

FAQ

FOCUSED AND QUICK

Issue 167

May 8, 2020

ภาคบริการไทย เปลี่ยนให้ปัง! ปรับให้โดน!

ฐิตา เภกานนท์

บทความนี้เป็นทรัพย์สินของธนาคารแห่งประเทศไทย
การกล่าว คัด หรืออ้างอิง ข้อมูลบางส่วนตามสมควรในบทความนี้
จะต้องกระทำโดยถูกต้อง และอ้างอิงถึงผู้เขียนและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยชัดเจน

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน
ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย



Source: <https://thethaiger.com/news/business/reflections-2-thailand-tourism-forum-chindia-tourism>

“ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้
ทิศทางและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ
ในภาคบริการเปลี่ยนแปลงไป
ดังนั้น การทำความเข้าใจพัฒนาการ
ธุรกิจบริการแต่ละประเภทจะทำให้สามารถ
กำหนดแนวทางการสนับสนุนที่ตรงจุด”

ภาคบริการมีบทบาทอย่างมากต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจและมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเป็นแหล่งจ้างงานและแหล่งรายได้หลักของประเทศ แต่ในระยะกว่า 20 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างภาคบริการไทยแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย โดย Traditional Services ยังคงครองความสำคัญในลำดับต้น ๆ ขณะที่ Modern Services กลับมีขนาดเล็กและขยายตัวไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ความต้องการและพัฒนาการของธุรกิจบริการแต่ละประเภทเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการปรับตัวทำให้ธุรกิจบางกลุ่มยังคงเติบโตได้ ขณะที่บางส่วนสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันเพราะเผชิญความท้าทายที่มากขึ้น ดังนั้น การขับเคลื่อนภาคบริการไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนจึงต้องอาศัยแนวทางการสนับสนุนที่ตรงจุดและตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลาย

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีภาคบริการมีอิทธิพลต่อพัฒนาการทางเศรษฐกิจ เพราะถือเป็นแหล่งจ้างงานและแหล่งรายได้หลักของประเทศ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการผลิตต่างหันมาให้ความสำคัญและมีความเชื่อมโยงกับภาคบริการมากขึ้น (Servicification) อาทิ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าผ่านการวิจัยและพัฒนา (R&D) รวมถึงการขายสินค้าควบคู่กับบริการหลังการขาย ส่งผลให้สินค้าส่งออกของไทยมีมูลค่าเพิ่มจากภาคบริการสูงขึ้นจาก 27% ในช่วงก่อนปี 2012 เป็น 30% ในปี 2016¹

อย่างไรก็ดี ในระยะที่ผ่านมา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ทิศทางและรูปแบบการดำเนินธุรกิจในภาคบริการเปลี่ยนแปลงไปซึ่งการปรับตัวทำให้ธุรกิจบางกลุ่มยังคงเติบโตได้ ขณะที่บางส่วนสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันเพราะเผชิญความท้าทายที่มากขึ้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะทำความเข้าใจโครงสร้างและพัฒนาการภาคบริการไทย รวมถึงศึกษา

ศักยภาพการเติบโตของธุรกิจบริการแต่ละประเภทเพื่อนำไปสู่แนวทางการสนับสนุนที่ตรงจุดและตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลาย โดยการนำเสนอแบ่งเป็น 4 หัวข้อหลัก คือ 1) โครงสร้างและพัฒนาการภาคบริการไทย 2) การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบริการ และ 3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และ 4) บทสรุป

