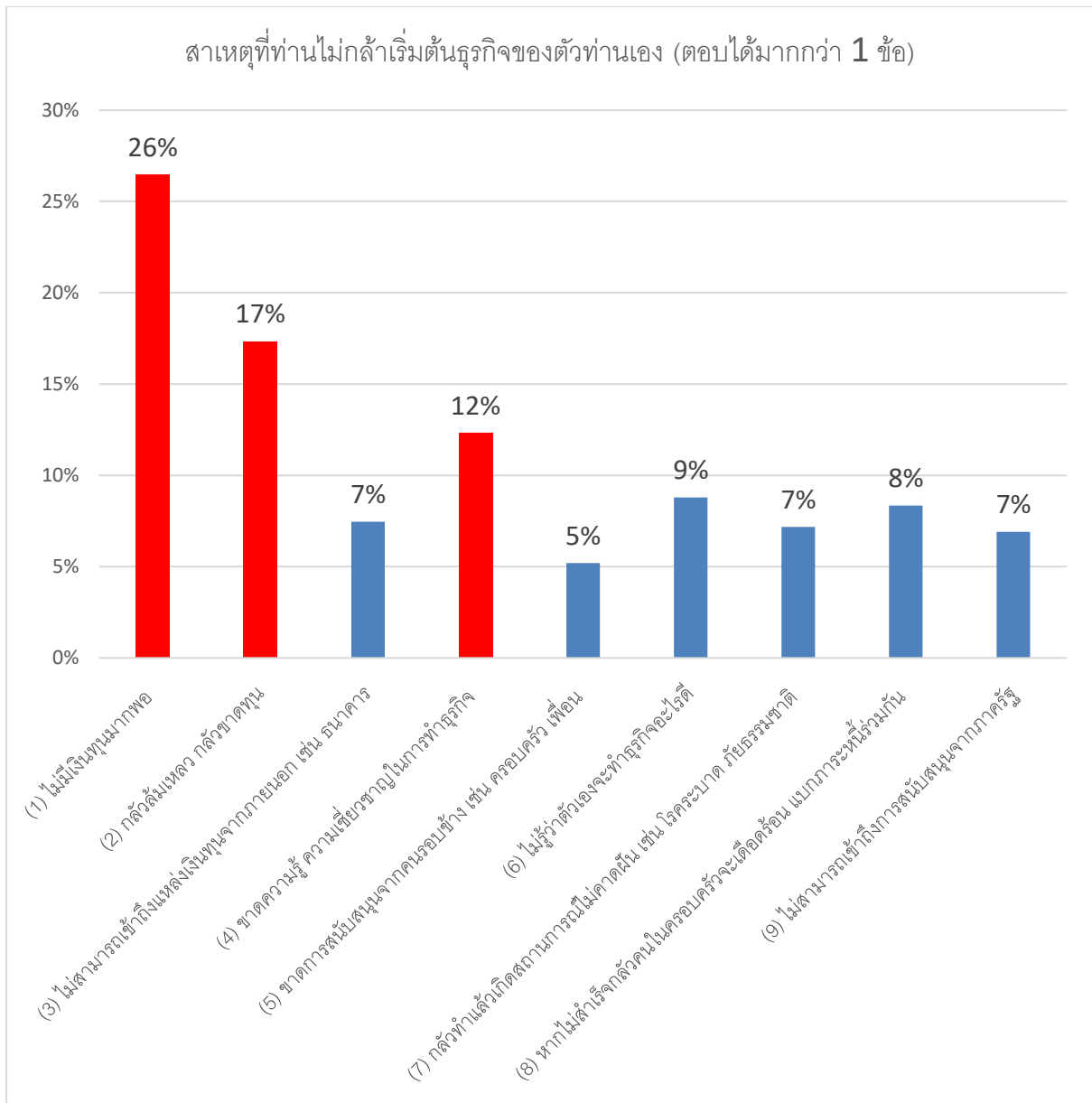
การศึกษาทัศนคติ การรับรู้และพฤติกรรมของเยาวชนไทยและผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เกี่ยวกับการริเริ่มธุรกิจใหม่ การเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืน และการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการริเริ่มหรือประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Youth entrepreneurship) มองว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขายสินค้าหรือบริการมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน (4.49) แต่ยังคงมองว่าตนเองมีความเข้าใจ ทักษะความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการริเริ่มหรือประกอบธุรกิจในระดับที่ยังสามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ (4.05) โดยการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัลเป็นความท้าทายใหม่สำหรับผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ด้วยความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในการขายสินค้าและบริการ มันจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจ ทักษะและความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัล จึงได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังต่อไปนี้ (1) การศึกษาและฝึกอบรมสร้างโปรแกรมฝึกอบรมและสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะด้านดิจิทัล สนองการใช้เครื่องมือที่จำเป็นและวิธีการประกอบธุรกิจออนไลน์ นักธุรกิจรุ่นใหม่จะได้รับความรู้และความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (2) การสนับสนุนและบริการทางด้านเทคโนโลยี สร้างศูนย์บริการที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์สามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การให้ทุนการศึกษาและสนับสนุนทางการเงิน กำหนดเงินทุนหรือสนับสนุนการลงทุนในการศึกษาและการฝึกอบรมด้านดิจิทัล และให้สนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจในเชิงดิจิทัล (4) สนับสนุนการสร้างเครือข่าย ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการรุ่นเยาว์และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี โดยจะช่วยให้สามารถแบ่งปันความรู้และสร้างความร่วมมือได้ (5) การปรับปรุงระบบการศึกษา รวมเนื้อหาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดิจิทัลลงในหลักสูตรการศึกษาทั่วไป และเพิ่มวิชาเลือกที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาและผู้สนใจ และ (6) การรณรงค์และการส่งเสริม แนะนำและส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัลและความสำคัญของมันในการประกอบธุรกิจผ่านสื่อต่างๆ

ในแง่ของแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงความรับผิดชอบ 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) การกำกับดูแล (Good governance) พบว่า ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Youth entrepreneurship) ปัจจุบันมีการคำนึงถึงแนวคิดดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลกระทบทางธรรมาภิบาล (4.30) ผลกระทบทางสังคม (4.28) และผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (4.24) ตามลำดับ

ผลการสำรวจแสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และค่านิยมของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ โดยเน้นการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีการปรับตัวและพัฒนาที่เข้ากับความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของสังคมและโลกในปัจจุบันและอนาคต

สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Youth entrepreneurship) มีความสนใจและเห็นคุณค่าในการประกอบกิจการที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล พวกเขายังเห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันและมีทักษะด้านดิจิทัลที่ดี ความเห็นแบบนี้สะท้อนถึงแนวโน้มทางธุรกิจที่เน้นการพัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการในแนวทางที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน



ภาพที่ 20 สาเหตุที่ไม่กล้าเริ่มต้นธุรกิจ

ข้อมูลดังกล่าวถึงด้านบนนั้นเป็นผลรวมของสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Youth entrepreneurship) ไม่กล้าเริ่มต้นธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

- ไม่มีเงินทุนมากพอ (26%) ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์มีปัญหาเรื่องเงินทุน ซึ่งเป็นอุปสรรคหลักในการเริ่มต้นธุรกิจ
- กาลังล้มเหลว กาลังขาดทุน (17%) ความกลัวในการล้มเหลวหรือขาดทุนเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคที่ทำให้ไม่กล้าเริ่มต้น
- ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจ (12%) ต้องการความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการจัดการธุรกิจ

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่หยุดยั้งผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการเริ่มต้นธุรกิจ วิธีแก้ไขปัญหาล่าช้านี้ ต้องมีการร่วมมือจากภาครัฐและต่างๆ ดังนี้

1. ไม่มีเงินทุนมากพอ (26%)

- สร้างกองทุนรองรับ ภาครัฐสามารถจัดตั้งกองทุนพิเศษเพื่อรองรับการกู้ยืมหรือสนับสนุนเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ
- ส่งเสริมการลงทุนจากภาคเอกชน ให้สนับสนุนและส่งเสริมให้บริษัทเอกชนหรือนักลงทุนเข้ามาลงทุนในธุรกิจรุ่นใหม่

2. กลัวล้มเหลว กลัวขาดทุน (17%)

- การประกันความเสี่ยง มีโครงการประกันที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อลดความกังวลในการล้มเหลว
- โครงการบ่มเพาะ ให้ความช่วยเหลือและคำปรึกษาตลอดจนการสนับสนุนอื่นๆ เพื่อเพิ่มความมั่นใจและความสามารถในการจัดการความเสี่ยง

3. ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจ (12%)

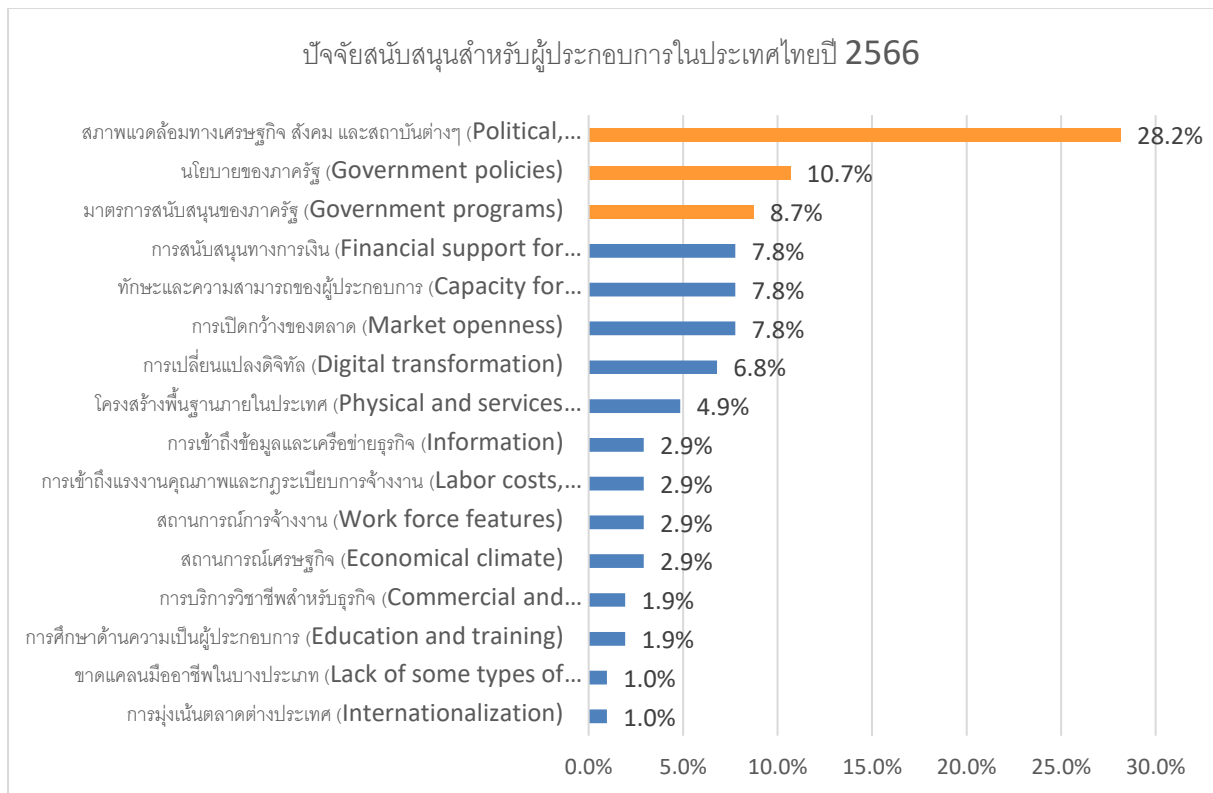
- โครงการฝึกอบรมและสนับสนุน จัดการอบรมเฉพาะทางในด้านจัดการธุรกิจ การเงิน และการตลาด
- การสนับสนุนจากเมนเทอร์: ส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์เป็นเมนเทอร์สำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่

จากแนวทางนโยบายภาครัฐดังกล่าว สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ลดอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจได้ และส่งเสริมให้ธุรกิจของพวกเขาเติบโตอย่างยั่งยืน การผลักดันนโยบายเหล่านี้ต้องการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอื่นๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถสร้างและขยายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

## ศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย ข้อเสนอแนะและมาตรการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยในอนาคต

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ ด้านศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยพบว่าประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมในด้าน 1.) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ (Political, institutional and social context) 2.) นโยบายของภาครัฐ (Government policies) และ 3.) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (Government programs)

ผลการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (NES) สำหรับประเทศไทยในปี 2566 สามารถสรุปได้เป็นแผนภาพตามรายละเอียดดังแผนภาพ



ภาพที่ 21 ปัจจัยสนับสนุนสำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยในปี 2566

### ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 1: สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ (Political, institutional and social context) ในประเทศไทยปี 2566

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (NES) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยสนับสนุนและเอื้ออำนวยต่อการประกอบการธุรกิจในประเทศไทย คือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ (Political, institutional and social context) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยในความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

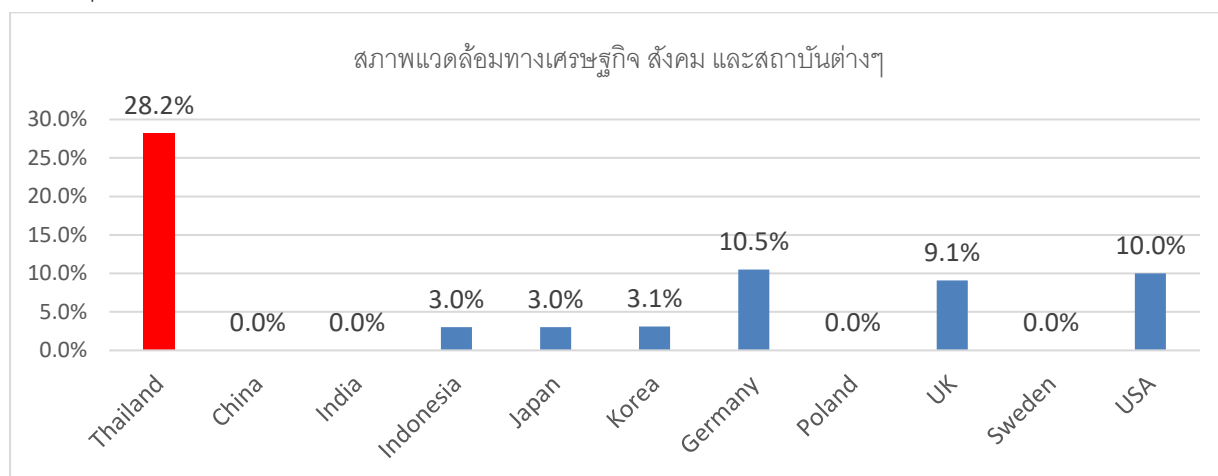
- ความคิดสร้างสรรค์: ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ทำให้นักธุรกิจสามารถสร้างโอกาสใหม่ๆ และค้นหาวิธีที่แปลกใหม่ในการแก้ไขปัญหา
- เศรษฐกิจเอเซียที่กำลังเติบโต: เศรษฐกิจของภูมิภาคเอเซียที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญสำหรับนักลงทุน

