

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive Summary)

โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์

การพัฒนาภาคบริการของประเทศ

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โดย

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

เมษายน 2552

## คำนำ

โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริการของประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการโดยรวม และภาคบริการรายสาขาที่มีศักยภาพและโอกาสในการขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับภูมิภาค เพื่อนำมาจัดทำเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริการของประเทศ พร้อมทั้งแผนที่นำทาง (Roadmap) และกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการทั้งในระดับชาติ และยุทธศาสตร์ภาคบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ เพื่อให้ประเทศไทยมีเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 โดยในการดำเนินการศึกษานี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้มอบหมายให้มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยเป็นที่ปรึกษาโครงการ

โครงการนี้ประกอบด้วยรายงาน 2 ฉบับ ฉบับแรกประกอบด้วยเนื้อหาในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริการของประเทศ และภาคบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ 3 สาขา คือ บริการโทรคมนาคม บริการก่อสร้าง และบริการด้านสุขภาพ และฉบับที่สองคือ ภาคผนวกที่รวบรวมผลการศึกษาและวิเคราะห์ภาคบริการจำนวน 12 สาขาตามบัญชีประชาชาติ

คณะผู้จัดทำหวังว่า รายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการของประเทศไทย รวมถึงผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย

คณะผู้จัดทำ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์  
การพัฒนาภาคบริการของประเทศ

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โดย

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

เมษายน 2552



# บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

## 1. บทนำ

หลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ภาคบริการได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจประมาณครึ่งหนึ่งของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภาคบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด 3 สาขาแรก คือ สาขาบริการค้าส่งค้าปลีก สาขาบริการขนส่ง คลังสินค้า และคมนาคม และสาขาบริการโรงแรมและภัตตาคาร บทบาทความสำคัญของภาคบริการได้สะท้อนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ซึ่งได้กำหนดแนวทางการปรับโครงสร้างภาคบริการ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ ให้สามารถขยายฐานการผลิต การลงทุน และการตลาด ครอบคลุมในระดับภูมิภาคมากขึ้น บนฐานความรู้ ความเป็นไทย และการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จึงได้ร่วมกับมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ เพื่อให้หน่วยงานใช้เป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างภาคบริการ ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

รายงานฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ เนื้อหาหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการ ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตภาคบริการ การประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ การประเมินปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาภาคบริการ ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการ หลักเกณฑ์การคัดกรองสาขาบริการ และยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการที่มีศักยภาพ 3 สาขา และส่วนที่สอง คือ ภาคผนวก ประกอบด้วย การเปรียบเทียบการจัดแบ่งกลุ่มสาขาบริการและความสอดคล้องระหว่างกันภายใต้หลักเกณฑ์ต่างๆ วิธีการคำนวณมูลค่าเพิ่มแบบต่างๆ ปัจจัยการผลิตด้านบริการ บทวิเคราะห์สาขาบริการ 12 สาขาตามบัญชีประชาชาติ และบทสรุปการรับฟังความคิดเห็นต่อร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการโดยรวม ยุทธศาสตร์การพัฒนาบริการโทรคมนาคม ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้าง และยุทธศาสตร์พัฒนาสาขาบริการสุขภาพ

## 2. การกำหนดขอบเขตภาคบริการ

### 2.1 ระบบการจำแนกภาคบริการ

การจำแนกสาขาในภาคบริการเพื่อการจัดเก็บข้อมูลและสถิติที่ได้รับการรับรองโดยคณะกรรมการสถิติขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Statistical Commission) ในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ในการใช้ ได้แก่ (1) UN Central Product Classification (CPC) เป็นการจำแนกสาขาสินค้าและบริการเพื่อใช้เป็นมาตรฐานอ้างอิง ซึ่งถือว่าละเอียดที่สุดสำหรับการเก็บข้อมูลภาคบริการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีความละเอียดน้อยกว่าระบบ Harmonized System (HS) ที่เป็นการเก็บข้อมูลสถิติการค้าสินค้านำเข้าระหว่างประเทศ (2) International Standard Industrial Classification of All Economic

Activities (ISIC) เป็นการจำแนกสาขาบริการเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยมีการจำแนกสาขาบริการตามลักษณะของกิจกรรมการผลิต และ (3) Balance of Payments (BOP) เป็นการจำแนกเพื่อใช้ในการจัดทำสถิติการค้าบริการระหว่างประเทศในดุลการชำระเงิน จัดเก็บโดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF)

นอกจากนี้ ยังมีการจำแนกสาขาบริการโดยองค์การการค้าโลก (WTO) เพื่อใช้ในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยแกตส์ (General Agreement on Trade in Services: GATS) นั้น มีการจำแนกสาขาบริการเพื่อการเจรจาการค้าบริการโดยเฉพาะ โดยในแต่ละสาขาบริการย่อย ยังมีการจำแนกรูปแบบของการค้าบริการเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ Mode 1 (การให้บริการข้ามพรมแดน) Mode 2 (การบริโภคข้ามพรมแดน) Mode 3 (การเข้าไปจัดตั้งสถานประกอบการ) และ Mode 4 (การเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามพรมแดน)

การจำแนกสาขาบริการโดย GATS นั้น จะเป็นการจำแนกตามลักษณะของ “กฎ ระเบียบของรัฐ” ที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการนั้นๆ จึงมีความละเอียดน้อยกว่าการจำแนกเพื่อจัดทำ GDP เนื่องจากกฎกติกาการค้าการลงทุนของภาครัฐ เช่น กฎเกณฑ์ว่าด้วยการลงทุนหรือการจ้างงานของคนต่างด้าว ไม่ลงในรายละเอียดของสาขาย่อย ในขณะที่เดียวกัน การจำแนกสาขาบริการโดย GATS จะละเอียดกว่าที่ปรากฏในดุลบัญชีชำระที่ IMF จัดเก็บ เนื่องจากมีการมองสาขาบริการนอกเหนือจากการซื้อขายบริการที่มีการชำระเงินตราระหว่างประเทศ อันได้แก่ การเคลื่อนย้ายบุคลากรระหว่างประเทศ

แม้การจำแนกสาขาบริการในแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูล แต่ทั้งหมดจะโยงกันเข้าสู่ระบบ CPC ซึ่งเป็นการจำแนกตามลักษณะของบริการซึ่งมีความละเอียดมากที่สุด

## 2.2 การทบทวนขอบเขตภาคบริการของไทยและต่างประเทศ

ประเทศไทยมีการจำแนกสาขาบริการตามวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นไปตามรูปแบบสากลทั้งที่เป็น CPC, ISIC, BOP และ GATS นอกจากนี้ ได้มีการจัดทำระบบ TSIC Code ที่อาจแตกต่างจากประเทศอื่นซึ่งใช้ระบบ ISIC revision 4 เนื่องจากระบบ TSIC ของไทยนั้น สามารถเทียบได้กับ ISIC revision 3 ซึ่งแม้จะสามารถแปลงรหัส TSIC ในสาขาภาคการผลิตและภาคบริการกลับเป็นระบบ ISIC หรือ CPC เพื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ได้ แต่ข้อมูลบางส่วนจะไม่ตรงกับที่ต่างประเทศใช้เท่าใดนัก ปัจจุบันฐานข้อมูลในระบบ TSIC ของไทยถูกใช้เพื่อจัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นำเสนอข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ภาคการเกษตร และภาคนอกการเกษตร

จากการศึกษาแบบการนำเสนอข้อมูล GDP ใน 7 ประเทศ ได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และประเทศไทย พบว่า การนำเสนอข้อมูลในสาขาภาคบริการส่วนใหญ่จะมีความคล้ายกัน ในสาขาบริการหลัก แต่อาจมีการแจกแจงรายละเอียดที่แตกต่างกันบ้าง เช่น กลุ่มไฟฟ้า ก๊าซ ประปา การค้าส่งค้าปลีก การก่อสร้าง เป็นต้น แต่สาขาบริการบางประเภทก็มีการนำเสนอที่แตกต่างจากของไทยอย่างชัดเจน เช่น บริการทางเทคนิคและวิทยาศาสตร์ (Scientific and technical service) ของเวียดนาม ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา ได้รวมอยู่ในบริการวิชาชีพ ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละประเทศมีจุดเด่นใน

การให้บริการที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการให้บริการด้านวิชาชีพและข้อมูลข่าวสาร จึงมีการแสดงข้อมูลเหล่านี้ในผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติไว้อย่างชัดเจน

## 2.3 ขอบเขตภาคบริการและวิธีการจัดเก็บข้อมูลที่เหมาะสมกับประเทศไทย

### ก) แนวทางการกำหนดขอบเขตภาคบริการของไทย

กรณีของประเทศไทยที่ใช้ระบบ TSIC ซึ่งเทียบได้กับ ISIC revision 3 นั้น ควรมีการปรับให้เป็น ISIC revision 4 เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับประเทศอื่นได้ดีขึ้น นอกจากนี้ การแสดงข้อมูล GDP ของสาขาบริการของไทย ควรคำนึงถึงประเด็นดังนี้

- สาขาบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจหรือสังคมไทย ซึ่งเป็นสาขาที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงแต่มีการแสดงข้อมูลรวมไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน เช่น สาขาการค้าปลีกและค้าส่ง สาขาการขนส่งและคมนาคม สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ควรมีการแสดงข้อมูลของธุรกิจที่มีรายละเอียดมากขึ้น และแยกสาขาออกจากกัน เพื่อให้สามารถสะท้อนภาพเศรษฐกิจไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- สาขาบริการที่มีอัตราการเติบโตสูงตลอดช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา เช่น สาขาบริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคล ซึ่งมีอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 8 ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แต่ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่ามาจากสาขาบริการใดเป็นหลัก จึงควรมีการแจกแจงข้อมูลสาขาบริการกลุ่มนี้โดยละเอียด
- สาขาบริการที่สะท้อนยุทธศาสตร์ของประเทศในระยะยาว เช่น สาขาบริการด้านสุขภาพ เนื่องจากไทยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ จึงอาจมีการแยกข้อมูลการสร้างรายได้ของโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลของรัฐและเอกชนออกจากกัน เพื่อสะท้อนภาพความสำเร็จในการกำหนดยุทธศาสตร์เหล่านั้น
- สาขาบริการที่มีการค้าขายระหว่างประเทศสูง เช่น บริการการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร บริการซอฟต์แวร์ บริการธุรกิจต่างๆ บริการให้คำปรึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นบริการที่มีการแข่งขันสูงเนื่องจากต้องแข่งกับตลาดโลก

### ข) แนวทางการจัดเก็บข้อมูลภาคบริการของไทย

- ควรใช้ ISIC เป็นจุดเริ่มต้น เนื่องจากเป็นมาตรฐานสากล ซึ่งจะทำให้ข้อมูลของภาคบริการไทย สามารถเทียบเคียงกับต่างประเทศและมาตรฐานการจำแนกสาขาบริการอื่นๆ ได้
- ปรับปรุง ISIC ให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจไทย เช่น (1) จัดเก็บข้อมูลให้ละเอียดที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ (2) พิจารณาใช้ ISIC ระดับ 2 หลักเป็นอย่างน้อย และ (3) ปรับปรุงรหัสกิจกรรมบริการให้สอดคล้องกับลักษณะ

โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ โดยอาจแทรกห้อยลงไปตามโครงสร้างการผลิต เพิ่มหรือรวมกิจกรรมบางประเภท โดยใช้รหัสจำนวนหลักเดิม เป็นต้น