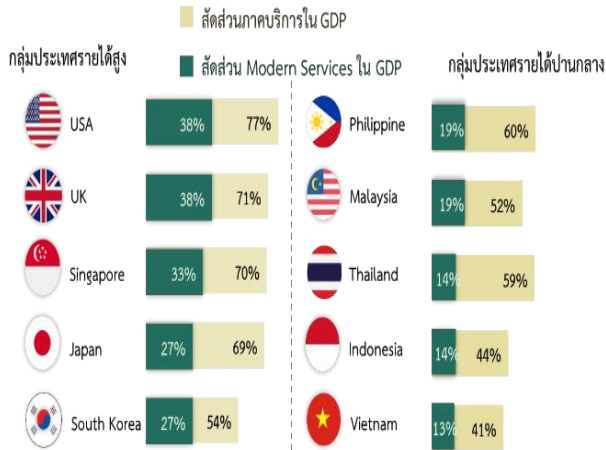
1. โครงสร้างและพัฒนาการภาคบริการไทย

ในบริบทโลกที่เศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ เติบโตและร่ำรวยขึ้น ภาคบริการก็มีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรูปที่ 1 ภาคบริการในกลุ่มประเทศรายได้สูงมีสัดส่วนโดยเฉลี่ยสูงถึง 70% ของ GDP และแรงขับเคลื่อนหลักมาจากธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) อาทิ บริการด้าน IT Software การเงิน รวมถึงการค้าปลีกและวิจัย (R&D) ที่ส่วนใหญ่มีการนำข้อมูลและเทคโนโลยีมาสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ขณะที่กลุ่มประเทศรายได้

¹ ข้อมูลจาก Trade in Value Added (TIVA) จัดทำโดย OECD คำนวณโดย ธปท.

ปานกลาง ภาคบริการมีส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 65% ของ GDP และแรงขับเคลื่อนหลักมาจากบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

รูปที่ 1 สัดส่วนภาคบริการใน GDP
จำแนกประเทศตามระดับรายได้



ที่มา: World Bank and OECD IICO Tables คำนวณโดย จปท.

หากหันกลับมามองภาคบริการไทยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง เช่น ข้อมูล GDP ดุลการชำระเงิน และข้อมูลการจ้างงาน จะพบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโครงสร้างภาคบริการไทยใน 3 ประการ

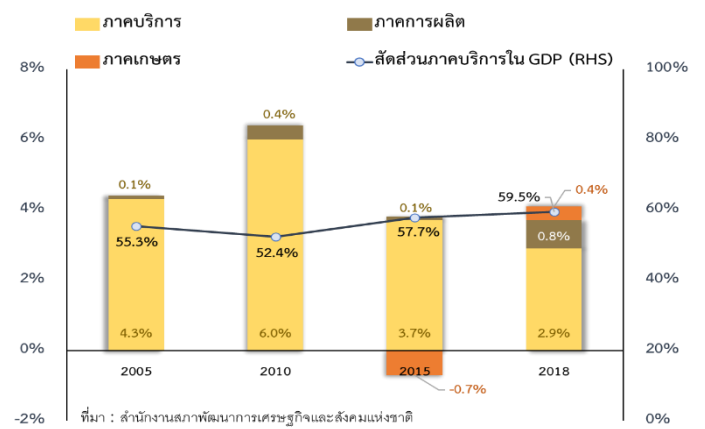
1.1 ภาคบริการของไทยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็น Traditional Services

ในประเทศไทย ภาคบริการมีบทบาทอย่างมากต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากสัดส่วนต่อ GDP ที่เพิ่มขึ้นจาก 55% ในปี 2005 เป็น 60% ในปี 2018 (รูปที่ 2) อย่างไรก็ตาม ในระยะกว่า 20 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างภาคบริการไทยมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก แม้ว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะผลักดันให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดย Traditional Services ยังคงครองความสำคัญในลำดับต้น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจการค้า การขนส่ง โรงแรมและภัตตาคาร (รูปที่ 3)

ทั้งนี้ ในปัจจุบันกลุ่มธุรกิจที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของภาคบริการไทยเริ่มมีสัญญาณความเปราะบางชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่เผชิญกับปัญหาและข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง เนื่องจากปัญหาการกระจุกตัว