- ความเข้มแข็งของภาคเอกชน: ภาคเอกชนของไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่ดี สามารถตอบสนองต่อเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงได้
- ทุนการศึกษาทางการประกอบการ: มีการสนับสนุนการศึกษาทางการประกอบการทั้งในระดับมัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัย ช่วยเตรียมความพร้อมให้กับนักธุรกิจรุ่นใหม่
- การขยายตัวหลัง Covid ของธุรกิจท่องเที่ยว: ด้วยความที่ไทยเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ธุรกิจท่องเที่ยวของไทยมีโอกาสในการฟื้นตัวหลังจากวิกฤติ Covid
- สิ่งอำนวยความสะดวก: มีระบบอินฟราสตรักเจอร์ที่ดี เช่น การเข้าถึงการเงิน, ทุน, และความช่วยเหลือทางการศึกษา ทำให้การประกอบธุรกิจในประเทศไทยนั้นสะดวกและไม่ซับซ้อน
- ทรัพยากรทางการเกษตร: ด้วยความที่ไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีทรัพยากรสำหรับการผลิตสินค้าและการบริโภคที่เหมาะสม
- ผู้ประกอบการภาค MSMEs ได้รับความสนใจ: รัฐบาลไทยให้ความสำคัญและสนับสนุนผู้ประกอบการ MSMEs ทั้งในด้านการก่อตั้ง, การสนับสนุนทุน และการภาษีที่เป็นธรรม
- ความรู้และเทคโนโลยีพื้นฐาน: มีการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการประกอบธุรกิจ

ในส่วนสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ (Political, institutional and social context) ยังพบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจไทยมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรและส่งเสริมการทำธุรกิจ โดยมีสภาพการเงินที่เสถียร การบริโภคสูง และทางเลือกในการลงทุนที่หลากหลาย เนื่องจากมีทั้งอุตสาหกรรมที่มีพื้นฐานและธุรกิจเริ่มต้นที่ใหม่ๆ กอปรกับสังคมประเทศไทยมีความมั่นคงทางสังคมและไม่มีความขัดแย้งที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับความรุนแรงทางสังคม นอกจากนี้ ประเทศไทยมีสถาบันที่ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจ เช่น มีกฎหมายในการคุ้มครองลิขสิทธิ์ และการจัดสภาพการณ์การค้าที่ส่งเสริมการทำธุรกิจที่หลากหลาย สถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยมีบทบาทในการส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนาทักษะใหม่ๆ ด้วยเหตุผลดังกล่าว สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยและส่งเสริมการประกอบธุรกิจในประเทศไทย

นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากภาคการท่องเที่ยว โดยหลังจากการเปิดประเทศอย่างเป็นทางการของจีน โดยผ่านคลายมาตรการการรับมือสถานการณ์โควิด-19 ในเป็นสัญญาณของ “จุดสิ้นสุดของวิกฤตโควิด-19” ที่กระทบต่อภาคการท่องเที่ยว หลังไทยได้ประกาศเปิดประเทศอย่างเป็นทางการในเดือนมิถุนายน 2565 ส่งผลให้รายได้ภาคการท่องเที่ยวในปี 2565 ขยับเพิ่มขึ้น จากแรงขับเคลื่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยที่ฟื้นตัวถึงระดับ 89% (เทียบกับปี 2562) สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มเห็นสัญญาณฟื้นตัวชัดเจนแต่ยังอยู่ที่ระดับ 28% แต่จะเห็นได้ว่าการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวมีความไม่สมดุลของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยว โดยพบว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวเพียง 59.5% ซึ่งต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาที่ 31.7% สูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น สะท้อนพฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่ต่างไปจากเดิม ขณะที่โครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยว

ภายในประเทศไทยกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น แนวทางการดำเนินกิจกรรมประกอบด้วย 1. การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยจากต่างประเทศ โดยเน้นการนำเสนอฟลัศจรรย์ (Soft power) เช่น “ความเป็นไทย” ผ่านการตลาดดิจิทัลและกิจกรรมทางการตลาด (ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 ของดัชนีพลังศรัทธา (soft power) ระดับโลกประจำปี 2022 (จาก 120 ประเทศ ทำให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 6 ของเอเชีย และอันดับที่ 2 ของ ASEAN) 2. กระตุ้นท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งขึ้น 3. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เผยแพร่และสร้างกระแสการเดินทางภายในประเทศ ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand, Amazing New Chapters 4. การยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป้าหมายของโครงการฯ เพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามเป้าหมาย



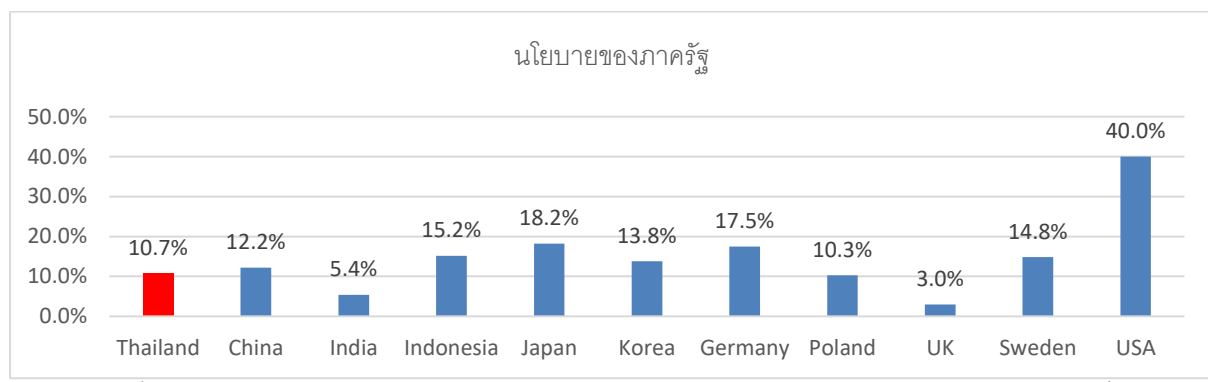
ภาพที่ 22 ปัจจัยสนับสนุน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ

ประเทศไทยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันต่างๆ สูงที่สุดในกลุ่มประเทศที่เปรียบเทียบ ที่ 28.2% หมายความว่า การประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากเหล่าปัจจัยเหล่านี้มากกว่าประเทศอื่นๆ ในขณะที่ประเทศจีน, อินเดีย, โปแลนด์ และสวีเดน มีค่าปัจจัยสนับสนุนเป็น 0% ซึ่งสามารถแปลได้ว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันในประเทศเหล่านี้ ไม่ได้สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญเท่าไร สำหรับประเทศอื่นๆ ที่มีค่าปัจจัยสนับสนุนน้อยกว่าประเทศไทย เช่น อินโดนีเซีย, ญี่ปุ่น, เกาหลี, เยอรมนี, สหราชอาณาจักร, และสหรัฐอเมริกา สามารถอธิบายได้ว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันของเหล่าประเทศนี้ มีการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ แต่ไม่สูงเท่าประเทศไทย สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสถาบันที่มีประโยชน์ในการสนับสนุนการประกอบธุรกิจมากที่สุดในกลุ่มประเทศที่ทำการเปรียบเทียบนี้

## ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 2: นโยบายของภาครัฐ (Government policies) ในประเทศไทยปี 2566

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (NES) แสดงให้เห็นว่า นโยบายของภาครัฐ (Government policies) เป็นปัจจัยปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอันดับที่ 2 ของประเทศไทย (10.7%) โดยนโยบายของรัฐบาลไทยได้ช่วยสนับสนุนและเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงที่ผ่านมา รัฐบาลไทยมีนโยบายที่ส่งเสริมการทำธุรกิจหลากหลาย ทั้งในเรื่องของการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนเรื่องการลงทุน การสนับสนุนการแข่งขันทางธุรกิจ และการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่

สามารถเป็นประโยชน์ในการขับเคลื่อนธุรกิจและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลไทยยังมีนโยบายที่เปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง (SMEs) และสตาร์ทอัพ (startups) เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจและนวัตกรรม โดยให้บริการทางการเงิน การศึกษา และการสนับสนุนอื่นๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสทางธุรกิจได้ในทางปฏิบัติ นโยบายรัฐบาลที่เช่นนี้สามารถส่งผลให้ธุรกิจในประเทศมีโอกาสเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น และทำให้ประเทศไทยเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ร่างแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570) กำหนดแนวทางการดำเนินงานไว้ 3 ประเด็นการส่งเสริมและ 15 กลยุทธ์ ดังนี้ ประเด็นส่งเสริมที่ 1) การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม มีกลยุทธ์และแนวทางการขับเคลื่อน อาทิ การพัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคงยกระดับธุรกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลก พัฒนาธุรกิจที่ประสบปัญหาให้ฟื้นตัว ช่วยเหลือธุรกิจที่ยังชีพให้สามารถอยู่รอด สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมการเกษตรสู่การทำธุรกิจแบบมืออาชีพ ประเด็นส่งเสริมที่ 2) สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า ภายใต้กลยุทธ์และแนวทางกับการขับเคลื่อน ได้แก่ สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น ส่งเสริมการเข้าสู่สากล ประเด็นส่งเสริมที่ 3) พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยมีกลยุทธ์และแนวทางการขับเคลื่อน ได้แก่ สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างความพร้อมของบุคลากรและแรงงาน มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์ความรู้และบริการ ปรับปรุง กฎหมาย กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 5 โดยเพิ่มเติมจำนวน 2 กลยุทธ์และแนวทาง คือ สนับสนุนผู้ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมเกษตรกรสู่การทำธุรกิจแบบมืออาชีพ เป็นต้น



ภาพที่ 23 ปัจจัยสนับสนุน นโยบายของภาครัฐ (Government policies) เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ

การเปรียบเทียบระหว่างประเทศทั้งหมด ประเทศไทยมีนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจในระดับที่ต่ำกว่าประเทศส่วนใหญ่ ที่ 10.7% เฉพาะอินเดียที่มีเพียง 5.4% และสหราชอาณาจักรที่ 3% เท่านั้นที่ผู้เชี่ยวชาญรู้สึกว่าจะได้รับการสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาลน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่ยังต่ำกว่าสวีเดนที่ 14.8% อินโดนีเซียที่ 15.2% ญี่ปุ่นที่ 18.2% ประเทศเกาหลีใต้ที่ 13.8% เยอรมนีที่ 17.5% และสหรัฐอเมริกาที่มีอันดับสูงสุดที่ 40% ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แม้ว่ารัฐบาลไทยจะให้ความสำคัญสูงต่อนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการ



ดำเนินธุรกิจของประเทศอื่นๆ ดูเหมือนว่าจะได้รับการรับรู้มากกว่าจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้น ยังมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาและปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือการนำไปสู่การดำเนินการของนโยบายเหล่านี้ นอกจากนี้ยังควรมีโครงการที่จะทบทวนและวัดผลลัพธ์ของนโยบายปัจจุบันเพื่อระบุและจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะจากการดำเนินการดังกล่าว

### ปัจจัยสนับสนุนอันดับที่ 3: มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (Government programs) ในประเทศไทยปี 2566

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศ (NES) แสดงให้เห็นว่า มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (Government programs) เป็นปัจจัยปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอันดับที่ 3 ของประเทศไทย (8.7%) มาตรการสนับสนุนที่มาจากภาครัฐสามารถมีหลายรูปแบบ อาจจะเป็นทั้งการให้สินเชื่อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ การสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรม การจัดการฝึกอบรมและการศึกษา การอนุญาตให้มีการขายสินค้าหรือบริการแบบเฉพาะทาง และการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ อีกทั้ง รัฐบาลไทยยังมีโครงการและนโยบายที่สนับสนุนการประกอบการ เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนสำหรับ SMEs (Small and Medium Enterprises), การจัดตั้งกองทุน Venture Capital เพื่อการลงทุนระยะเริ่มต้น การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการจัดสรรทรัพยากรและโอกาสเข้าถึงบริการภาครัฐ โดยภาพรวมแล้ว มาตรการสนับสนุนจากภาครัฐนี้สามารถส่งเสริมและยกระดับภาพลักษณ์ของธุรกิจไทยได้ ทำให้เกิดการเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาว โดยยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) เป็นกรอบทิศทางการบริหารประเทศในระยะยาว ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง” ยุทธศาสตร์ชาติประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ซึ่งยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME คือ ยุทธศาสตร์ ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญกับ (1) การสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ (2) การสร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน (3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด (4) การสร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล และ (5) การปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ โดยในแต่ละปี ทางหน่วยงาน สสว. จะมีการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค โดยแผนปฏิบัติการฯ จะประกอบด้วย แผนงาน โครงการและหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ทั้งนี้ การแปลงแผนการส่งเสริมฯ ไปสู่แผนปฏิบัติการส่งเสริม MSME ประกอบด้วยการดำเนินงานหลากหลายรูปแบบ เช่น โครงการ/กิจกรรมที่ใช้งบประมาณในการดำเนินงานโดยตรง เช่น การพัฒนามาตรฐานสินค้าให้กับ MSME การจัดทำศูนย์ ข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึกสำหรับ MSME โดยที่งบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริม MSME มีได้หลายแหล่ง นโยบาย/มาตรการที่ไม่ใช้งบประมาณ เช่น การแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่จะอำนวยความสะดวกให้ภาคธุรกิจ มาตรการทางภาษีที่จะจูงใจให้ MSME เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น มาตรการทางภาษีเพื่อการวิจัยและพัฒนา มาตรการทางภาษีเพื่อการปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่ดิจิทัล มาตรการทางการเงิน เช่น สินเชื่อ วงเงินการค้าประกันสินเชื่อ

## Executive Summary

---

The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023 Research Project Report is a collaboration between the Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP) and the School of Entrepreneurship and Management (BUSEM), Bangkok University. Its objective is to study and evaluate the entrepreneurial status quo and the level of the entrepreneurial ecosystem in Thailand. It also aims to explore the attitudes, aspirations, and participation of the population in entrepreneurial activities, categorized by different groups and regions. Furthermore, it delves into understanding the external factors supporting the growth of enterprises, supporting policies and measures to promote an entrepreneurial development, as well as enhancing quality entrepreneurship in the new-generation entrepreneurs and start-ups. The study compares entrepreneurial activities in Thailand before the global outbreak of COVID-19 (in 2018) and after it (in 2023). It investigates attitudes and aspirations of Thai entrepreneurship among various demographic groups, broken down by population characteristics, regions, and business sectors such as agriculture, manufacturing, retail and trade, and services. The study also compares Thailand's entrepreneurial landscape with ten GEM member countries, namely China, India, Indonesia, Japan, South Korea, Germany, the United Kingdom, Sweden, Poland, and the United States. The significant findings are as follows:

### Scope and Research Methodology

The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023 Research Project consists of two main surveys: the National Expert Survey (NES) and the Adult Population Survey (APS). For the National Expert Survey (NES), in-depth interviews are conducted with experts from 9 fields of expertise, namely: finance, governmental policies, governmental support, education and training, research and development transfer, commercial infrastructure, internal market openness, physical infrastructure, and cultural and social norms. In total, 36 experts are interviewed to study the status quo and receive recommendations and strategies for fostering entrepreneurs in Thailand. The Adult Population Survey (APS) employs a survey research approach, utilizing a questionnaire as its tool. This survey targets the Thai working-age population between the age of 18-64 who are involved in entrepreneurial activities. A sample of 2,200 individuals from across Thailand was collected and studied with the objective of understanding the level of the entrepreneurial society in Thailand. In addition, the GEM 2023 Research Project also includes a comparative study of entrepreneurial activities, categorized by five regions within Thailand and different sectors of production. Furthermore, a comparative study is conducted with other countries. The criteria for selecting these countries for the comparison is based on their Gross Domestic Product per capita (GDP/cap) from the World Bank. Countries in category A (with a GDP/cap higher than \$40,000 USD) include Japan, South Korea, Germany, the United Kingdom, Sweden, and the United States. Category B countries (with a GDP/cap between \$20,000 and \$40,000 USD) feature Poland. Lastly, category C countries (with a GDP/cap less than \$20,000 USD) consist of China, India, Indonesia, and Thailand.