#### ค) แนวทางการสำรวจข้อมูลภาคบริการที่เหมาะสมกับไทย

- ให้ความสำคัญกับการสำรวจมูลค่าเพิ่มในรายสาขาบริการ โดยมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ
- ปรับข้อมูลกิจกรรมภาคบริการใน GDP และตารางบัญชีการผลิตและผลผลิต ให้มีความสอดคล้องกัน
- แยกข้อมูลมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการออกจากกัน เช่น การจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ จะรวมบริการหลังการขายเข้าไปในราคาสินค้าด้วย

#### 2.4 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลภาคบริการ

มูลค่าเพิ่มที่แท้จริง (Real value added) เป็นตัวแปรสำคัญที่ใช้ในการวัดผลผลิตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรายสาขาอุตสาหกรรม โดยคำนวณจากมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบจนกระทั่งเป็นสินค้าขั้นสุดท้ายที่ใช้ในการบริโภค การเก็บข้อมูลและการคำนวณมูลค่าเพิ่มของสินค้าบริการมักมีขั้นตอนซับซ้อน เนื่องจากมีปัจจัยการผลิตที่ไม่สามารถจับต้องได้

วิธีการคำนวณมูลค่าเพิ่มที่แท้จริง มีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับโครงสร้างของอุตสาหกรรมและลักษณะของข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกวิธีการคำนวณ คือ (1) เลือกจำนวนดัชนีที่ใช้ในการคำนวณระหว่าง double หรือ single indicator methods (2) เลือกชนิดของข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการคำนวณระหว่าง output หรือ input-related indicators และ (3) เลือกวิธีการคำนวณระหว่าง extrapolation หรือ deflation กำหนดชนิดของปัจจัยที่จะให้เป็นฐาน (The type of variable on which the indicators are based)

ภาคบริการบางสาขาสามารถคำนวณมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ได้ยาก เนื่องจากผลผลิตที่ได้ไม่ชัดเจน หรือเป็นหน่วยธุรกิจที่อยู่นอกตลาด ดังนั้น จึงต้องใช้วิธีการคำนวณมูลค่าเพิ่มแบบพิเศษ เช่น สาขาตัวกลางทางการเงิน จะใช้วิธีสังเกตผลผลิตที่เกิดขึ้นของธนาคาร จากจำนวนทรัพย์สินและหนี้สินทั้งหมดของธนาคาร

การคำนวณมูลค่าเพิ่มสาขาบริการของไทยจัดทำโดย สำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีการจำแนกวิธีการคำนวณตามจำนวนดัชนีที่ใช้ 2 ประเภท คือ การปรับทั้งมูลค่าผลผลิตและสินค้าชั้นกลางราคาประจำปี ให้เป็นราคาปีฐาน แล้วหาผลต่างเป็นมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ (Double indicator methods) ซึ่งใช้กับภาคบริการขนาดใหญ่และภาคบริการที่มีการจัดเก็บข้อมูลผลผลิตและต้นทุนชั้นกลางเป็นอย่างดี เช่น โรงแรมและภัตตาคาร การขนส่งทางรถ สถานที่จัดเก็บสินค้า การคมนาคม และการศึกษาของเอกชน เป็นต้น และการปรับมูลค่าเพิ่มราคาประจำปี ให้เป็นมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่โดยตรง (Single indicator methods) ซึ่งจะใช้กับภาคบริการที่มีการคำนวณ



ผลผลิตได้ยาก และภาคบริการของรัฐบาล เช่น การบำรุงรักษาและการซ่อมแซมรถยนต์ การขนส่งทางเรือ และการบริหารงานราชการและป้องกันประเทศ เป็นต้น

โดยสรุปแล้ว ขอบเขตของภาคบริการที่เหมาะสมกับประเทศไทย คือ ประเทศไทยควรมีการกำหนดขอบเขตภาคบริการโดยคำนึงถึงสาขาบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจหรือสังคมไทย สาขาที่มีอัตราการเติบโตสูง สาขาที่สะท้อนยุทธศาสตร์ในระยะยาว และสาขาที่มีการค้าขายระหว่างประเทศสูง โดยควรมีแนวทางการปรับปรุง/ทบทวนการกำหนดขอบเขต การจัดเก็บข้อมูล การสำรวจข้อมูลและการพัฒนา ระบบการจัดเก็บข้อมูล ดังนี้ การทบทวนการจัดเก็บข้อมูลโดยปรับปรุง ISIC ให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจไทย รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสำรวจข้อมูลมูลค่าเพิ่มในรายสาขาบริการโดยเพิ่มงบประมาณในการสำรวจภาคบริการอย่างครอบคลุม ปรับข้อมูลกิจกรรมภาคบริการในผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศให้สอดคล้องกับตารางบัญชีการผลิตและผลผลิต และแยกข้อมูลมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการออกจากกัน ส่วนการพัฒนา ระบบการจัดเก็บข้อมูลนั้น ควรคำนึงถึงการใช้ข้อมูลที่สามารถสะท้อนผลผลิตที่เพิ่มขึ้นได้อย่างแท้จริง

### 3. การประเมินศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ

#### 3.1 บทบาทของภาคบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

โดยทั่วไปแล้ว ขนาดของภาคบริการจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจาก (1) บริการบางสาขา เช่น คอมพิวเตอร์ โลจิสติกส์ และบริการการเงิน เป็นอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived demand) จากการเป็นบริการที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมการผลิต ดังนั้น เมื่ออุตสาหกรรมมีการขยายตัว จึงก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการสนับสนุนเหล่านี้เพิ่มขึ้นด้วย (2) เมื่อรายได้ของประชาชนเพิ่มขึ้น จะก่อให้เกิดความต้องการบริการสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น บริการด้านการศึกษา การท่องเที่ยว การสื่อสาร และ (3) โครงสร้างอายุของประชากรที่กำลังเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดการขยายตัวในบริการบางประเภท เช่น บริการด้านสุขภาพและสถานดูแลคนชรา เป็นต้น บทบาทของภาคบริการในการพัฒนาเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

