

## บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการ มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเป็นกลุ่มบุคคลแสวงหาและเสนอโอกาสใหม่ๆ ในการสร้างรายได้และทุนทางการเงิน สนับสนุนการประกอบการที่เริ่มต้นและให้โอกาสในการจัดการธุรกิจ สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและการวิจัยและพัฒนา และสนับสนุนการค้าและการส่งออกทำให้กิจการเข้าถึงตลาดระหว่างประเทศ ทำให้เศรษฐกิจในภาพรวมของระดับประเทศมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการส่งเสริมเพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) เป็นสร้างการเปลี่ยนแปลงจากโครงสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ก่อให้เกิดคุณค่าเชิงการเงินและมีใช้ทางการเงิน (Monetary and Non-monetary Value) ให้แก่เศรษฐกิจและสังคม สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของแรงงานไทย ซึ่งนอกจากจะพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลแล้วนั้น ในการศึกษายังพิจารณาปัจจัยในระดับพื้นที่ด้วย เพื่อให้เกิดประโยชน์จากข้อมูลเชิงลึกในการประกอบการกำหนดแนวทางในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อมของประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายบุคคล (Micro-level Data) จากการสำรวจภาวะการมีงานทำของประชากร ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ดังนั้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะมีอายุตั้งแต่ 15 ปีเป็นต้นไป เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานของประเทศไทย และเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น นอกจากนี้ การพิจารณาจะครอบคลุมช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 13 ปี โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติแบบการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

ผลการศึกษาจากแบบจำลองพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มแรงงานเพศชาย อายุมาก ไม่ได้มีสถานภาพโสด รวมถึงอาศัยในเขตเมืองจะมีโอกาสเป็นผู้ประกอบการสูงมากกว่ากลุ่มอื่น ในกรณีที่กลุ่มแรงงานจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า กลุ่มแรงงานที่เรียนในสาขาสังคมศาสตร์ กฎหมาย และธุรกิจเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการเป็นผู้ประกอบการสูงมากกว่าสาขาอื่น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการไม่มีความแตกต่าง (Heterogeneity) ระหว่างช่วงเวลาก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระหว่างภูมิภาค ระหว่างอุตสาหกรรม และระหว่างขนาดกิจการ

## Abstract

Entrepreneurs can generate income and financial capital, support startups and provide opportunities to manage businesses, support innovation and research and development, and promote trade and exports. This allows businesses to access international markets and enables the overall national economy to grow continuously. New entrepreneurs create changes to the economy from their creativity and innovation, leading to monetary and non-monetary value for society. Therefore, they play an important role in the country's economic growth and development.

This research focuses on studying the factors affecting the decision to become an entrepreneur of Thai workers. In addition to personal characteristics, the study also considers area-based factors that benefit from in-depth information in determining guidelines for promoting new entrepreneurs in the context of Thailand. This study uses micro-level secondary data of individuals from the Labor Force Survey, collected by the National Statistical Office. To be consistent with the Thai labor laws, the age of the population used in this study is 15 years and above and includes only those living in Thailand. In addition, the analysis covers the period from 2010 to 2022, a total of 13 years. The logistic regression model is employed to analyze the factors affecting the decision to become an entrepreneur in Thailand.

The results show that only personal characteristics have a statistically significant effect on the decision to become an entrepreneur. Males, older workers, non-single workers, and those living in urban areas have a higher chance of becoming entrepreneurs than other groups. In the case of samples who graduated from high school or equivalent, those who studied social sciences, law, and business are the group with a higher chance of being entrepreneurs. However, the factors related to the decision to become an entrepreneur are not different—no heterogeneity—between the periods before and after the COVID-19 outbreak, between regions, between industries, and between business sizes.