## Entrepreneurial Activities in Thailand in 2023

The percentage of Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) in Thailand was 22.4% in 2023. This shows an upward trend compared to the period before the global COVID-19 outbreak in 2018, when the Thai TEA rate was 19.7%. However, the percentage of entrepreneurs with businesses older than 3.5 years (established businesses) in 2023 decreased to 14.2% from 19.6% in 2018, respectively. The decline in the percentage of established entrepreneurs can be attributed to the impacts of the COVID-19 crisis during the period between 2019 and 2023, spanning roughly 3 ½ years, the time span some of these businesses needed to become established (>3.5 years).

On the other hand, considering the increased rate of nascent entrepreneurs with businesses less than three months old of 11.1% and of potential entrepreneurs (39.6%) in 2023, entrepreneurs in both categories have increased from 2018. This indicates an overall positive outlook for entrepreneurial activities in Thailand following the global outbreak of COVID-19.

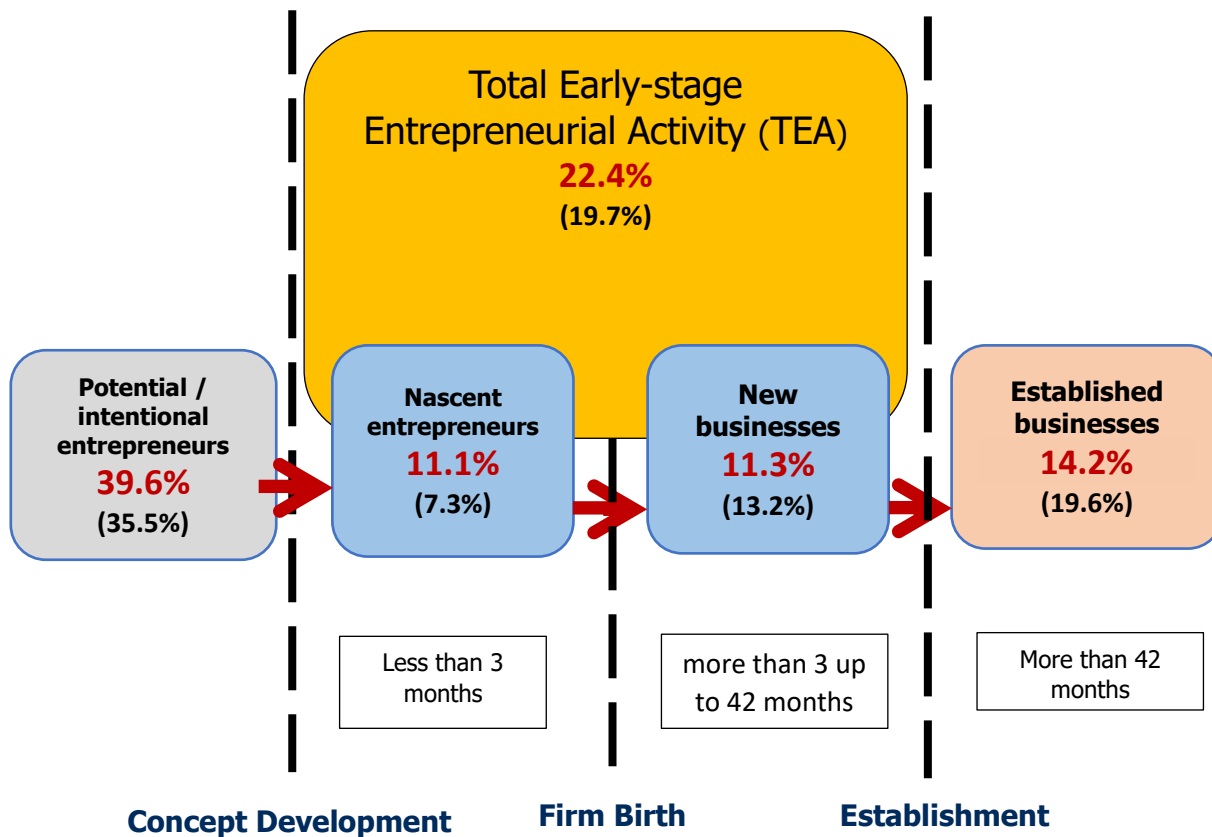


Figure 1: The annual entrepreneurial activities for 2023 based on the GEM approach.

Source: GEM Adult Population Survey (APS) 2023.

Note: The values in parentheses indicate data from the year 2018. The percentage is compared to the total sample.

## Comparative Study on Obstacles to Entrepreneurship in Thailand and Other Countries in 2023

The table below summarizes the obstacles to entrepreneurship in Thailand and other countries in 2023.

Table 1: Summary of obstacles to entrepreneurship in Thailand and other countries in 2023

	<b>Ranking 1</b>	<b>Ranking 2</b>	<b>Ranking 3</b>
<b>Thailand</b>	Financial support	Capacity for entrepreneurship	Lack of some types of professionals
<b>China</b>	Financial support	Government policies	Political, institutional and social context
<b>India</b>	Cultural and social norms	Education and training	Capacity for entrepreneurship
<b>Indonesia</b>	Financial support	Commercial and professional infrastructure	Capacity for entrepreneurship
<b>Japan</b>	Cultural and social norms	Education and training	Work force features
<b>South Korea</b>	Government policies	Cultural and social norms	Financial support
<b>Germany</b>	Government policies	Cultural and social norms	Financial support
<b>Poland</b>	Government policies	Capacity for entrepreneurship	Political, institutional and social context
<b>UK</b>	Financial support	Government programs	Education and training
<b>Sweden</b>	Government policies	Cultural and social norms	Financial support
<b>USA</b>	Financial support	Political, institutional and social context	Government policies

## Hindering Factors to Entrepreneurship in Thailand in 2023

The summary of the survey results from in-depth interviews with national experts (NES) for Thailand in 2023 as diagram:

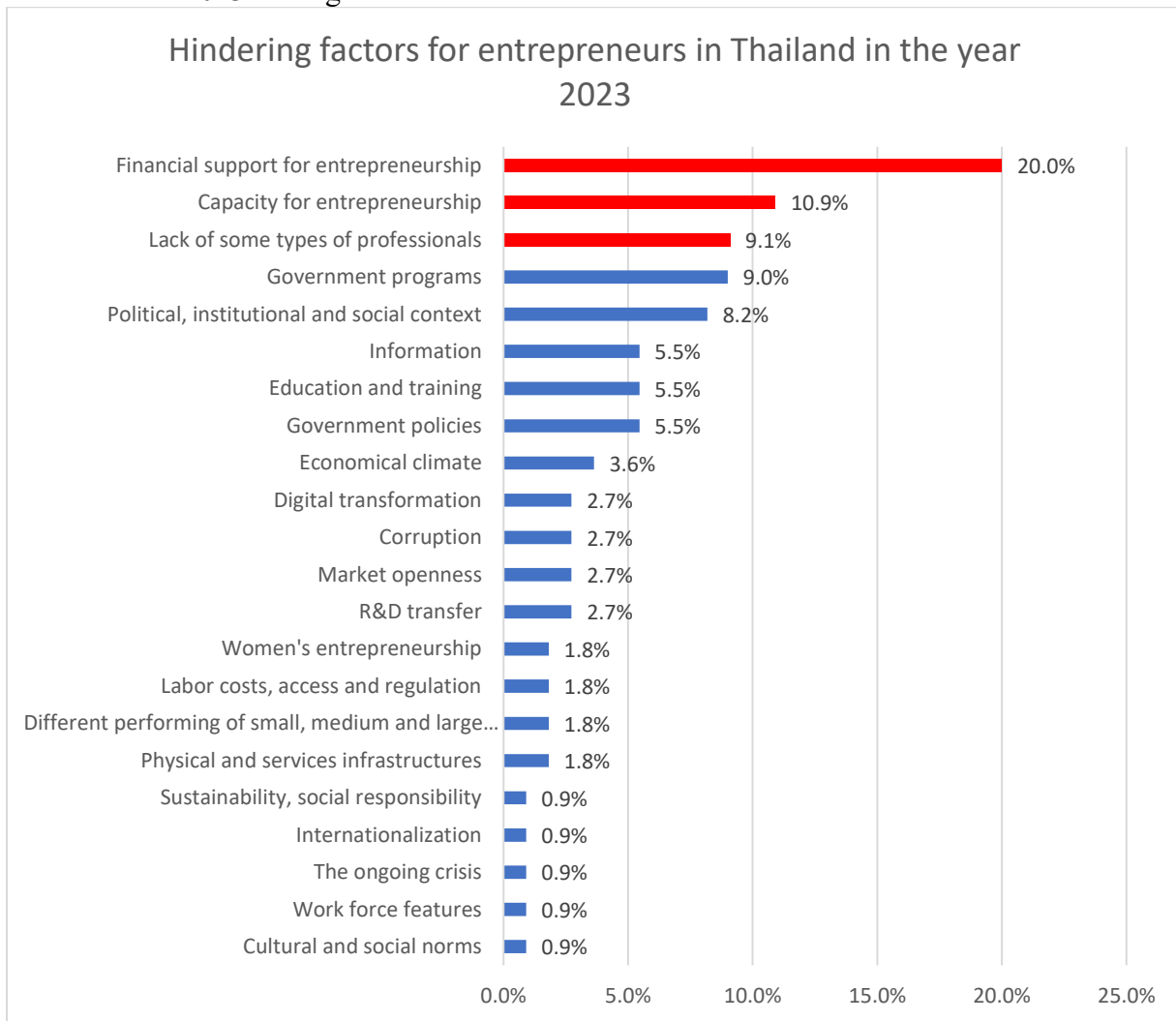


Figure 2: Hindering factors for entrepreneurs in Thailand in 2023

The top three hindering factors for Thai entrepreneurs are (1) lack of financial support for entrepreneurship (20.0%), (2) lack of skills and capacity for entrepreneurship (10.9%), and (3) shortage of certain types of professionals (9.1%).

### Hindering Factor No. 1: Lack of Financial Support for Entrepreneurship in Thailand in 2023

The challenge stemming from a lack of financial support is a common factor among many countries in GEM. In the case of Thailand, the survey results indicate that this factor has a moderate to high impact, compared to 8 other countries. The lack of financial support is similarly apparent in Indonesia and China.

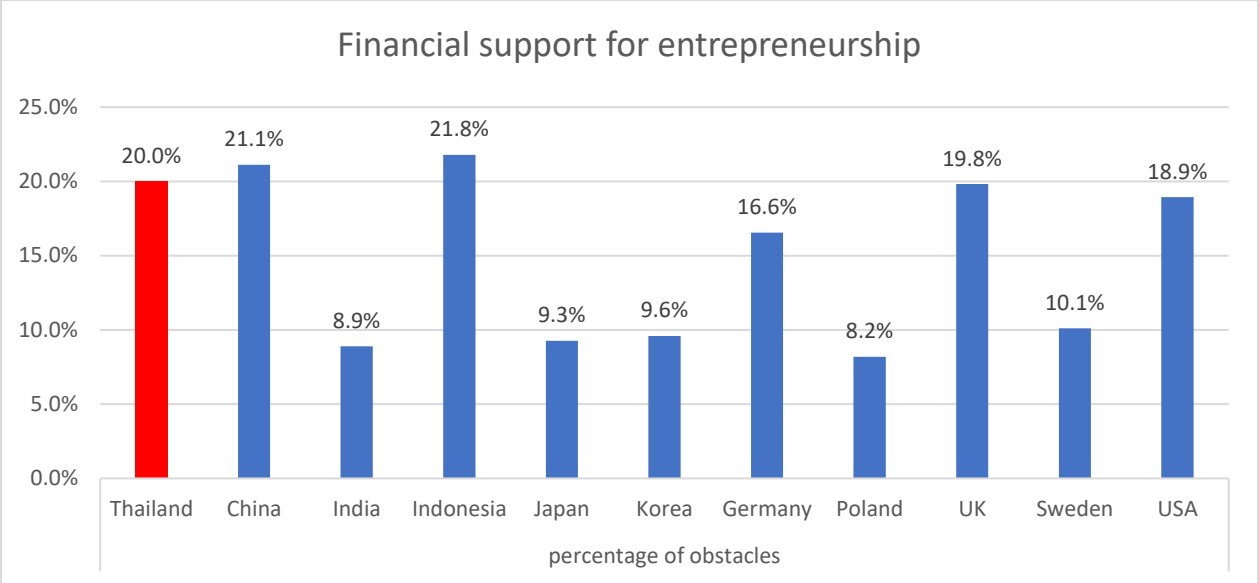


Figure 3: Lack of Financial Support in Thailand Compared to Other Countries in 2023

The figure displays the percentage of lack of financial support as an impact on new and starting businesses in each country. The term "lack of financial support" here refers to the challenges in sourcing capital or loans for business operations or startup activities, which often plays a significant role in the success or failure of a venture. The top three countries with the highest percentage of financial support challenges are Indonesia (21.8%), China (21.1%), and Thailand (20.0%). This suggests that entrepreneurs in these countries face the most significant difficulties in acquiring financial resources or support.

**Hindering Factor No. 2: Entrepreneurial Skills and Capabilities in Thailand in 2023**

The challenge stemming from the lack of capacity for entrepreneurship, meaning entrepreneurial skills and capabilities, in Thailand is moderate to high when compared to other member countries, as Thailand is among the Top 3 countries in the country comparison.