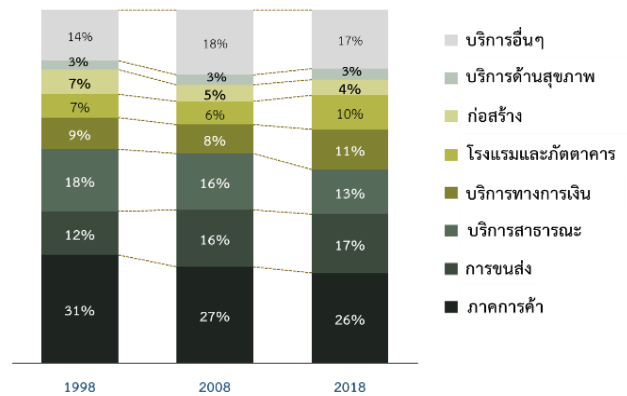
เชิงพื้นที่และเชิงสัญชาติ อาทิ การพึ่งพานักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นหลัก ทำให้การท่องเที่ยวไทยผันผวนไปตามความไม่แน่นอนหรือปัจจัยพิเศษต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่ทำให้จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนลดลงอย่างมาก นอกจากนี้การที่ธุรกิจส่วนใหญ่เน้นแข่งขันด้วยราคาเป็นหลัก ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวขยายตัวในระดับต่ำ แม้ว่าจำนวนจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

รูปที่ 2 สัดส่วนภาคบริการ Contribution to GDP Growth



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

รูปที่ 3 โครงสร้าง GDP ภาคบริการ



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

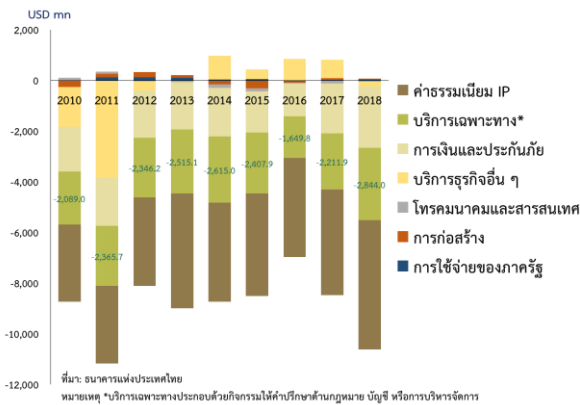
1.2 Modern Services เติบโตช้าและมีขนาดเล็ก

แม้ว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะทำให้ Modern Services เป็นที่ต้องการมากขึ้น เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ แต่สำหรับประเทศไทย Modern Services ยังคงมีขนาดเล็ก โดยมีสัดส่วนใน GDP เพียง 14% และเพิ่งขยายตัวชัดเจนในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา

ซึ่งการเติบโตกระจุกตัวในธุรกิจการเงินและโทรคมนาคม ซึ่งผู้เล่นหลักเป็นบริษัทขนาดใหญ่

ขณะที่ Modern Services อื่น ๆ อาทิ กิจกรรมให้ปรึกษาด้านกฎหมาย บัญชี R&D การโฆษณาและการตลาด กลับขยายตัวต่ำ และธุรกิจไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าบริการเหล่านี้จากต่างประเทศเป็นหลัก สะท้อนจากดุลบริการที่ขาดดุลต่อเนื่องในหมวดบริการเฉพาะทาง (ภาพที่ 4) ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจาก (1) ปัญหาขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่มีทักษะและประสบการณ์เฉพาะด้าน และ (2) กฎหมายที่ซับซ้อนและไม่ชัดเจน เช่น ความคลุมเครือในการบังคับใช้กฎหมายป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property : IP Law) จึงไม่เอื้อต่อการพัฒนาของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

รูปที่ 4 ดุลบริการ (ไม่รวมภาคท่องเที่ยวและขนส่ง)