นักวิชาการบางท่านได้ตั้งข้อสังเกตว่า ผลิตภาพในภาคบริการมีอัตราการเพิ่มต่ำกว่าภาคการผลิต ทำให้ประเทศที่มีการขยายตัวของภาคบริการสูง จะมีอัตราเพิ่มของผลิตภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่ำ เนื่องจากภาคบริการเป็นกิจกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เช่น บริการสุขภาพ บริการสังคม และบริการการศึกษา ทำให้มีโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตไม่มากนัก ในขณะที่ภาคการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ หากการขยายตัวของภาคบริการเกิดจากการเติบโตของธุรกิจที่มีการปรับปรุงคุณภาพการผลิตและใช้เทคโนโลยีอย่างเข้มข้น เช่น สาขาการสื่อสาร การขนส่ง การเงิน และบริการธุรกิจอื่นๆ แล้ว ย่อมจะส่งผลให้ผลิตภาพโดยรวมของประเทศสูงขึ้นตามไปด้วย

อย่างไรก็ดี ข้อมูลและวิธีที่ใช้ในการวัดผลผลิตภาพของสาขาบริการ อาจมีข้อบกพร่องได้ ด้วยสาเหตุสำคัญบางประการ ได้แก่ (1) ตัวเลขการจ้างงานในแต่ละสาขาบริการอาจถูกประเมินสูงเกินไป เนื่องจากการทำงานในภาคบริการมีลักษณะที่เป็นงานนอกเวลาหรืองานเสริม (part-time) มาก การใช้จำนวนการจ้างงานมาคำนวณเพื่อหาผลผลิตภาพ จึงทำให้ตัวเลขที่ได้ต่ำกว่าความเป็นจริง (2) ผลผลิตของบริการที่เป็นสินค้าขั้นกลางของกระบวนการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอาจถูกประเมินต่ำเกินไป เนื่องจากหลายบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น บริการทางการเงิน บริการซ่อมแซมหรือติดตั้งสินค้าหลังการขาย (3) ราคาที่แท้จริงของบริการอาจคลาดเคลื่อน เนื่องจากรูปแบบและคุณภาพของสินค้าบริการมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ทำให้ไม่สามารถแยกแยะว่าราคาที่เพิ่มขึ้นนั้น เกิดจากการปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบของบริการ หรือเป็นการขึ้นราคาของบริการ (4) ผลผลิตภาพของภาคบริการโดยรวมอาจต่ำกว่าความเป็นจริง เนื่องจากบริการที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตมักจะได้รับการประเมินผลผลิตที่ต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งมักเป็นสาขาบริการที่มีการปรับปรุงผลผลิตภาพน้อย

### 3.2 วิวัฒนาการการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาต่างประเทศ

ในระยะแรกของการพัฒนาเศรษฐกิจ เกือบทุกประเทศมักเริ่มต้นจากการใช้ภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก แล้วจึงพัฒนาไปสู่ภาคที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงขึ้นอย่างภาคการผลิต และภาคบริการตามลำดับ ขึ้นอยู่กับศักยภาพ, ความพร้อม และนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศนั้น อย่างเช่น กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย (จีน เวียดนาม ใต้หวัน) มีอัตราการขยายตัวของภาคบริการผันแปรตามอัตราการขยายตัวของภาคการผลิต เนื่องจากภาคบริการมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตที่เป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่ กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น) กลับมีขนาดของภาคบริการที่ใหญ่กว่าภาคการผลิตหลายเท่าตัว และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศมากที่สุด เช่น บริการทางการเงิน และบริการด้านข้อมูลในกรณีของสหรัฐอเมริกา และบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ในญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเทศที่มีลักษณะต่างออกไปจากสองกลุ่มแรก คือ ประเทศอินเดีย มีการส่งออกภาคบริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ภาคบริการของอินเดียไม่มีความสัมพันธ์กับการขยายตัวของภาคการผลิตหรืออุปสงค์ภายในประเทศ แต่ขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้อินเดียกลายเป็นผู้นำทางด้านผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่สำคัญของโลก

### 3.3 บทบาทภาคบริการต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทย

#### 3.3.1 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ประชาชาติกับสัดส่วนรายได้ของภาคบริการของประเทศไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา พบว่า สัดส่วนของภาคบริการของไทยมีสัดส่วนมากที่สุด แต่ภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 สัดส่วนของภาคบริการได้ลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับภาคการผลิต ซึ่งอัตราการเติบโตของมูลค่าภาคบริการและภาคการผลิตในแต่ละปีมักจะมีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นหรือลดลงในแนวทางเดียวกัน เนื่องจากการขยายตัวของภาคการผลิตต้องพึ่งพาบริการหลายประเภท เช่น บริการการเงิน การขนส่ง การสื่อสาร เป็นต้น

แม้ว่าสัดส่วนมูลค่าของภาคบริการต่อ GDP จะลดลง แต่สัดส่วนการจ้างงานในภาคบริการกลับเพิ่มขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยแรงงานที่เข้าสู่ภาคบริการส่วนหนึ่งเป็นแรงงานที่ออกจากภาคเกษตรกรรม อย่างไรก็ตาม ผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) ของภาคบริการกลับไม่เพิ่มขึ้นมากนัก และยิ่งต่ำกว่าภาคการผลิตที่มีผลิตภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังวิกฤตเศรษฐกิจ เนื่องจากแรงงานภาคเกษตรจำนวนมากที่เข้ามาสู่ภาคบริการเป็นแรงงานที่มีทักษะน้อย การขยายตัวของภาคบริการจึงเกิดจากการขยายตัวของสาขาบริการที่ใช้แรงงานเข้มข้นเป็นหลัก เช่น ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง การขนส่ง การก่อสร้าง และการโรงแรม เป็นต้น จึงทำให้ไม่มีการพัฒนาผลิตภาพแรงงานแต่อย่างใด