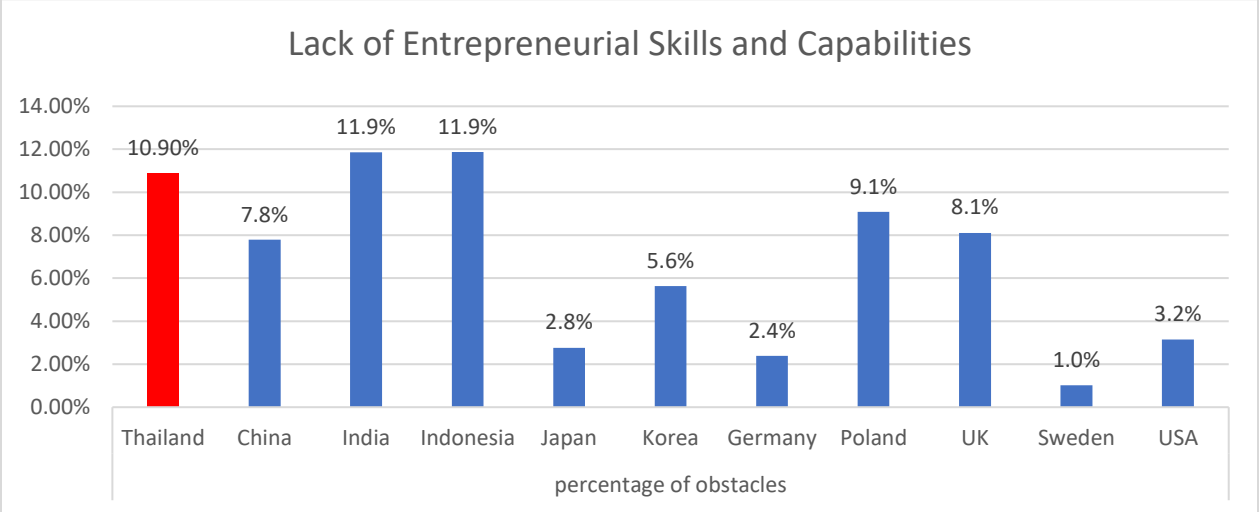


Figure 4: Lack of Entrepreneurial Skills and Capabilities in Thailand Compared to Other Countries in 2023

The figure illustrates the obstacles in each country (in %) due to a lack of entrepreneurial skills and capabilities, such as business management skills, marketing planning skills, analytical thinking abilities, etc. The top three countries with the highest obstacles in lacking entrepreneurial skills and capabilities are India (11.9%), Indonesia (11.9%), and Thailand (10.9%). This means that entrepreneurs in these countries face the largest challenges in developing or possessing the necessary skills and capabilities for business management compared to the other countries.

### **Hindering Factor No. 3: Lack of Some Types of Professionals in Thailand in 2023**

A shortage of skilled workers or professionals required in Thailand is an issue affecting both small and large businesses, especially in a rapidly growing economy with technological changes and increasing specialized skills demand. Thai entrepreneurs face this problem directly. They might struggle to find and retain skilled labor due to a deficit of necessary skills in the industries they operate in.

To address this issue, it is crucial for the government to revamp the education and training system to align with industry and economic demands. At the same time, business owners must employ innovative methods to attract and retain quality employees, such as offering competitive compensation, fostering a positive working environment, and providing opportunities for skills development and career advancement. Moreover, businesses who are unable to find or hire necessary skilled individuals will likely suffer in product output, service quality, organizational competitiveness, and internationalization. A decrease in professional job roles reflects the imbalance between labor demand and capabilities of the existing workforce. This might necessitate a reconsideration of education and training curriculums in schools and universities to develop professional labor, by designing education and training plans that focus on these specific skill sets and adapt to economic and technological changes.

## Survey Results on Attitudes and Aspirations of Thai Entrepreneurs in General.

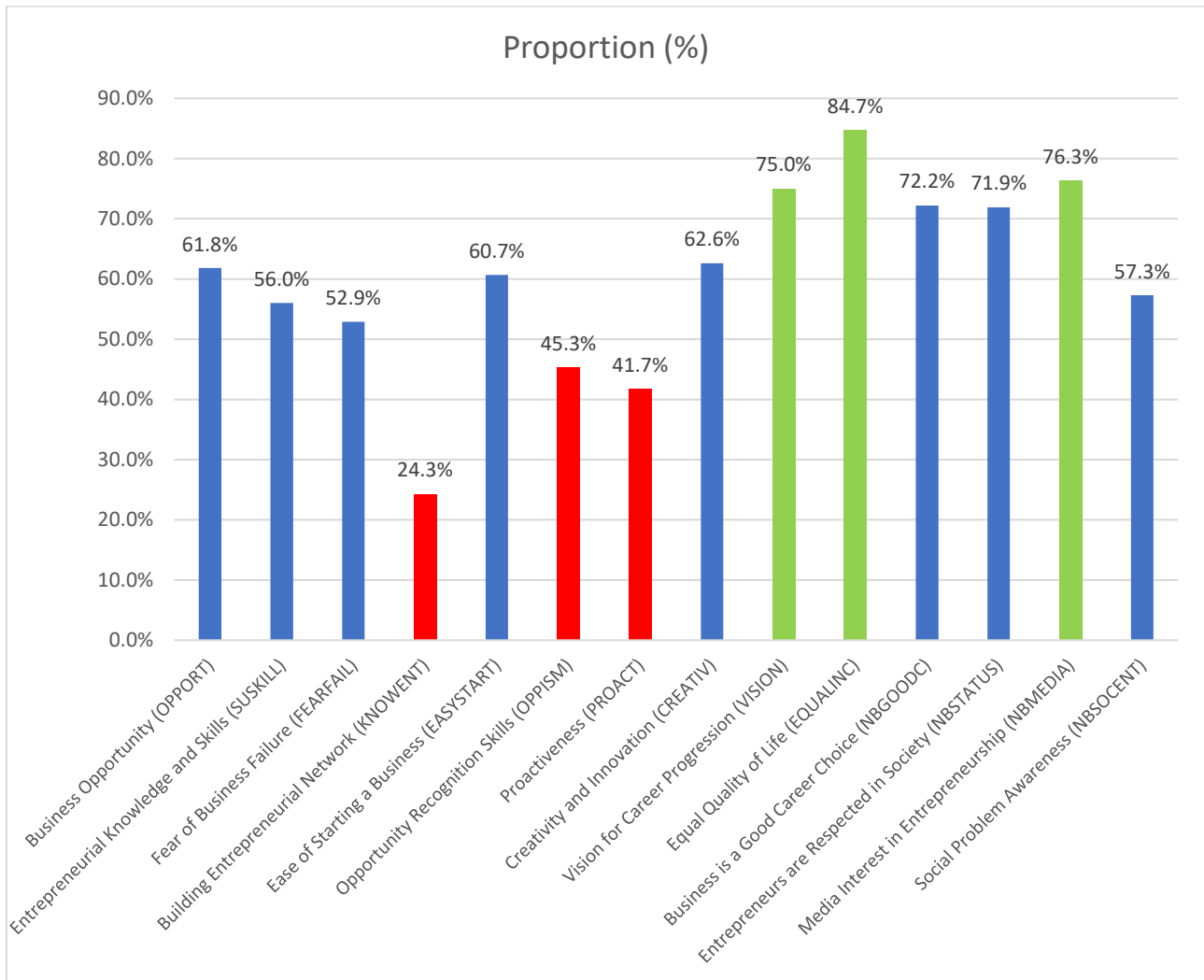


Figure 5: Attitudes or enthusiasm towards being a Thai entrepreneur in the overall picture.

An overview of the attitudes of entrepreneurs in Thailand shows that confidence in business opportunities (OPPORT) and knowledge and skills in entrepreneurship (SUSKILL) have the highest perceptions. Meanwhile, networking among entrepreneurs and knowing other entrepreneurs who started a business (KNOWENT) and actual hands-on work (PROACT) have lower perceptions. The survey results indicate, that there is potential to develop and support skills and entrepreneurship in Thailand to foster a favorable business environment and support future entrepreneurial endeavors.



## The entrepreneurial pipeline in Thailand by gender in 2023

Key points for the entrepreneurial pipeline in Thailand 2023, divided by gender, are as follows:

A diagram comparing the percentage of TEA 2023 by gender.

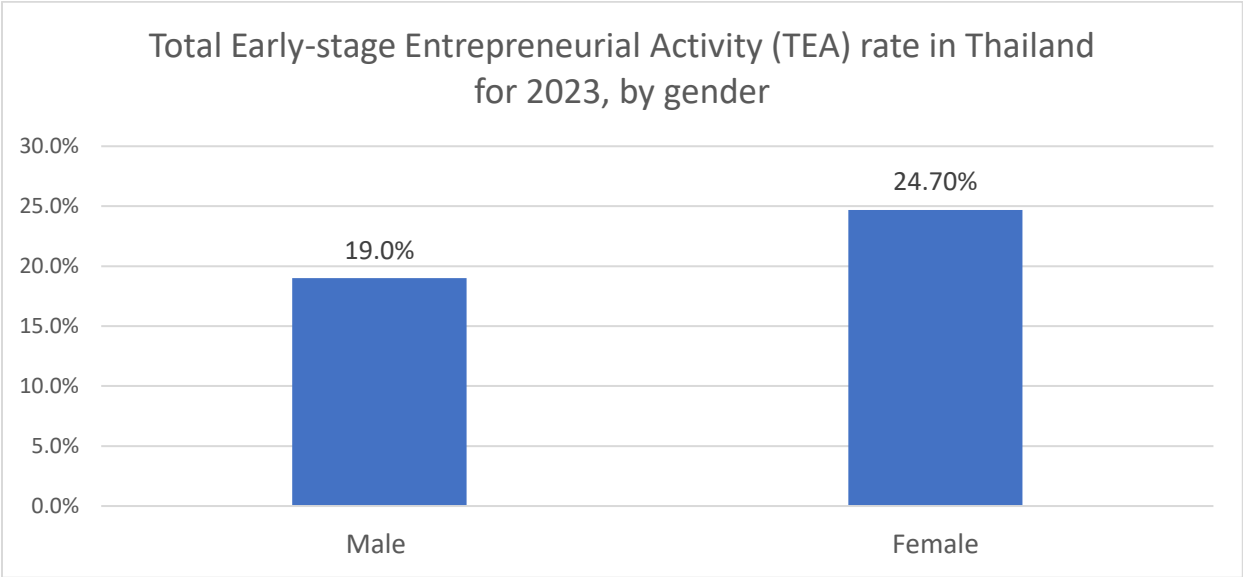


Figure 6: Comparison of the percentage of early-stage entrepreneurial activity (Total early-stage entrepreneurial activity: TEA) for the year 2023, categorized by gender.

The 2023 GEM Thailand research revealed that the proportion of women in total early-stage entrepreneurial activity (TEA) in Thailand exceeds that of men. The percentage of early-stage entrepreneurial activity (TEA) for men stands at 19%, while for women, it is at 24.7%.

A female to male TEA ratio of 1.3, meaning 13 women compared to 10 men are TEA entrepreneurs, is an outstanding feature globally as the global average of the female to male TEA ratio was 0.79 in 2022.

## The Pipeline of Entrepreneurial Activities in Thailand by Region

Overall, Thailand shows high entrepreneurial activities, with nearly 1 in 3 of the adult population starting up businesses, be it as sole proprietors or with one or more partners. These start-ups are in their initial first three months of operations. Businesses older than three months are classified in the operating business category, accounting for over 41%. The South of Thailand is the hub of entrepreneurial activities, followed by the Bangkok Metropolitan Region (including Bangkok, Nonthaburi, Samut Prakan, and Pathum Thani).

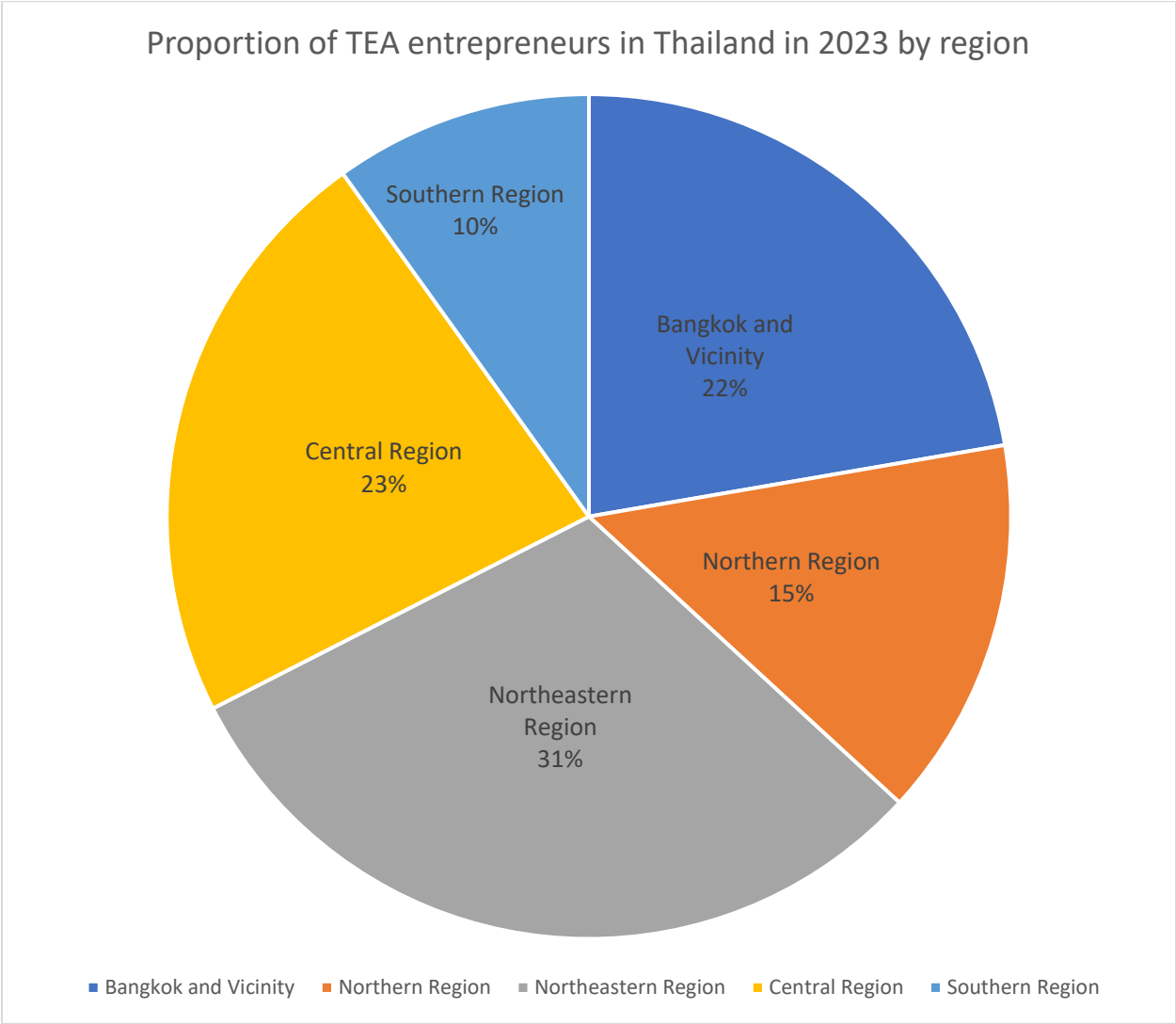


Figure 7: TEA Entrepreneurs in Thailand in 2023 by region

The results find the highest proportion of early-stage entrepreneurs (TEA) in the Northeastern region (31%), followed by the Central region (23%), Bangkok Metropolitan Area (22%), the North (14%), and the South (10%), respectively.