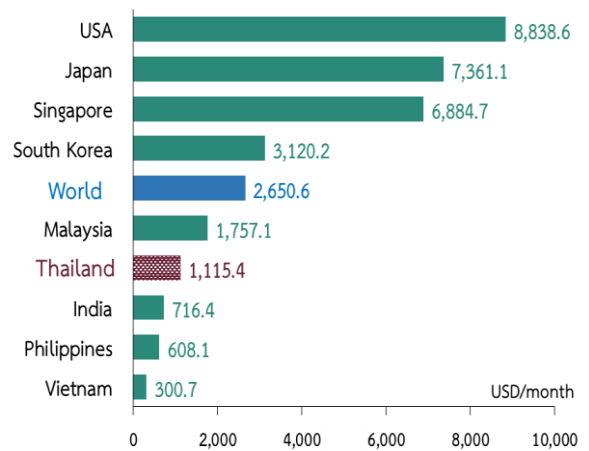
1.3 ผลผลิตภาพแรงงานภาคบริการขยายตัวต่ำ

จำนวนแรงงานในภาคบริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดรับกับความสำคัญที่มากขึ้น โดยในปี 2018 ไทยมีแรงงานในภาคบริการมากถึง 20 ล้านคนหรือประมาณ 52% ของผู้มีงานทำทั้งหมด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากด้านผลิตภาพกลับพบว่า ภาคบริการมีผลิตภาพแรงงานต่ำกว่าภาคการผลิต ทั้งในแง่มูลค่าและอัตราการเติบโต และเมื่อเทียบกับต่างประเทศในภาพที่ 5 ไทยมีผลิตภาพแรงงานภาคบริการอยู่ที่ 1.1 พันดอลลาร์สหรัฐ/เดือน ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลกถึง 2.4 เท่า และถือว่าต่ำกว่าประเทศที่ขับเคลื่อนด้วย Modern Services อย่างมาก อาทิ สิงคโปร์ที่ผลิตภาพแรงงานภาคบริการมีมูลค่าสูงถึงประมาณ 8.8 พันดอลลาร์สหรัฐ/เดือน

ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผลิตภาพแรงงานไทยอยู่ในระดับต่ำส่วนหนึ่งมาจากการที่แรงงานกว่า 70%

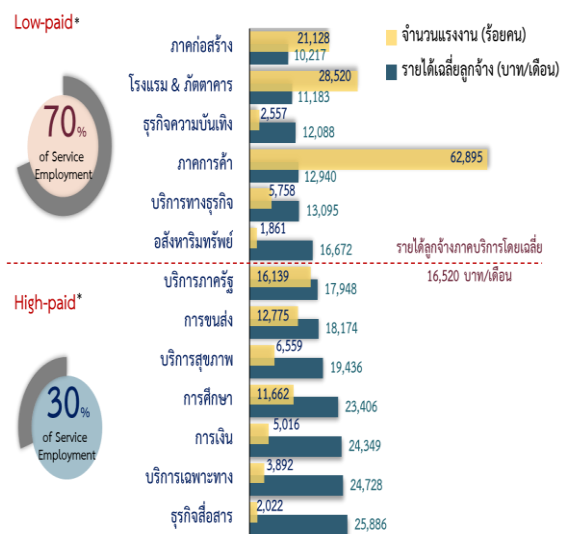
ทำงานใน Traditional Services ซึ่งพึ่งพาแรงงานทักษะต่ำและมีการใช้เทคโนโลยีไม่มากนัก อาทิ ภาคการค้าที่แรงงานส่วนใหญ่ทำธุรกิจร้านค้าแบบดั้งเดิม (โชห่วย) และนำเทคโนโลยีมาใช้ทำธุรกิจค่อนข้างน้อย ขณะที่ ภาคท่องเที่ยวซึ่งแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากโลกออนไลน์ ทั้งการจองโรงแรมและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่ธุรกิจยังคงพึ่งพาแรงงานทักษะต่ำเป็นส่วนมากเช่น แม่บ้านและพนักงานเสิร์ฟ ส่งผลให้ผลิตภาพและรายได้ของแรงงานเติบโตไม่สอดคล้องกับภาพรวมของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

รูปที่ 5 ผลิตภาพแรงงานภาคบริการในแต่ละประเทศ ปี 2017



ที่มา: World Bank and OECD ICIO Tables คำวนโดย ธพท.

