

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) รวมทั้งยังต่อประสิทธิภาพการผลิต 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 การยกระดับภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นภาคที่ผลิตสินค้าส่งออกหลักของไทยจำต้องให้ความสำคัญกับการปฏิรูปภาคบริการเป็นสำคัญ

ABSTRACT

The aim of this research project is to study the role of services in the structural transformation of Thai trade, in particular the linkages between service sector and manufacturing sector. The study is divided into two main sections. The first part studies the macro picture of service sector in Thailand, especially service exports that account for forward and backward linkages utilizing Trade in Value Added database from OECD and Export Value Added database of World Bank. The second part deals with the micro-level evidence of services' role in enhancing total factor productivity of Thai manufacturing firms as well as how it increases their chance of entering into foreign markets.

When considering the export share in value-added term, we document a significance increase in the share of export accounted by service sector, rising from 27.3% to 42.3% or almost a half of the total value of export, thereby making services the most important sector after all. The reason is because services have a high degree of forward linkage, and hence acting as intermediate inputs for other economic sectors. Hence, it is noteworthy to consider value-added term instead of gross when analyzing the importance of an economic sector, taking into account both the direct and indirect export so as to realize the full potential gains that the country is reaping from exporting.

The second part is an in-depth analysis of services market in Thailand. We explore three prominent firm-level database namely, Industrial Census 2011 and Service Census 2011 from the National Statistical Office of Thailand, and Financial Statement Database of all registered businesses in the Kingdom from the Department of Business Development, Ministry of Commerce. The empirical evidence shows that the level of competition in the upstream service sector directly affected the efficiency of downstream manufacturing firms using services as an input in the production process. Moreover, a higher degree of competition in service sector raises the probability of a firm becoming an exporter. Therefore, it is of utmost important to ensure the competitive environment in the service sector if the government wishes to promote export, as services are both embodied and embedded in manufacturing which is the main export goods of Thailand.