Established businesses (EB) in Thailand in 2023 by region

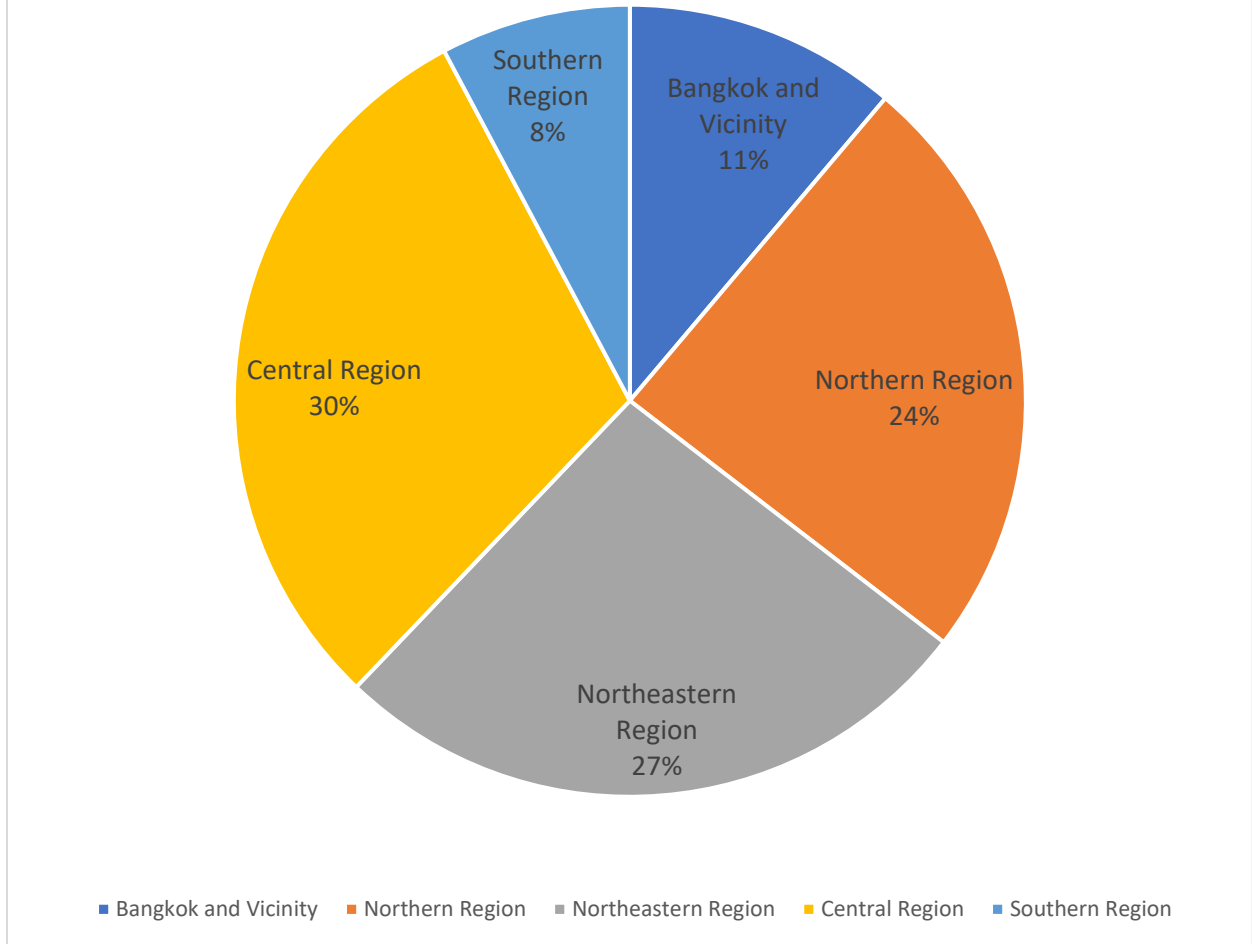


Figure 8: Proportion of Established Businesses (EB) in Thailand in 2023 by region

According to the data, the highest proportion of established businesses (EB) is found in the Central region (30%). This is followed by the Northeast (27%), the North (24%), Bangkok Metropolitan Area (11%), and the South (8%), respectively.

**Analysis of the Early-stage Entrepreneurial Situation (TEA) in Thailand for the year 2023 revealed interesting key points as follows.**

**Key Point 1: There is a trend towards new businesses being established as partnerships rather than sole proprietorships.**

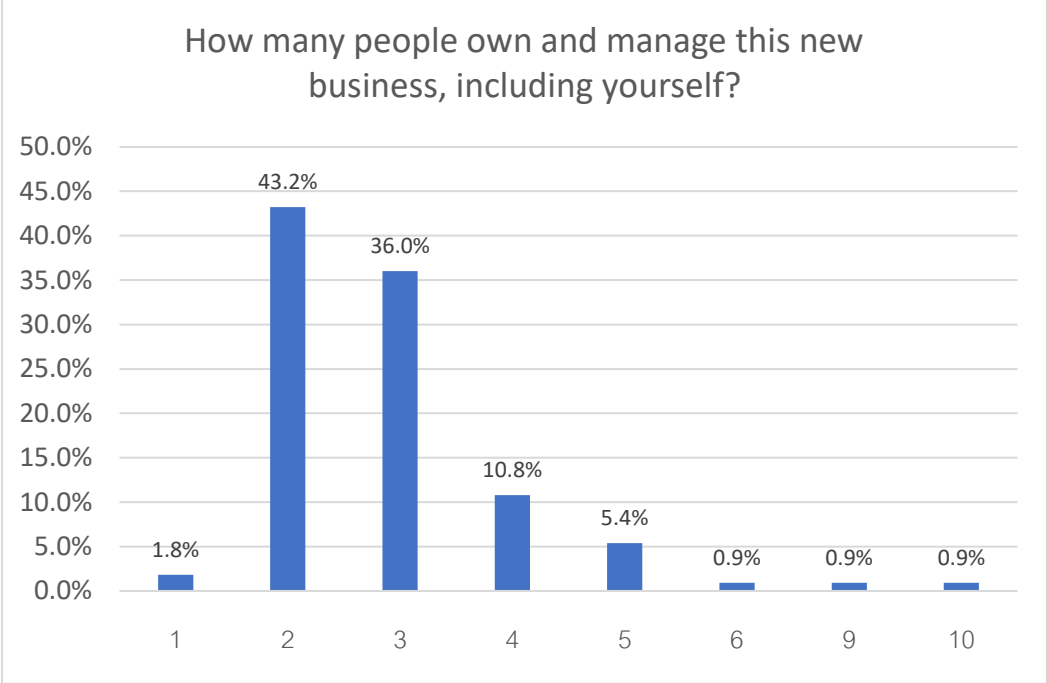


Figure 9: Proportion of individuals owning and managing new businesses.

**Key Point 2: Revenue or sales of the TEA entrepreneurs primarily depends on domestic purchasing power.**

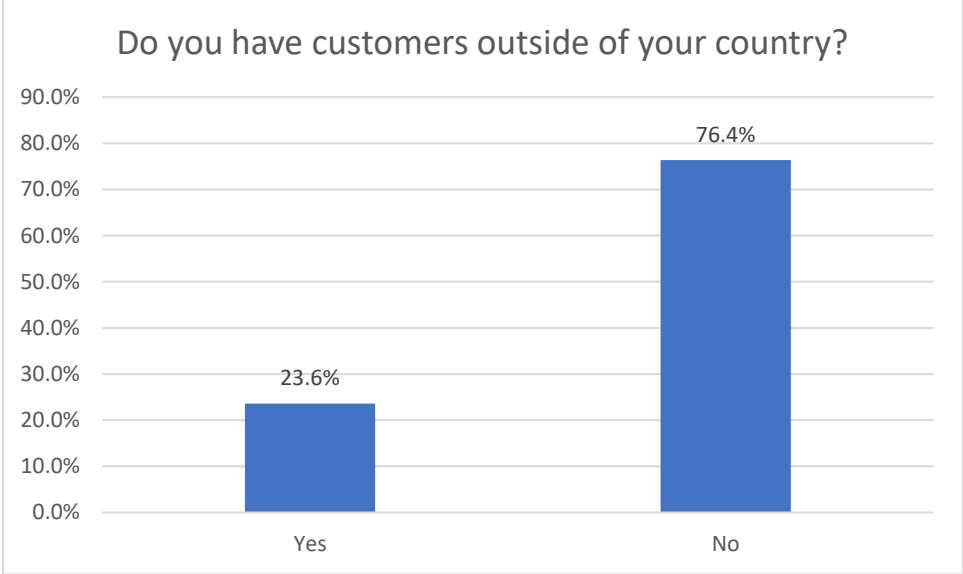


Figure 10: Percentage of customers abroad.

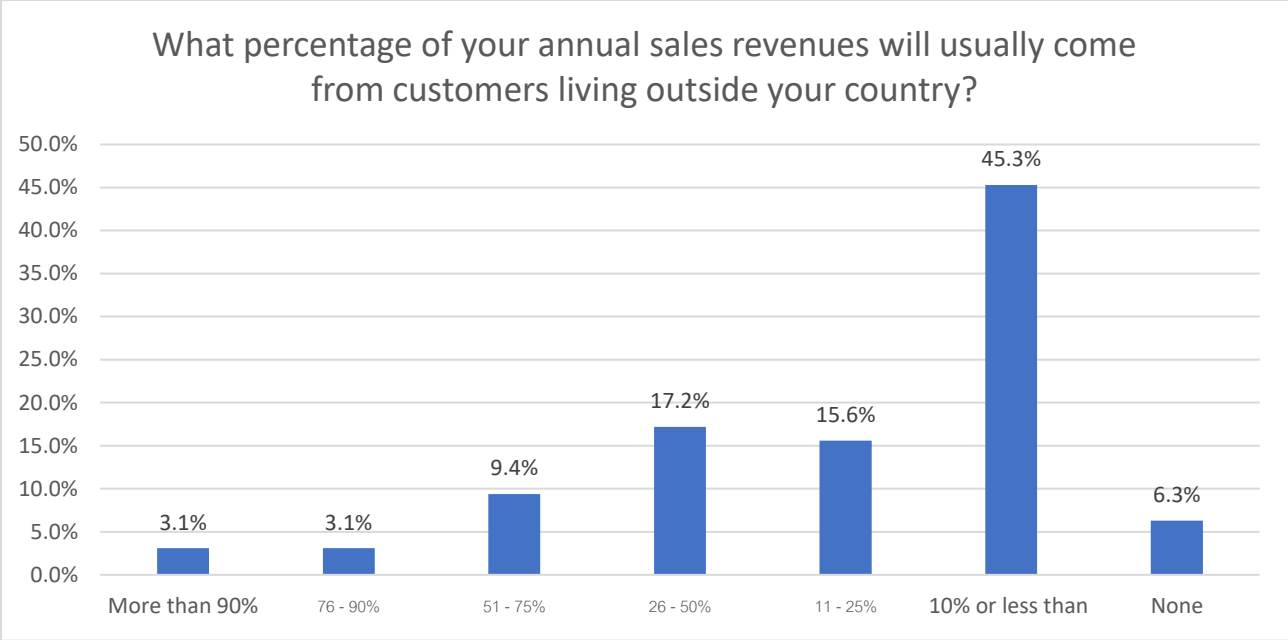


Figure 11: Percentage of annual sales revenue from international customers

**Key Point 3: The products or services of TEA entrepreneurs predominantly have a low level of innovation. Only a minor portion of these entrepreneurs introduces products or services that are novel and previously were unavailable in the market.**

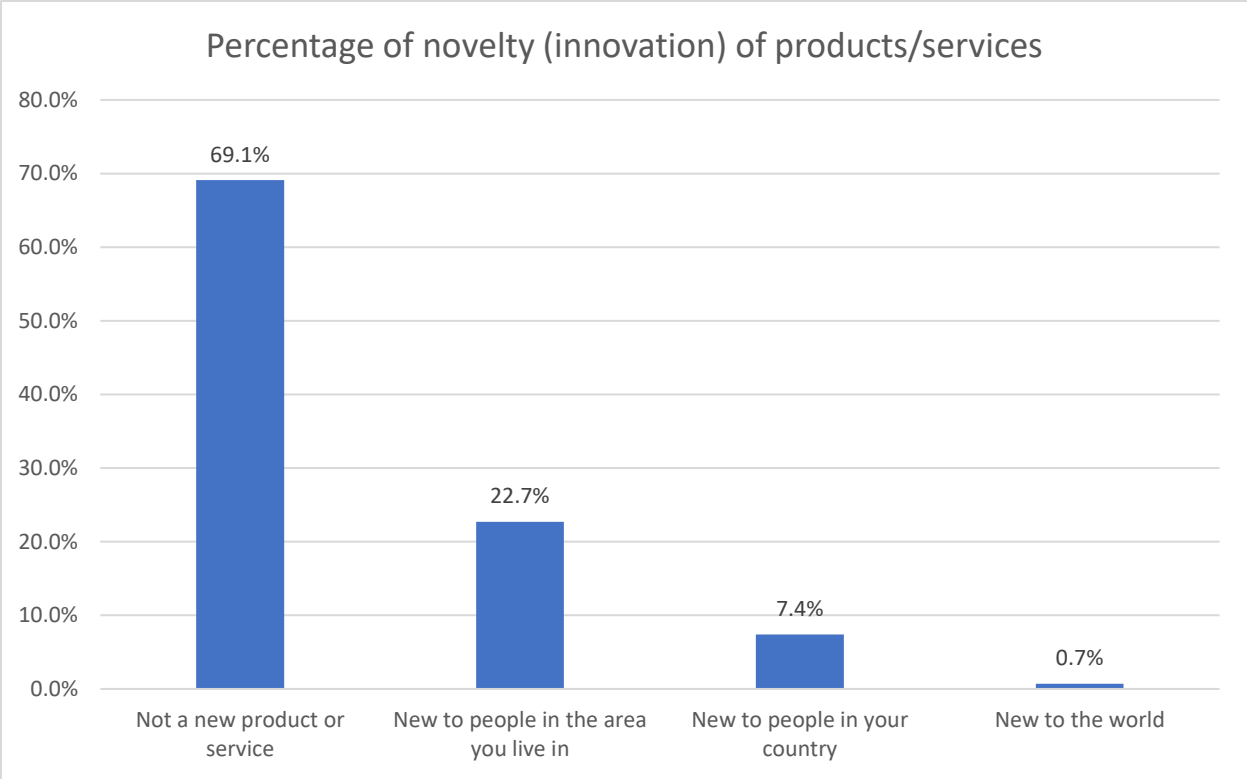


Figure 12: The level of novelty (innovation) of products/services – TEA entrepreneurs