รูปที่ 6 จำนวนและรายได้เฉลี่ยของผู้มีงานทำในภาคบริการไทย ปี 2018

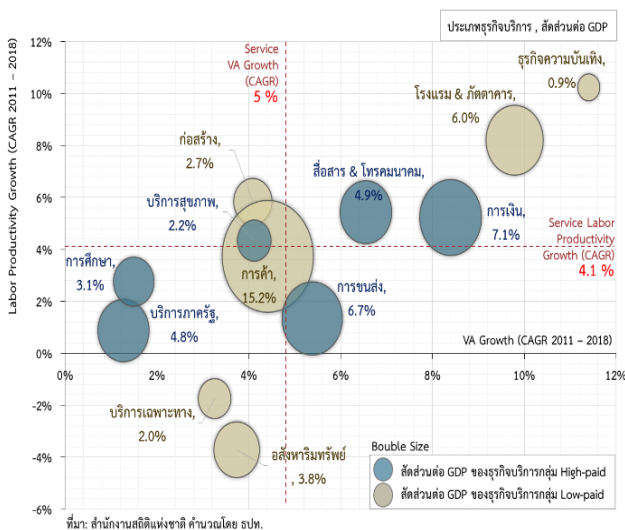


ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำวนโดย ธพท.
หมายเหตุ *สัดส่วนการจ้างงานในภาคบริการที่จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยลูกจ้าง คำวนโดยการเปรียบเทียบค่าจ้างในแต่ละประเทศธุรกิจกับรายได้เฉลี่ยของลูกจ้างภาคบริการโดยรวมที่ 16,520 บาท/เดือน

2. การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบริการ

เศรษฐกิจไทยที่ยังคงซบเซาลงด้วย Traditional Services มีแนวโน้มจะทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศลดลงในระยะยาว โดยเฉพาะจากอิทธิพลของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและสนับสนุนภาคบริการไทยให้ชัดเจนและสอดคล้องกับศักยภาพการเติบโตและความต้องการที่หลากหลาย ภาพที่ 7 จึงแสดงรูปแบบการวิเคราะห์ที่ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด Thailand Competitiveness Matrix (TCM) โดยพิจารณาพัฒนาการของภาคธุรกิจจาก 4 ปัจจัย ดังนี้ (1) การขยายตัวของมูลค่าเพิ่ม (2) แนวโน้มผลิตภาพแรงงาน (3) ระดับรายได้ของแรงงาน และ (4) ปัจจัยสนับสนุนจาก Global Trends ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้สามารถจำแนกธุรกิจบริการเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ (ภาพที่ 8)

รูปที่ 7 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบริการในประเทศไทย



(1) กลุ่มศักยภาพ (Potential Business)

ประกอบด้วยภาคการสื่อสาร ธุรกิจแพลตฟอร์ม การเงิน และบริการด้านสุขภาพ ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของภาคบริการในภาพรวม เนื่องจากปัจจุบันมีศักยภาพและความพร้อมทั้งในด้านตลาดและแรงงาน อีกทั้งยังได้รับแรงสนับสนุนมาจาก Global Trends เช่น Aging Society และ Digital Transformation ดังนั้นธุรกิจกลุ่มนี้จึงต้องได้รับการสนับสนุนให้ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถส่งผ่านการเติบโตไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ

(2) กลุ่มเสริมแกร่ง (Strengthen Business)

เป็นกลุ่มที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง อาทิ ภาคการท่องเที่ยวและขนส่ง แต่ต้องการยกระดับและเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการเติบโต เพราะปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น ข้อจำกัดจากระสิทธิภาพและความเชื่อมโยงของระบบคมนาคม ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีปัญหาด้านผลิตภาพแรงงานที่ทรงตัวในระดับต่ำ