### **3.3.2 การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างภาคบริการ**

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าเพิ่มของสาขาบริการของไทย พบว่า ในระยะที่ผ่านมา สาขาบริการที่มีบทบาทสำคัญค่อนข้างสูงจะเป็นสาขาบริการที่สนับสนุนการผลิต ได้แก่ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก การขนส่ง อสังหาริมทรัพย์ และสถาบันการเงิน เป็นต้น ส่วนสาขาบริการที่มีการจ้างงานในประเทศจำนวนมาก ได้แก่ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก โรงแรม และการก่อสร้าง และสาขาบริการที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ บริการกิจกรรมที่สนับสนุนการเงิน อสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้างของภาคเอกชน ซึ่งสาขาบริการเหล่านี้ล้วนเป็นสาขาที่มีผลิตภาพแรงงานต่ำลงนับตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน

### **3.3.3 ความเชื่อมโยงระหว่างภาคบริการกับภาคอุตสาหกรรม และระหว่างภาคบริการเอง**

ภาคบริการที่เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ การค้าส่ง การค้าปลีก และการผลิตไฟฟ้า ในขณะที่ ปัจจัยการผลิตด้านบริการที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจบริการ ได้แก่ การผลิตไฟฟ้า การค้าปลีก การค้าส่ง การขนส่งทางบก และสถาบันการเงิน ดังนั้น การพัฒนาเศรษฐกิจของไทยจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ และมีต้นทุนที่ต่ำลง โดยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันการใช้ปัจจัยการผลิตด้านภาคบริการ โดยเฉพาะสาขาที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการผลิตและภาคบริการดังกล่าว

### **3.3.4 บทบาทของภาคบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย**

ก) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคการผลิตและภาคบริการ เนื่องจากไทยยังต้องพึ่งพาภาคการผลิตในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงควรให้ความสำคัญกับสาขาบริการที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมเป็นลำดับแรก เช่น บริการค้าปลีกค้าส่ง และบริการขนส่ง โดยเฉพาะบริการที่สนับสนุนสาขาการผลิตที่มีการส่งออก ซึ่งต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่เข้มข้นขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า

ข) การสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน สาขาบริการที่จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว ได้แก่ บริการด้านการศึกษา บริการสารสนเทศและการสื่อสาร และบริการอื่นๆ ที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีเข้มข้น

ค) การดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ สาขาบริการที่มีผลต่อการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมากที่สุด ได้แก่ สาขาบริการด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และขนส่ง เป็นต้น

ง) การลดการขาดดุลทางการค้าบริการ การท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของดุลบริการไทย และมีแนวโน้มการสร้างรายได้เกินดุลอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังมียุทธศาสตร์หลายสาขาที่ไทยขาดดุลเพิ่มขึ้นในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าระวางสินค้า ค่าบริการขนส่งอื่นๆ และค่ารับเหมาก่อสร้าง ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้างของภาคอุตสาหกรรมไทย ที่ต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีและองค์ความรู้จากต่างประเทศมาโดยตลอด จำเป็นต้องมีการพัฒนายกระดับทักษะและองค์ความรู้เพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ

จ) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรจะส่งผลให้บริการด้านสุขภาพและสถานบริการดูแลผู้สูงอายุมีบทบาทมากขึ้น รวมทั้งการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 4. การประเมินปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาภาคบริการ

### 4.1 การประเมินปัจจัยแวดล้อมของภาคบริการ

การประเมินศักยภาพในการแข่งขันของภาคบริการจะช่วยกำหนดแนวทางการพัฒนาภาคบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกของภาคบริการว่า มีปัจจัยที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันหรือไม่ โดยปัจจัยภายในประเทศจะพิจารณาจากโครงสร้างพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบุคลากร กฎระเบียบและนโยบายของรัฐ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศจะพิจารณาถึงกระแสโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ และแนวโน้มของตลาดโลก เป็นต้น

#### ก) จุดแข็ง (Strengths)

ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งในการพัฒนาภาคบริการไทย ได้แก่ (1) ต้นทุนในการจ้างงานต่ำ (2) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง (3) การให้บริการด้วยใจหรือ Service mind และอัธยาศัยดี (4) ค่าครองชีพต่ำ และ (5) มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ และแหล่งท่องเที่ยวอันสวยงาม

#### ข) จุดอ่อน (Weaknesses)

ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนต่อการส่งเสริมพัฒนาภาคบริการ ได้แก่ (1) ความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีค่าบริการสูง (2) ความไม่พร้อมด้านบุคลากร ทั้งทักษะทางด้านภาษาและเทคโนโลยี และผลิตภาพแรงงานในภาคบริการที่ต่ำ (3) นโยบายการส่งเสริมของรัฐที่ไม่แน่นอน (4) ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง (5) ปัญหาคอร์รัปชัน และ (6) กฎระเบียบของรัฐที่ไม่เอื้อต่อการลงทุนจากต่างชาติ

### ค) โอกาส (Opportunities)

โอกาสในการพัฒนาภาคบริการของไทย ได้แก่ (1) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการขนส่ง ทำให้สินค้าบริการของไทยสามารถค้าขายข้ามพรมแดนได้ (2) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจไทยต้องพัฒนาศักยภาพภาคบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น รวมถึงพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสุขภาพและผู้สูงอายุ (3) ความได้เปรียบในเชิงภูมิศาสตร์ เนื่องจากไทยมีที่ตั้งอยู่ใจกลางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงสามารถให้บริการแก่ประเทศเพื่อนบ้านได้โดยสะดวก และ (4) การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการขยายตลาดไปประเทศข้างเคียงมากขึ้น

### ง) ภัยคุกคาม (Threats)

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก ที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาภาคบริการไทยในอนาคต ได้แก่ (1) ภาวะการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการ โดยเฉพาะสาขาบริการที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเข้มข้น ซึ่งประเทศที่พัฒนาแล้วมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนารวมถึงประเทศไทยต้องลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง และใช้เวลาในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ (2) การเปิดเสรีการค้าบริการทั้งในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี ทำให้การแข่งขันจากประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันสูงขึ้น (3) ความผันผวนของราคาน้ำมัน ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบางประเภท โดยเฉพาะด้านการขนส่ง และ (4) ผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการ รวมถึงความมั่นใจของนักลงทุนลดลง