**Key Point 4: The majority of TEA entrepreneurs still rely on existing technology or traditional production methods.**

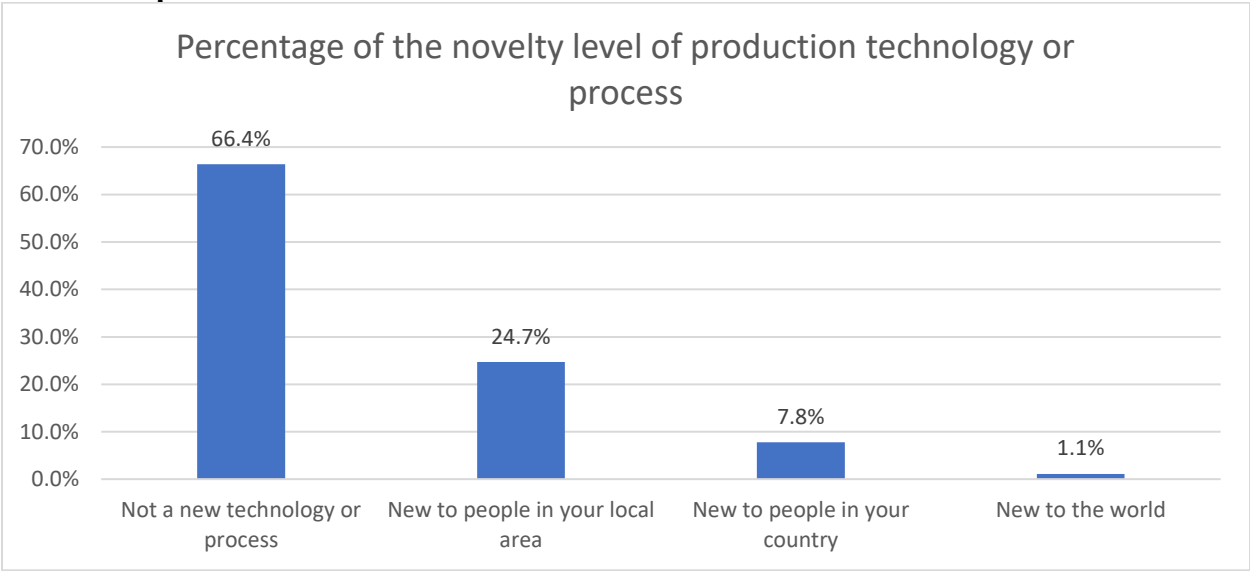


Figure 13: Novelty level of production technology or process for TEA entrepreneurs

**Key Point 5: Most TEA entrepreneurs operate without hiring employees, but there is a trend towards hiring in the future, within the next 5 years.**

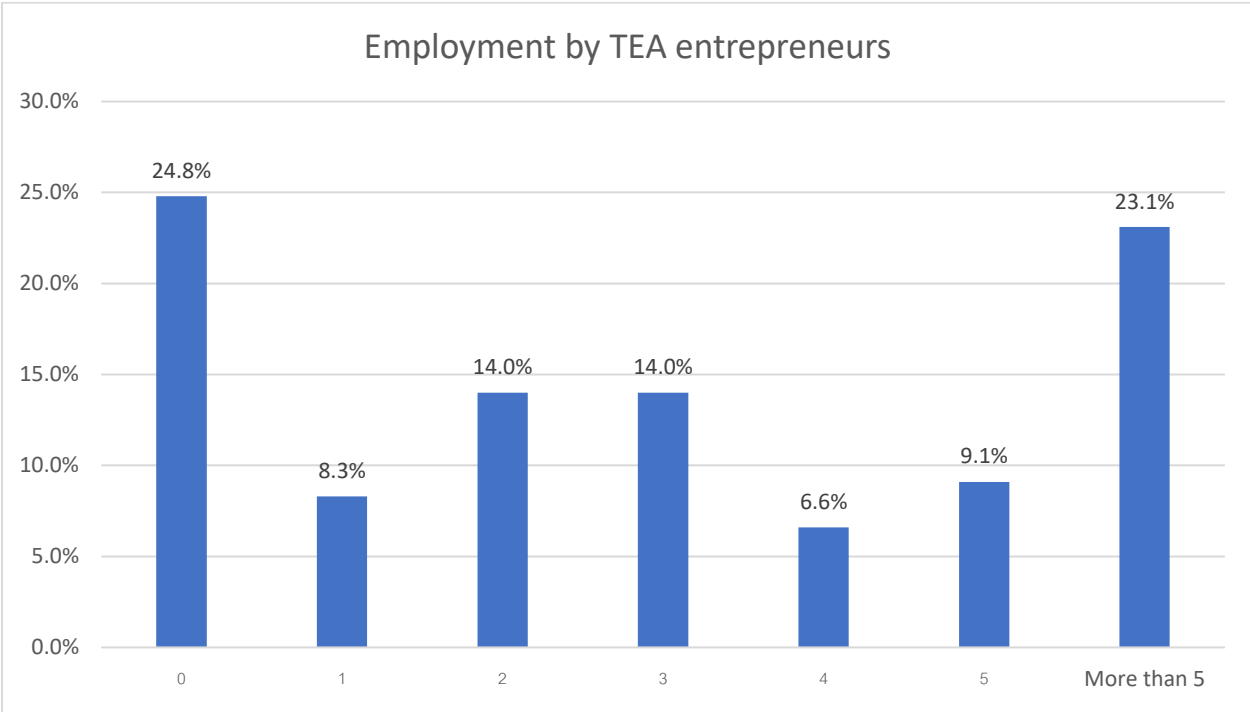


Figure 14: Employment by TEA entrepreneurs

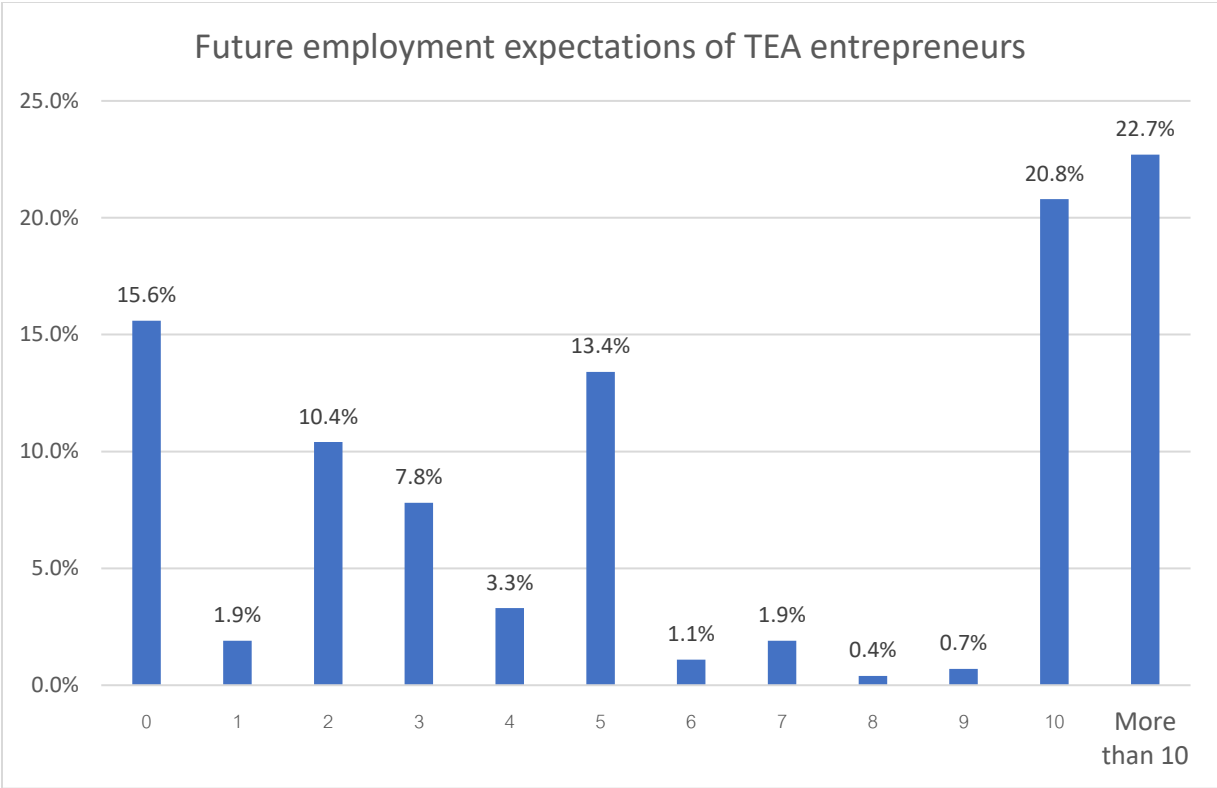


Figure 15: Future employment expectations of TEA entrepreneurs

**Key Point 6: For TEA entrepreneurs, starting a business has become significantly more challenging in the current year compared to the previous year.**

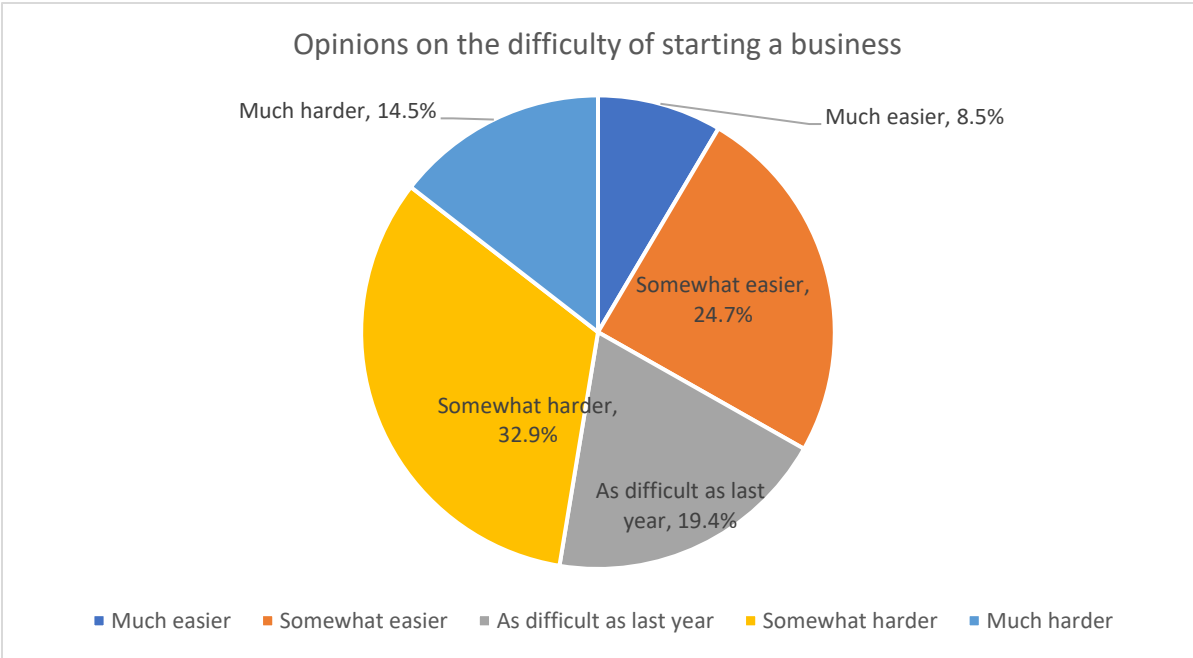


Figure 16: Opinions on the challenges of starting a business

**Key Point 7: TEA entrepreneurs (TEA) have optimistic expectations for business growth compared to the last year.**

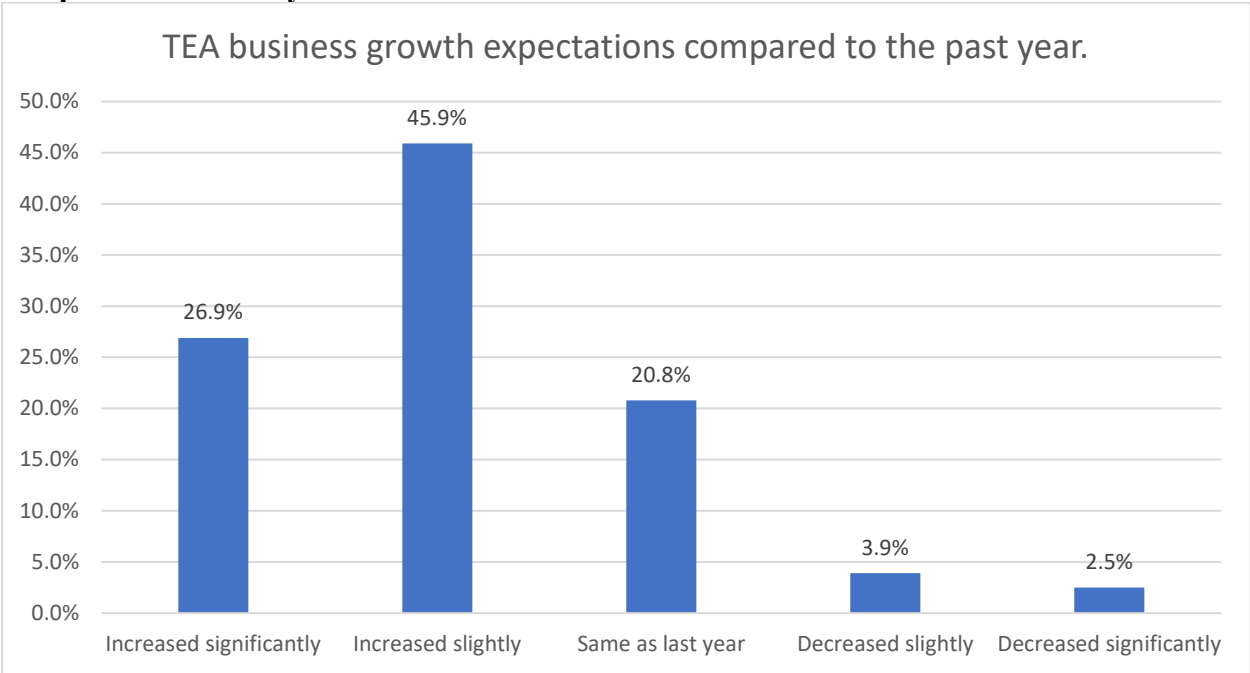


Figure 17: TEA business growth expectations compared to the past year



## Business Exit Rate

According to the findings of the 2023 GEM Thailand research study, Thailand's business exit rate stands at 5.6%. Primary reasons are the Covid-19 outbreak (30.5%) and financial losses (29.3%).

