

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาบทบาทของภาคบริการต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการค้าของไทย โดยเฉพาะในประเด็นความเชื่อมโยงระหว่างภาคบริการและภาคเศรษฐกิจอื่นๆ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาระดับมหภาค โดยศึกษาการส่งออกบริการที่คำนึงถึงความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและความเชื่อมโยงไปข้างหลังด้วยฐานข้อมูล Trade in Value Added ของ OECD และ Export Value Added Database ของ World Bank และส่วนที่ 2 การศึกษาระดับจุลภาคเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจบริการไทยและผลกระทบต่อเนื่องไปยังผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่มีการใช้กิจกรรมบริการในฐานะปัจจัยการผลิต (inputs) และปัจจัยสนับสนุน (enablers) รวมทั้งนัยต่อประสิทธิภาพการผลิต ชีตความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการไทย

ในส่วนแรกของการศึกษา ข้อมูลเชิงมหภาคบ่งชี้ว่าการส่งออกบริการเมื่อพิจารณาในรูปแบบมูลค่าเพิ่ม (Value-Added) เป็นภาคเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญที่สุด โดยสัดส่วนในมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.3 เป็นร้อยละ 42.3 หรือเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกมูลค่าเพิ่มของไทย เนื่องจากภาคบริการมีค่าความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (forward linkage) สูง เป็นปัจจัยการผลิตต้นน้ำให้กับภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีสัดส่วนในการส่งออกรวมสูง ด้วยเหตุนี้ การวัดความสำคัญของภาคบริการและภาคภาคเศรษฐกิจต่างๆ ควรทำในรูปแบบมูลค่าเพิ่ม โดยพิจารณามูลค่าเพิ่มการส่งออกทั้งหมด (Total Value Added Exports) ที่คำนึงถึงการส่งออกทางตรง (Direct) และการส่งออกทางอ้อม (Indirect) ซึ่งมูลค่าเพิ่มบริการถูกแฝง (embodied) อยู่ในมูลค่าการส่งออกสินค้า เพราะจะทำให้ทราบถึงประโยชน์ที่แท้จริงจากการส่งออกบริการที่ตกอยู่ในประเทศ

ในส่วนที่สอง การศึกษาเชิงลึกภาคบริการไทยโดยใช้ข้อมูลระดับจุลภาครายสถานประกอบการจาก 3 แหล่งสำคัญ ประกอบด้วย ข้อมูลสำมะโนอุตสาหกรรม ข้อมูลสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ และข้อมูลงบการเงินจากคลังข้อมูลธุรกิจ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งครอบคลุมสถานประกอบการจดทะเบียนทั่วประเทศ ผลการศึกษาบ่งชี้ว่าระดับการแข่งขันในภาคบริการต้นน้ำ คำนวณจากดัชนีชี้วัดความกระจุกตัว หรือ Herfindahl Hirschman Index (HHI) ของธุรกิจการค้าและบริการทั่วประเทศ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยระดับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาดบริการจะส่งผลให้ผู้ซื้อบริการได้รับประโยชน์จากบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ และมีราคาถูก เป็นผลให้ผลิตภาพการผลิตโดยรวมของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน และที่สำคัญที่สุด ตลาดบริการที่มีการแข่งขันสูงจะช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เพิ่มโอกาสในการส่งออกให้กับผู้ประกอบการไทย ซึ่งภาคบริการมีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความแตกต่าง (differentiate) ในตลาดการค้าโลกที่มีการแข่งขันสูง และที่ซึ่งการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพไม่เพียงพออีกต่อไป ดังนั้น การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมจึงต้องควบคู่ไปกับการพัฒนาภาคบริการ การยกระดับภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นภาคที่ผลิตสินค้าส่งออกหลักของไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปฏิรูปภาคบริการเป็นสำคัญ