## 4.2 การประเมินปัจจัยส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาคบริการรายสาขา

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในระดับนโยบาย ประกอบด้วยสาเหตุหลัก 3 ประการ คือ (1) ขาดข้อมูลอุปสงค์ อุปทาน ตลอดจนข้อมูลการประกอบธุรกิจของผู้ให้บริการ ทำให้ภาครัฐไม่สามารถกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของตลาด เพื่อสนับสนุนธุรกิจบริการได้ (2) ความไม่แน่นอนของนโยบาย ส่งผลต่อการวางแผนของภาคธุรกิจ และ (3) ขาดการสนับสนุนของภาครัฐ ในการพัฒนาทักษะแรงงานที่จำเป็นต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ เช่น ทักษะด้านการเงิน ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

อุปสรรคในด้านกฎ กติกาของภาครัฐมี 3 ประการ ได้แก่ (1) กฎ กติกาที่เพิ่มภาระต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการ ไม่มีหลักการที่ชัดเจน หรือไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ เช่น การกำหนดให้มี การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม หรือการกำหนดอัตราค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐาน (2) การปิดกั้นการลงทุนและการเข้ามาทำงานของคนต่างชาติ ทำให้ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อนำมาพัฒนาภาคบริการของไทย และ (3) ขาดกฎหมายหรือการบังคับใช้กฎหมายที่จำเป็น เช่น ธุรกิจขนส่ง หรือการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังต้องเผชิญกับอุปสรรคด้านโครงสร้าง 4 ประการ คือ (1) ขนาดของผู้ประกอบการที่เล็กเกินกว่าจะแข่งขันในตลาดโลกได้ เช่น ธุรกิจก่อสร้าง และธนาคารพาณิชย์

(2) ขาดแคลนแรงงานระดับสูง เช่น แพทย์ และนักการเงิน (3) โครงสร้างตลาดที่ผูกขาดโดยภาครัฐ เช่น การรถไฟ และ การไฟฟ้า และ (4) ความล่าช้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ในส่วนของปัจจัยที่ส่งเสริม หรือจุดแข็งของภาคบริการของไทย อันจะช่วยเปิดโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันมี 3 ประการ ได้แก่ (1) ความคุ้นเคยกับผู้บริโภคในประเทศและประเทศข้างเคียง (2) ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร และ (3) อุปทานของแรงงานกึ่งทักษะ ที่มีจำนวนมากเพื่อสร้างบริการที่หลากหลาย เช่น บริการก่อสร้าง และขนส่ง เป็นต้น

#### 4.3 ประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการดำเนินธุรกิจ พบว่ามีประเด็นสำคัญที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์สาขาบริการของประเทศทั้งหมด 5 ประการ ได้แก่ (1) การกำหนดทิศทางการพัฒนาธุรกิจบริการของไทยและองค์กรรับผิดชอบหลักให้ชัดเจน (2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจบริการ (3) การพัฒนาบุคลากรให้มีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะด้านภาษาต่างประเทศอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (4) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับธุรกิจบริการของไทย และ (5) การสนับสนุนธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและคุณภาพชีวิตของประชาชน

### 5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ

#### 5.1 กรอบแนวคิดการพัฒนา

ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ จากเดิมที่พึ่งพาแรงงานและวัตถุดิบในภาคการผลิต ไปสู่ภาคบริการที่เน้นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสร้างสรรค์สินค้าหรือมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้น มีการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และการใช้บุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญระดับสูงในการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อพัฒนาเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการของไทย

โดยภาพรวมแล้ว ภาคบริการจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้น และต้องเผชิญกับความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลกและแรงกดดันในการแข่งขันกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ที่มีต้นทุนแรงงานและความพร้อมของวัตถุดิบมากกว่า ในขณะที่เดียวกัน ภาคบริการยังมีความเกี่ยวโยงโดยตรงกับความเป็นอยู่ของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริการสุขภาพ การศึกษา บริการสาธารณสุขไปรษณีย์พื้นฐาน ดังนั้น การยกระดับมาตรฐานและระดับความเป็นอยู่ของประชากรไทยในอนาคตจะต้องพึ่งพาการลงทุนพัฒนาภาคบริการที่มีประสิทธิภาพด้วย

## 5.2 วิสัยทัศน์

ภาคบริการของไทยมีพลวัตสูง บนพื้นฐานความเป็นไทย เป็นแหล่งสร้างรายได้และดึงดูดการลงทุนที่สำคัญของประเทศ อันจะเป็นปัจจัยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชน

## 5.3 เป้าประสงค์ในการพัฒนาสาขาบริการ

5.3.1 เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ ซึ่งต้องพึ่งพาสาขาบริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะลดต้นทุนในการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ

5.3.2 เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว ที่ต้องลดการพึ่งพาแรงงานและวัตถุดิบ และเน้นการสร้างรายได้จากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทักษะ องค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญของบุคลากร

5.3.3 เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรากฐานของภาคบริการที่เน้นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ได้มาตรฐานสากล

5.3.4 เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญของความยั่งยืนของเศรษฐกิจและสังคมไทย

## 5.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

**5.4.1 ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพของสาขาบริการเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการของไทย** การปรับปรุงประสิทธิภาพของภาคบริการจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของภาคอุตสาหกรรม จึงถือเป็นยุทธศาสตร์ระยะสั้นที่จำเป็นต้องเร่งดำเนินการตามมาตรการดังนี้

- ก) ปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น การขนส่ง การสื่อสาร และพลังงาน
- ข) ส่งเสริมตลาดการจัดซื้อจัดจ้างบริการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ
- ค) ส่งเสริมการสร้างและใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ
- ง) ปรับปรุง กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับบริการของภาครัฐ
- จ) ส่งเสริมให้เกิดธรรมาภิบาลในหน่วยงานราชการและภาครัฐกิจ