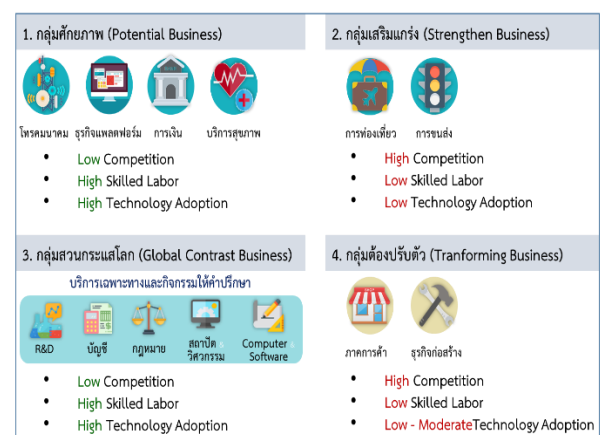
(3) กลุ่มสวนกระแสโลก

ประกอบด้วยธุรกิจที่นำจะได้รับการสนับสนุนจากการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) แต่ในประเทศไทยกลับมีอัตราการเติบโตต่ำ อีกทั้งยังต้องพึ่งพาการนำเข้าบริการเหล่านี้จากต่างประเทศเป็นหลัก เช่น บริการเฉพาะทางหรือการให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย บัญชี R&D และการตลาด ซึ่งมีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการรวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ

(4) กลุ่มต้องปรับตัว (Transforming Business)

เป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและจ้างงาน เช่น ธุรกิจการค้าและก่อสร้าง แต่ที่ผ่านมามีความสามารถทางการแข่งขันลดลง เพราะเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กระแส E-Commerce ปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

รูปที่ 8 การจัดกลุ่มธุรกิจบริการ 4 กลุ่ม



3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิเคราะห์ภาคบริการไทยโดยสะท้อนจากศักยภาพการเติบโตและปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าธุรกิจบริการแต่ละประเภทมีศักยภาพและพัฒนาการที่หลากหลาย บางกลุ่มมีความพร้อมและสามารถเติบโตสอดรับไปกับกระแสโลก ขณะที่บางกลุ่มเปราะบางจำเป็นต้องผลักดันให้สามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดด้วยเหตุนี้ การสนับสนุนภาคบริการจึงควรออกแบบให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุดและสอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างกัน โดยไทยควรต้องมุ่งส่งเสริมให้ Modern Services มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น รวมถึงสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล ในขณะที่ Traditional Services ที่ยังคงมีความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก็ควรได้รับความช่วยเหลือให้เข้าถึง และสามารถปรับตัวสอดรับไปกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ดังนั้น แนวทางการพัฒนาในภาพรวมที่ธุรกิจบริการทุก ๆ กลุ่มควรได้รับการยกระดับจึงสามารถแบ่งเป็น 3 ด้านสำคัญ ดังนี้

ด้านคน ทุกภาคส่วนควรเตรียมความพร้อมให้แรงงานมีจำนวนเพียงพอและทักษะที่สอดรับกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะกลุ่มที่มีทักษะด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมและคณิตศาสตร์ (STEM) รวมถึงทักษะทางภาษา นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มทางเลือกและช่องทางการหารายได้ ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างทักษะเพิ่มเติมให้แก่แรงงานทักษะต่ำซึ่งยังคงมีความสำคัญกับธุรกิจบริการหลาย ๆ อาทิ วิชาช่าง เย็บปักถักร้อย หรือการถ่ายภาพ เป็นต้น

ด้านโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ภาครัฐถือว่ามียุทธศาสตร์สำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการเพิ่มความเชื่อมโยงระบบคมนาคมเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการจัดทำและส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น Enterprise Software ที่นำมาเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงการส่งเสริมธุรกิจบน Online Platform เป็นต้น