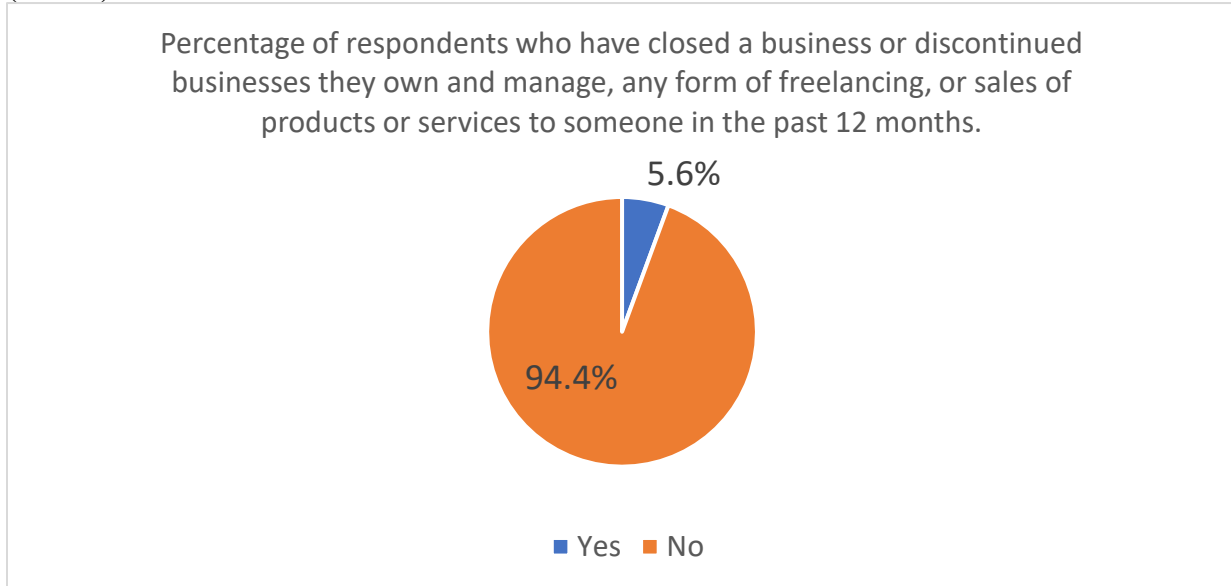


Figure 18: Business closure rate: discontinuation of businesses that were owned and managed, any form of freelancing, or sales of products or services to someone in the past 12 months

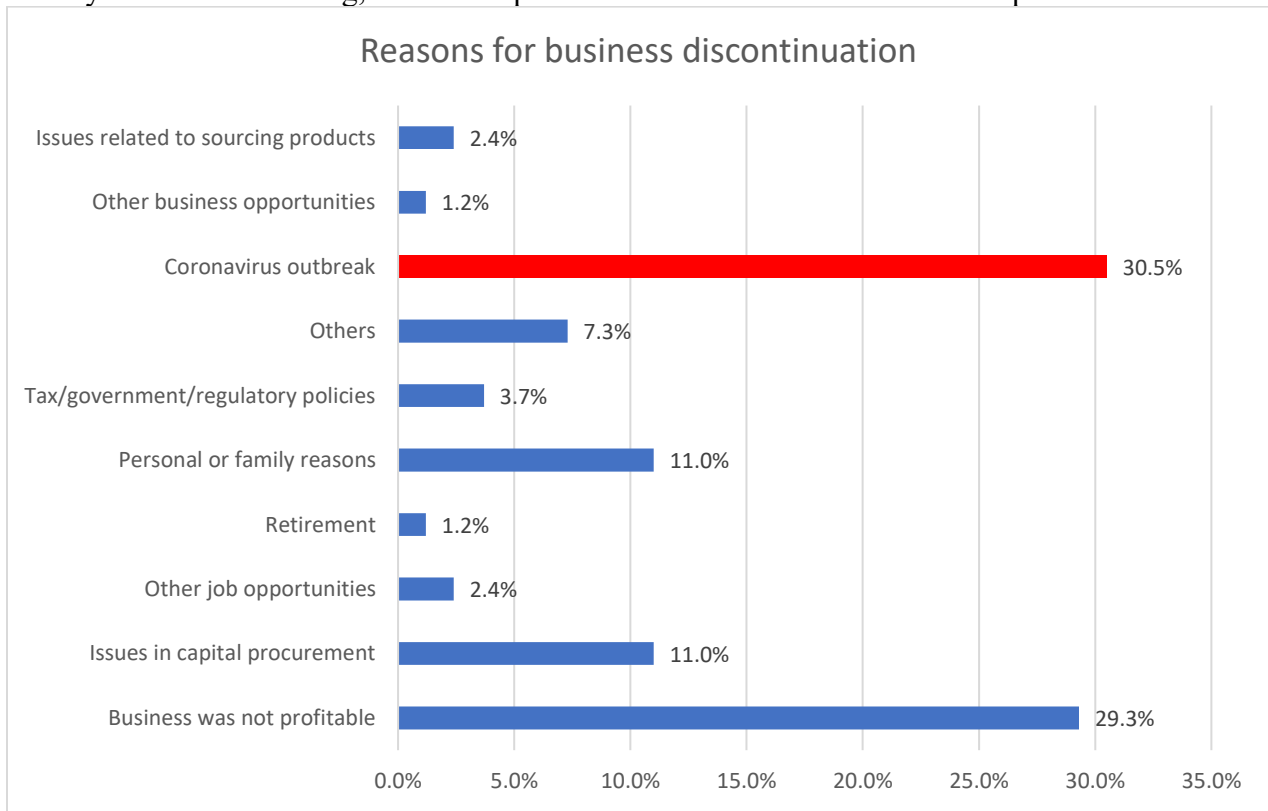


Figure 19: Reasons for discontinuing this business.

## Youth Entrepreneurs

The special topic study 2023 was about attitudes, aspirations, perceptions, and behaviors of Thai youth and youth entrepreneurs towards starting a new business, sustainable entrepreneurship, and the use of digital tools for initiating or conducting business, and revealed the following insights.

Youth entrepreneurs perceive the use of digital technology for selling products or services as crucial in today's business landscape, scoring an average of 4.49 out of 5. However, they also believe they still have room for improvement in understanding and skillfully using digital tools for business initiation or operation, rating themselves an average of 4.05 out of 5. As the digital era poses new challenges, they must understand the importance of digital technology in selling products and services and possess the skills, plus be capable of using digital tools.

The resulting policy recommendations to enhance youth entrepreneurship in Thailand are: (1) Education and Training: Develop training programs and seminars to enhance digital skills, teach essential tools and methods of online business. This will provide new-generation entrepreneurs with knowledge and confidence in using digital technologies. (2) Technical Support and Services: Establish support centers offering technology consultation and support, enabling youth entrepreneurs to adapt and effectively use technology. (3) Education Scholarships and Financial Support: Allocate funds or support investments in digital education and training and help start-ups to enter the digital sphere. (4) Networking: Promote networking between youth entrepreneurs and tech experts, facilitating knowledge sharing and collaboration. (5) Education System Enhancement: Incorporate digital business content into the general school and university curricula and introduce related elective courses to prepare students and interested individuals. (6) Promotion and Campaigning: Highlight and promote the significance of digital technology in businesses through various media channels.

In terms of sustainable organizational development three main responsibilities need consideration - Environment, Social / Societal, and Good Governance. It was found that current youth entrepreneurs pay considerable attention to these principles, especially in terms of governance impacts (4.30), social impacts (4.28), and environmental impacts (4.24) respectively.

The findings demonstrate the vision and values of youth entrepreneurs with an emphasis on sustainable business practices, social and environmental responsibility, and the efficient use of digital technology. This also showcases their adaptability and growth according to current and future societal and global changes.

In conclusion, respondents from the youth entrepreneurs' group value sustainable and socially responsible businesses and possess good digital skills. They recognize the importance of digital technology in a quality enterprise and in modern businesses. This highlights a business trend emphasizing the development of products and services that are socially and environmentally responsible and sustainable, and include the use of technology to enhance efficiency and competitiveness of the youth enterprises.

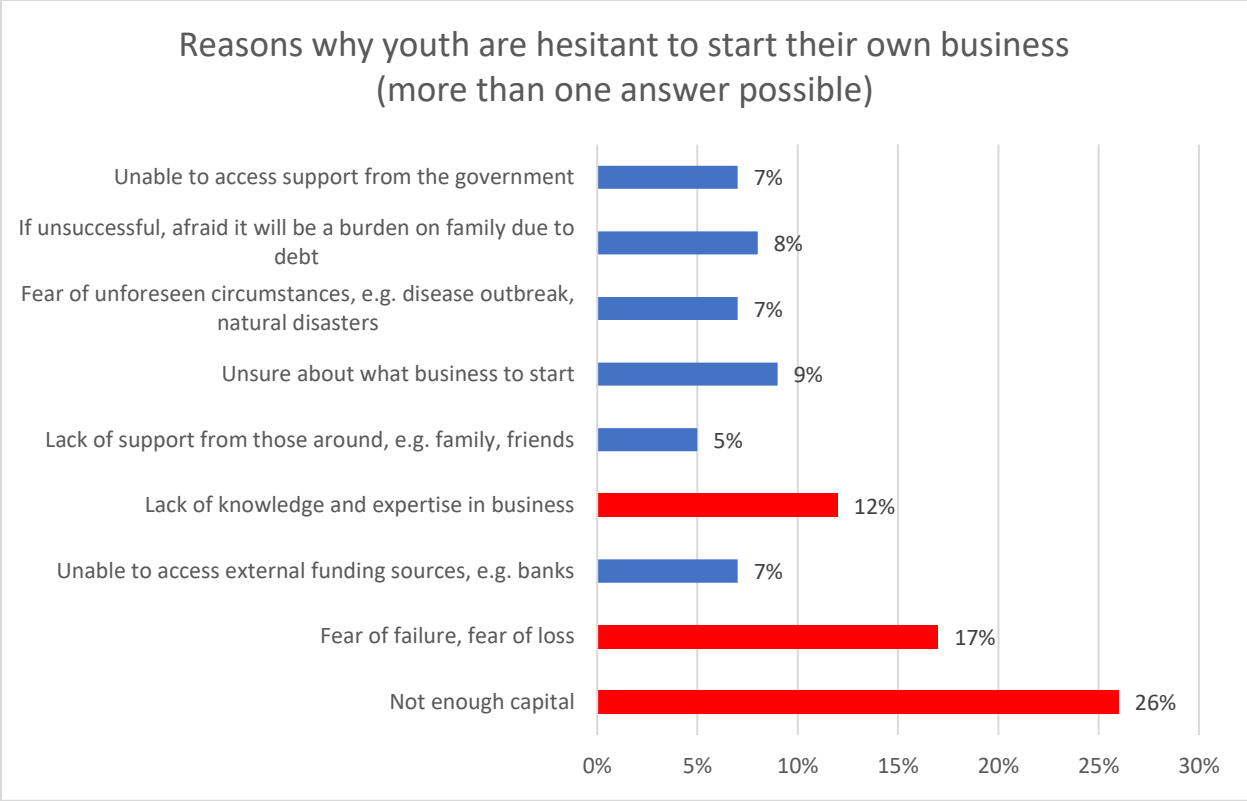


Figure 20: Reasons for not daring to start a business.

The findings above summarize the reasons why young entrepreneurs (youth entrepreneurship) are hesitant to start businesses. The details are as follows:

- **Lack of sufficient capital (26%):** Most young entrepreneurs face financial problems as the main obstacles in starting a business.
- **Fear of failure and loss (17%):** Fear of failing or incurring losses is another obstacle that makes youth hesitant to start a business.
- **Lack of knowledge and expertise in business (12%):** Specific knowledge and expertise in business management are required and are lacking.

To address these issues, collaboration from government and other supporting sectors is needed, such as:

1. **Lack of sufficient capital (26%):** Create support funds: The government can establish a special fund for youth to support loans or provide capital at low-interest rates. Promote private sector investments: Encourage and promote private companies or investors to invest in youth-led businesses.
2. **Fear of failure and loss (17%):** Risk insurance: Implement insurance schemes related to business startups to reduce worries about failure. Incubation programs: Offer assistance, consultations, and other support to boost confidence and risk management skills.
3. **Lack of knowledge and expertise in business (12%):** Training and support programs: Conduct specialized training in business management, finance, and marketing. Mentorship support: Promote experienced entrepreneurs to mentor young entrepreneurs.

With the policy directions from the government, obstacles for young entrepreneurs in starting their businesses can be minimized which would at the same time support sustainable growth of their businesses. The implementation of these policies requires collaboration between the government, the private sector, and other organizations to encourage and support young entrepreneurs to create and expand their businesses efficiently and sustainably.

**Potential for an entrepreneurial society in Thailand: Recommendations and measures to promote the development of Thailand's entrepreneurial society in the future.**

From the in-depth interviews with experts in the country regarding the potential of Thailand's entrepreneurial society, it was found that Thailand has a conducive environment for small businesses in terms of 1.) Economic, social, and various institutional contexts (Political, institutional, and social context) 2.) Government policies 3.) Government support measures. The results from the in-depth interviews with country experts (NES) for Thailand in 2023 is summarized below.