**5.4.2 ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว** ประเทศไทยจำเป็นต้องมีฐานข้อมูลด้านบริการที่ละเอียดและแม่นยำ ในขณะเดียวกัน การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะต้องพึ่งพาสาขาบริการที่จะช่วยเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทยในตลาดโลก ได้แก่ บริการสารสนเทศ บริการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแรงงานที่มีทักษะระดับสูง โดยมีมาตรการดังนี้

- ก) พัฒนาระบบฐานข้อมูลความเชื่อมโยงระหว่างภาคบริการและภาคอุตสาหกรรม
- ข) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการทำนวัตกรรม
- ค) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจ
- ง) ผลักดันให้มีการผลิตบุคลากรเพื่อรองรับพัฒนาการของสาขาบริการ
- จ) ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการประเภทใหม่ที่ไทยมีศักยภาพในปัจจุบันและอนาคต
- ฉ) ส่งเสริมการขยายธุรกิจบริการไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค

**5.4.3 ยุทธศาสตร์การดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ** ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันจากการลงทุนในประเทศกำลังพัฒนาที่เปิดกว้างเพื่อรองรับการประกอบธุรกิจของบริษัทต่างชาติ ทำให้ไทยต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถในการดึงดูดการลงทุนมากขึ้น ในขณะเดียวกัน การลงทุนจากภายในประเทศก็มีความสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ จึงควรมีมาตรการในการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติและส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ ดังนี้

- ก) การปรับปรุง กฎ กติกาภาครัฐ
- ข) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริการสาธารณูปโภค
- ค) การเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในประเทศไทย
- ง) การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการในประเทศ

**5.4.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชน** การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ทำให้ไทยต้องเร่งพัฒนาบริการด้านสุขภาพและบริการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ รวมถึงบริการด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพของประชากรวัยแรงงานที่จะมีจำนวนลดลง รวมไปถึงการปรับปรุงคุณภาพบริการที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของประชาชน โดยมีมาตรการดังต่อไปนี้

- ก) ส่งเสริมการพัฒนาสาขาบริการสุขภาพเพื่อรองรับประชากรผู้สูงอายุ
- ข) ส่งเสริมการพัฒนาสาขาบริการด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของประชากร



- ค) ปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการสาธารณสุขปฐมภูมิเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน
- ง) ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจบริการด้านสิ่งแวดล้อม

## 5.5 กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

ในปัจจุบัน ภาคบริการของไทยยังไม่มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำกับ ดูแล และส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการในภาพรวม รวมทั้งการพัฒนาในรายสาขา บางสาขายังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนั้น การขับเคลื่อนในระยะต่อไปจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง ทบทวนกลไกการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการส่งเสริม ดูแล กำกับมากขึ้น ดังนี้

5.5.1 สาขาบริการหลายสาขาแม้จะมีหน่วยงานกำกับดูแล แต่ไม่มีหน่วยงานทำหน้าที่ด้านการส่งเสริม บางสาขาที่มีศักยภาพสูง แต่ยังไม่มีหน่วยงานเป็นเจ้าภาพที่ชัดเจน ดังนั้น ควรมีการกำหนดภาระหน้าที่ในการส่งเสริมสาขาบริการนั้นๆ ให้แก่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เช่น บริการก่อสร้างและออกแบบ และบริการภาพยนตร์ เป็นต้น

5.5.2 สาขาบริการที่ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานดูแลอยู่ ควรพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการปรับโครงสร้างหน่วยงานของภาครัฐ เพื่อรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันเข้ามาอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเดียวกัน

5.5.3 สาขาบริการใดที่ยังไม่มียุทธศาสตร์รายสาขา ควรตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาและจัดทำร่างยุทธศาสตร์รายสาขา เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน

5.5.4 ปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้มีองค์ประกอบของภาคเอกชนและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการและขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการให้มีความชัดเจน เป็นที่ยอมรับของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

5.5.5 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ควรเป็นผู้ดูแลแผนยุทธศาสตร์ของภาคบริการในภาพรวม และตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาภาคบริการขึ้นมาชุดหนึ่ง เพื่อทำหน้าที่กำหนดแผนยุทธศาสตร์รายสาขา และติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผน

## 6. การคัดกรองสาขาบริการ

การศึกษาครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการในภาพรวมแล้ว ยังได้ประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันรายสาขา ทั้ง 12 สาขา ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ในภาคผนวกที่ 4-14 หลังจากนั้นจึงทำการคัดกรองสาขาบริการที่มีศักยภาพ 3 สาขา เพื่อศึกษาในเชิงลึกและจัดทำยุทธศาสตร์รายสาขา โดยได้พิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

## 6.1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม

สาขาบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มที่แท้จริงเมื่อเทียบกับ GDP ภาคบริการมากที่สุด ในปี 2551 ได้แก่ การค้าส่งและค้าปลีก (ร้อยละ 28.34) การขนส่งและสื่อสาร (ร้อยละ 20.20) อสังหาริมทรัพย์ (ร้อยละ 7.76) สถาบันการเงิน (ร้อยละ 7.60) และโรงแรมและภัตตาคาร (ร้อยละ 7.51)

## 6.2 จำนวนแรงงานในสาขาบริการ

ในปี 2551 สาขาบริการที่มีการจ้างงานมากที่สุด ได้แก่ ค้าปลีกและค้าส่ง (5.7 ล้านคน) โรงแรมและภัตตาคาร (2.3 ล้านคน) การก่อสร้าง (2.2 ล้านคน) ส่วนสาขาที่มีอัตราการเพิ่มของแรงงานในช่วง 10 ปีที่ผ่านมามากที่สุด ได้แก่ บริการด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์ (ร้อยละ 5.9) บริการอสังหาริมทรัพย์ (ร้อยละ 5.5) บริการชุมชน สังคม และส่วนบุคคลอื่นๆ (ร้อยละ 4.9)