ด้านกฎเกณฑ์และกฎระเบียบ ภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น โดยเฉพาะการพิจารณาปรับปรุงกฎระเบียบที่ล้าสมัย ทัชช้อน และเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจสมัยใหม่ที่

รูปแบบการดำเนินกิจการแตกต่างไปจากเดิม รวมถึงการลงทุนจากต่างชาติ อาทิ ลดการคุ้มครองธุรกิจบางสาขาใน พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 รวมถึงการเพิ่มความเข้มข้นการบังคับใช้กฎหมายป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (IP) เพื่อส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์

4. บทสรุป

ในปัจจุบัน ภาคบริการไทยมีบทบาทและความสำคัญที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ผลผลิตภาพแรงงานกลับทรุดตัวในระดับต่ำ เนื่องจากธุรกิจและแรงงานส่วนใหญ่กระจุกตัวใน Traditional Services เช่น ภาคการค้า การท่องเที่ยวและธุรกิจก่อสร้าง ซึ่งในระยะหลังความสามารถทางการแข่งขันมีแนวโน้มลดลง เพราะได้รับผลกระทบจากอิทธิพลของเทคโนโลยี ประกอบกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ Modern Services ในไทย ถือว่ามีอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงนักและยังมีขนาดเล็ก ทำให้ธุรกิจภายในไทยส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการนำเข้าบริการกลุ่มนี้จากต่างประเทศเป็นหลัก

ดังนั้น แนวทางการขับเคลื่อนภาคบริการไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนจึงต้องอาศัยการปรับโครงสร้างที่เน้นการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันเชิงคุณภาพทดแทนการแข่งขันด้วยปริมาณ นอกจากนี้ ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันยกระดับธุรกิจบริการที่เป็นกลไกหลักให้สามารถปรับตัวได้เท่าทันกับกระแสโลก ประกอบกับการสนับสนุนธุรกิจใหม่ ๆ ให้มีความพร้อมและมีศักยภาพทางการแข่งขันที่ทัดเทียมในระดับสากล

References:

Liu, X., & Mattoo, A., & Wang, Z., & Wei, S. (2019, December). Services development and comparative advantage in manufacturing, Working Paper 26542.

Miroudot, S. (2017, July). The servicification of global value chains: evidence and policy implications, UNCTAD multi-year expert meeting on Trade, services and development.

Park, D., & Noland, M. (2013). Developing the service sector as an engine of growth for Asia. Asia Development Bank, pp. 2-76.

คณิน พิระวัฒน์ชาติ, จิรายุ จันทรสชา และ สุเมธ พฤกษ์ฤดี (2018). ปฏิวัติบริการไทย บนเส้นทางแห่งนวัตกรรม. คอลัมน์แจงส์เบียร์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 8 พฤษภาคม 2018

วินัสยา สุริยาธานินทร์ (2015). ภาคบริการ...แรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย?. คอลัมน์แจงส์เบียร์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 28 เมษายน 2015

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2007). การปรับโครงสร้างภาคบริการ.

ผู้เขียนขอขอบคุณ ปวีร์ ศิริมัย และ กชพรรณ สัลเลขนันท์ ผู้ร่วมศึกษาบทความนี้ และคุณณัฐภัชช์ พงษ์เลื่องธรรม สำหรับ ข้อคิดเห็น และความช่วยเหลือในการพัฒนาต้นฉบับบทความและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ที่ทำให้บทความสมบูรณ์ขึ้น จากคุณจิรพรรณ โอฟารธนาเศรษฐ์ รวมทั้งความช่วยเหลือจากทีม FAQ Editor ดร.นครินทร์ อมเรศ

Contact author:

ฐิตา เภกานนท์

เศรษฐกร

ฝ่ายนโยบายโครงสร้าง

เศรษฐกิจ

TitaPh@bot.or.th