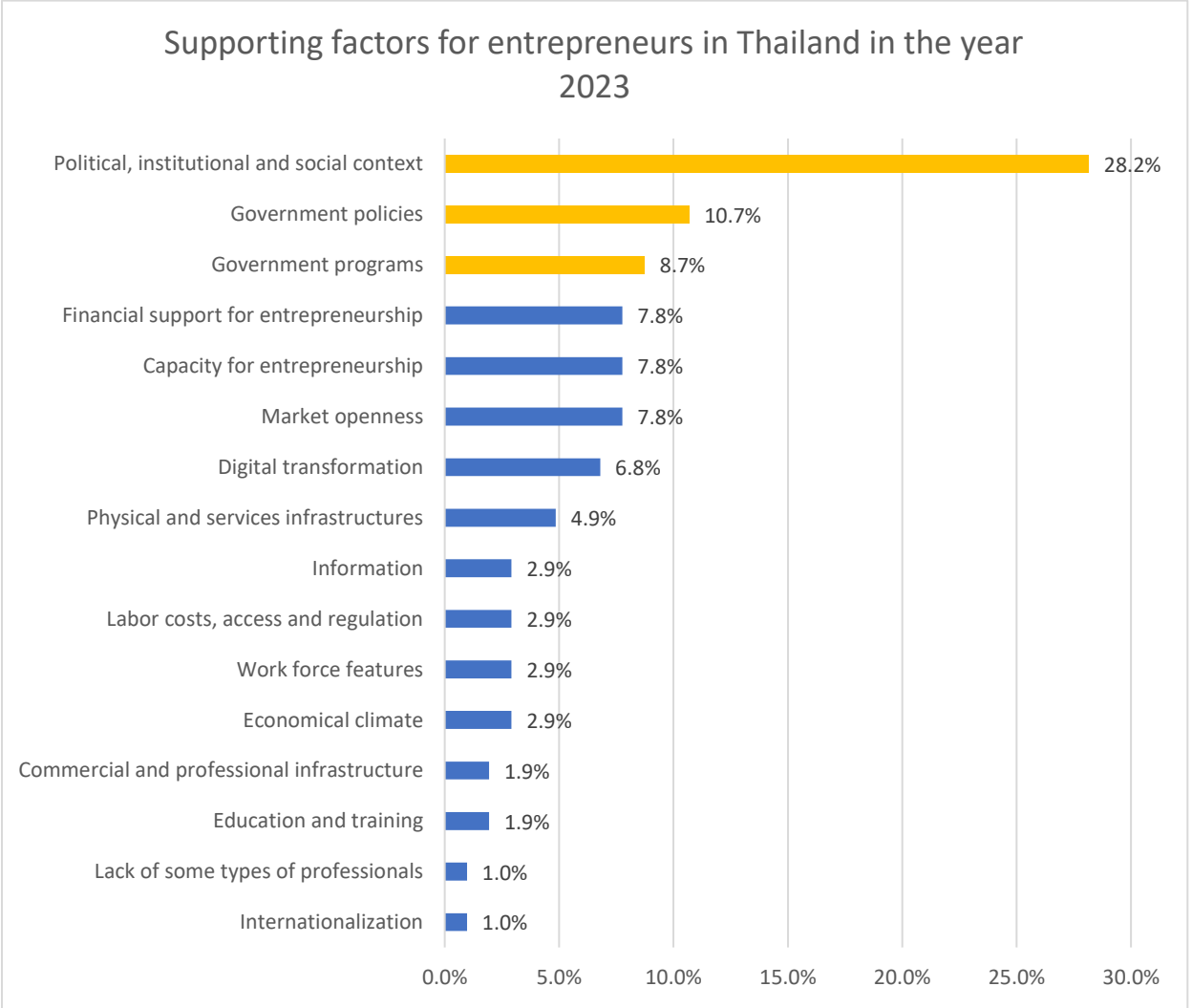


Figure 21: Supporting factors for Thailand in the year 2023

**Supporting Factor No. 1: Economic, Social, and Various Institutional Contexts (Political, institutional, and social context) in Thailand in 2023**

The results from the in-depth interviews with national experts (NES) indicate that the main supporting factors for doing business in Thailand revolve around its economic, social, and institutional environment. The key components, as outlined by experts, include:

- o Creativity: The ability to think creatively allows entrepreneurs to identify new opportunities and find innovative solutions to problems.
- o Growing Asian Economy: The rapidly expanding economies in the Asian region presents significant business opportunities for investors.
- o Strength of the Private Sector: Thailand's private sector is competitive and can adapt to the changing economy.
- o Entrepreneurial Education: There is support for business education at both the high school and college levels, preparing the next generation of entrepreneurs.
- o Tourism Business Recovery Post-Covid: Given that Thailand is a popular tourist destination, its tourism sector has the potential to rebound after the Covid crisis.
- o Facilities: There are robust infrastructural systems in place, such as access to finance, capital, and educational support, making doing business in Thailand convenient and uncomplicated.
- o Agricultural Resources: As an agricultural country, Thailand has the resources suitable for agricultural production and consumption.
- o Attention to MSMEs: The Thai government prioritizes and supports Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in terms of establishment, funding support, and fair taxation.
- o Basic Knowledge and Technology: There's an emphasis on learning and adopting modern technology in business operations.

The political, institutional, and social context shows that the Thai economic environment is growing in a business-friendly manner with stable financial conditions, high consumption, and diverse investment options due to the existence of both foundational industries and new startups. Socially, Thailand is stable with no severe conflicts, allowing entrepreneurs to operate businesses without concerns about social unrest. Furthermore, Thailand has institutions which promote and support businesses, has laws protecting intellectual property and trade conventions promoting diverse business activities. Educational and research institutions play a role in promoting research and in developing new skills. For these reasons, the economic, social, and institutional environments are factors that facilitate and promote business operations in Thailand.

Additionally, the economic environment is recovering from a re-bounding tourism sector. Following China's official reopening and relaxation of COVID-19 measures, signaling an "end of the COVID-19 crisis" that impacted the tourism sector, Thailand announced its official reopening in June 2022. This led to increased tourism revenue in 2022. The resurgence of domestic tourism has reached 89% (compared to 2019), while international tourism shows signs of recovery at 28%. However, there is an imbalance in both the number and the income from tourists. Revenue from Thai tourists re-bounced only by 59.5%, which is lower than the increase in the actual number of Thai tourists. On the other hand, revenue from foreign tourists returned to 31.7%, which is higher than the actual number of foreign tourists increased. This reflects changed behaviors and spending patterns of Thai and foreign tourists.

Projects to stimulate tourism to revive Thailand's economy focus on promoting domestic tourism for both Thai and foreign travelers. Initiatives include:

- (1) Encouraging tourists to travel to Thailand from abroad by emphasizing soft power, such as 'Thainess', through digital marketing and promotional activities. Remark: Thailand ranked 35<sup>th</sup> in the 2022 Soft Power Global Index (out of 120 countries, ranking Thailand also No. 6 in Asia and No. 2 in ASEAN)
- (2) Stimulating Thai domestic tourism by encouraging frequent travel within the country.
- (3) Communication and public relations campaigns to promote domestic travel under the campaign "Amazing Thailand, Amazing New Chapters".

(4) Upgrading the quality of products to stimulate tourism. The project aims to support and achieve the targeted tourism revenue.

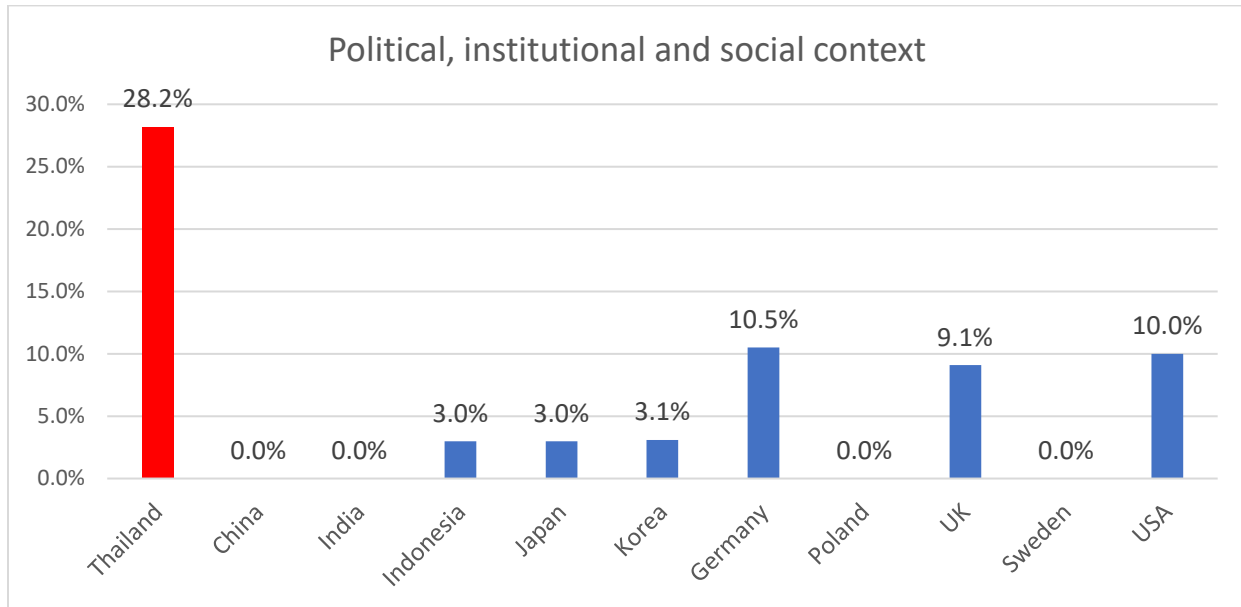


Figure 22: Political, institutional, and social context

Thailand receives by far the highest support from economic, social, and institutional environments among the compared countries, with a score of 28.2%. This suggests that doing business in Thailand is more favorably supported by these factors compared to other nations. Meanwhile, countries such as China, India, Poland, and Sweden have a support factor of 0%, implying that the economic, social, and institutional environments in these countries do not significantly or specifically support business operations. Other countries with lower support factors than Thailand, such as Indonesia, Japan, Korea, Germany, the United Kingdom, and the United States, can be interpreted as having a business supportive environment, which is not as strong as in Thailand. In conclusion and in this comparison, Thailand has the most beneficial economic, social, and institutional environment to support entrepreneurship and businesses in general.

### Supporting Factor No. 2: Government Policies in Thailand in 2023

From in-depth interviews with domestic experts (NES), it is evident that government policies play a pivotal role as the second most crucial supporting factor for Thailand, accounting for 10.7%. The Thai government's policies have significantly fostered and enhanced the business environment in the country over the recent years. The government has various policies promoting diverse business endeavors, from tax benefits, investment supports, business competition, to the advancement of technology and innovation, all designed to boost business activities and overall economic growth. In addition, the Thai government has policies focusing on Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) and startups, offering financial services, education, and other support to ensure they have access to resources and business opportunities. In practice, such policies have provided businesses with more growth opportunities, making Thailand an attractive destination for both domestic and international investors.

For instance, the draft of the 5th Promotion Plan for Medium and Small Enterprises (2023-2027 or 2566-2570 BE) outlines three promotional issues and 15 strategies. The first issue promotes inclusive growth for all groups. Strategies range from strengthening early-stage businesses to elevate businesses to compete globally, revitalizing struggling businesses, supporting elderly entrepreneurs, and promoting professional agricultural business endeavors. The second issue aims for targeted growth with strategies that expand domestic market shares and promote global market entry. The third issue focuses on enhancing the environment to support business growth with strategies that include easing access to capital sources, technology and innovation development, human resource preparation, centralizing information, and services, revising obstructive laws and regulations, and improving data systems to aid policy determination. Moreover, the 5th SME Promotion Plan added two more strategies: supporting elderly entrepreneurs and promoting farmers to conduct professional business.

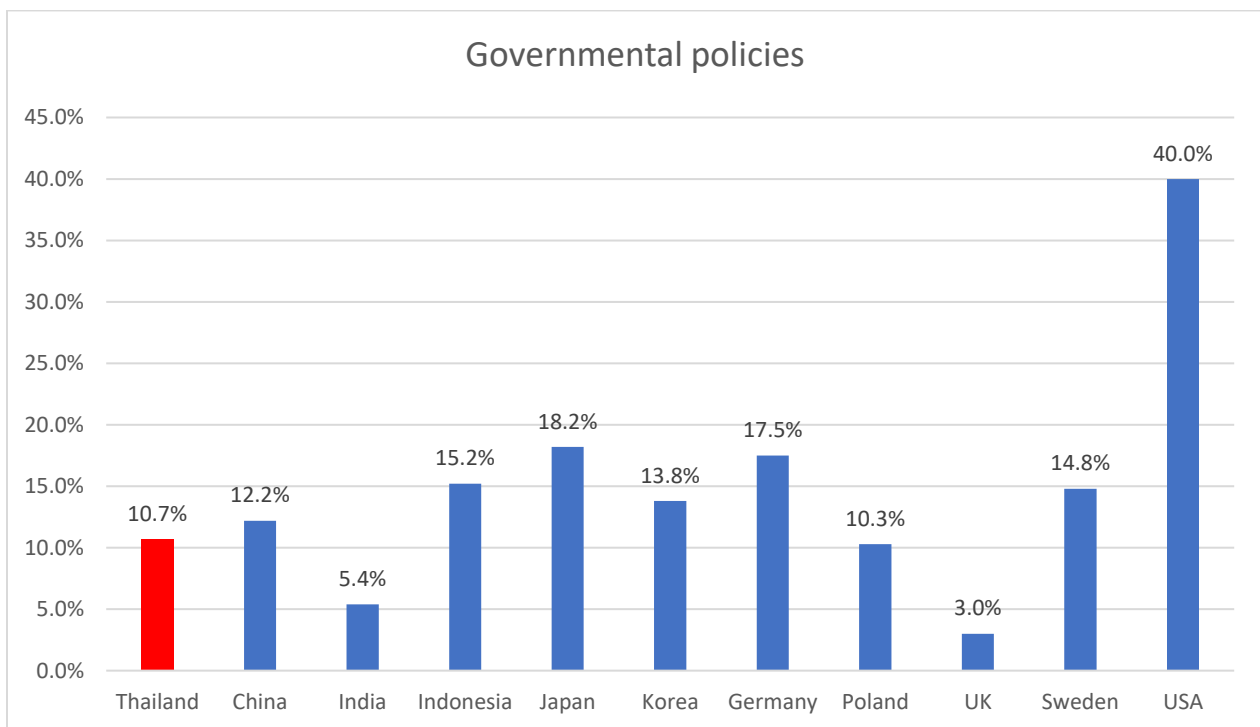


Figure 23: Supporting factor governmental policies compared to other countries

In a country comparison however, Thailand has government policies that support business operations at a lower level than the majority of countries, with 10.7%. Only India which stands at only 5.4%, and the United Kingdom at 3% perceive lower support from governmental policies. However, it is still lower than Sweden at 14.8%, Indonesia at 15.2%, Japan at 18.2%, South Korea at 13.8%, Germany at 17.5%, and the United States which ranks highest at 40%. This indicates that -even though the Thai government places high importance on policies that promote and support business operations- other countries' efforts apparently are perceived as stronger by the experts. Therefore, development and refinement efforts to enhance the efficiency and effectiveness or implementations of these policies are still possible. Moreover, there should be initiatives to review and measure the outcomes of the current policies to identify and address any potential issues arising specifically from their implementation.



### **Supporting Factor No. 3: Government Programs in Thailand for 2023**

The in-depth interviews with domestic experts (NES) reveal that government programs are the third most important supporting factor in Thailand, with 8.7% significance. Government support can take various forms, such as offering low-interest loans, funding technology and innovation, organizing training and education, granting exclusive product or service rights, and allocating essential resources for business operations. Additionally, the Thai government has schemes and policies to promote business undertakings, like fostering and supporting SMEs (Small and Medium Enterprises), setting up Venture Capital funds for early-stage investments, enhancing access to capital resources, and facilitating access to government services.

Overall, these government initiatives can enhance and elevate the image of Thai businesses, leading to sustainable growth in the long run. The national strategy (from 2018-2037) serves as a long-term roadmap for the country, envisioning Thailand as a "stable, prosperous, and sustainable developed country, thriving on the principles of a self-sufficient economy". This strategy encompasses six major strategies, with the second one focusing on building competitive capacities. The strategy's key points related to SME development include: (1) Fostering smart entrepreneurs, (2) Enhancing access to financial services, (3) Expanding market access, (4) Increasing access to information, (5) Streamlining roles and access to government services.

Every year, the agency will formulate operational plans in collaboration with related central and regional entities. These plans consist of projects and main responsible units. The transformation of the promotional plan into the MSME operational plan involves multiple initiatives, like direct budget-funded programs/projects, such as standardizing products for MSMEs, setting up deep-market information centers for MSMEs. Funding for promoting MSMEs can come from various sources. Non-budgetary policies/measures include legal and regulatory adjustments to facilitate businesses, tax incentives encouraging MSME development in various areas, like tax breaks for research and development, digital business transformation incentives, and financial measures such as loans and credit guarantee limits.