## 6.3 ความเชื่อมโยงกับภาคการผลิตและภาคบริการ

สาขาบริการที่มีความเชื่อมโยงเพื่อใช้เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการผลิตทั้งสินค้าและบริการมากที่สุด โดยวิเคราะห์จากข้อมูลตารางปัจจัยการผลิตปี 2543 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ บริการสุขภาพ การผลิตไฟฟ้า สื่อสาร และสถาบันการเงิน

## 6.4 การสร้างรายได้ของภาคบริการในตลาดต่างประเทศ

สาขาบริการที่มีการส่งออกหรือให้บริการแก่ชาวต่างชาติ นับเป็นสาขาบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และหากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่ จะสามารถเพิ่มรายได้หรือดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ สาขาการก่อสร้าง สาขาการสื่อสาร และสาขาบริการสุขภาพ

## 6.5 การขาดหน่วยงานคอยกำกับดูแลอย่างเหมาะสม

สาขาบริการที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญเพิ่มเติม คือ สาขาบริการที่ยังไม่มีหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ได้แก่ สาขาการก่อสร้าง และสาขาอสังหาริมทรัพย์

## 6.6 การขาดยุทธศาสตร์ในรายสาขาบริการ

สาขาบริการที่ยังไม่มียุทธศาสตร์ระดับชาติ ทำให้ขาดทิศทางการพัฒนาของภาคธุรกิจในส่วนนั้นๆ ได้แก่ สาขาการก่อสร้าง สาขาอสังหาริมทรัพย์ และสาขาค้าปลีกค้าส่ง

## 6.7 การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

สาขาบริการที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้แก่ สาขาไฟฟ้า ประปา ก๊าซ ก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ ศึกษา และสุขภาพ ซึ่งบริการเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของคนไทยดีขึ้นและช่วยพัฒนาศักยภาพของคนไทยเพิ่มขึ้น

## 6.8 การเพิ่มบทบาทให้ภาคเอกชน

สาขาบริการที่ควรเพิ่มบทบาทให้กับภาคเอกชน ได้แก่ สาขาไฟฟ้า ซึ่งรัฐวิสาหกิจยังผูกขาด การซื้อไฟฟ้าเพียงรายเดียวอยู่ ทำให้การแข่งขันในการผลิตไฟฟ้ายังไม่เสรีเพียงพอ และสาขาการสื่อสาร ที่ยังมีปัญหาเรื่องการออกใบอนุญาตทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งไม่สามารถให้บริการ 3G ได้ รวมทั้งสาขาบริการการศึกษานานาชาติ และบริการสุขภาพ ที่มีการให้บริการชาวต่างชาติ

## 6.9 การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจบริการ

สาขาบริการที่ใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ได้แก่ สาขาการสื่อสาร ที่ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถให้บริการข้ามพรมแดนได้ สาขาการขนส่ง ที่สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น และสาขาบริการสุขภาพ ที่นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยรักษาพยาบาล หรือการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ทางออนไลน์ เป็นต้น

จากการพิจารณาปัจจัยทั้งหมด พบว่าสาขาบริการที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อขยายฐานการผลิตและการให้บริการ และเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศในระยะต่อไป ประกอบด้วย 3 สาขา คือ สาขาการก่อสร้าง สาขาโทรคมนาคม และสาขาบริการสุขภาพ

## 7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสาขาบริการโทรคมนาคม

### 7.1 สถานภาพของบริการโทรคมนาคม

บริการโทรคมนาคมเป็นสาขาย่อยในสาขาบริการสื่อสารและโทรคมนาคม ตามสถิติบัญชีประชาชาติ การโทรคมนาคมของไทยนับเป็นภาคที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก มูลค่าของภาคธุรกิจโทรคมนาคม ช่วงปี 2542-2550 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.26 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2550 มีมูลค่าสูงถึง 159 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.74 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

โครงสร้างตลาดโทรคมนาคมแตกต่างกันไปตามประเภทของบริการ ได้แก่ โทรศัพท์พื้นฐาน ประกอบด้วยรัฐวิสาหกิจ 2 ราย คือ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งให้บริการโทรศัพท์ภายในประเทศ และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (CAT Telecom Public Company Limited) ที่ให้บริการรับส่งข้อมูลระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีผู้ได้รับสัมปทานเอกชนจาก TOT อีก 2 ราย คือ TRUE Corporation ให้บริการในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล กับ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับอนุญาตให้บริการในพื้นที่ต่างจังหวัด

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีผู้ให้บริการทั้งหมด 6 ราย คือ ADVANCED INFO SERVICE PLC. (AIS), บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC, TRUE Corporation (True Move), บริษัท ดิจิตอลโฟน (DPC), Hutchison CAT Wireless Multimedia Ltd. (HUTCH), และ Thai

Mobile โดย AIS มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดและเป็นบริษัทเอกชนรายเดียวที่รับสัมปทานจาก TOT ในขณะที่ DTAC และ True Move รับสัมปทานจาก CAT ส่วนรายย่อยที่เหลืออยู่ภายใต้การดำเนินงานของ CAT

บริการอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยผู้ให้บริการถึง 95 ราย โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด 3 อันดับแรก ล้วนเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ได้แก่ TOT, TT&T, และ True Internet

แนวโน้มภาคธุรกิจบริการโทรคมนาคม ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับกระแสความต้องการในตลาดโลก โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่มีจำนวนผู้จดทะเบียนใช้บริการเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ในขณะที่บริการโทรศัพท์พื้นฐานมีการขยายตัวคงที่

การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของไทย ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดนโยบายและจัดทำแผนแม่บทการพัฒนากิจการโทรคมนาคม รวมถึงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาตและเงื่อนไขในการประกอบกิจการโทรคมนาคม จึงถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนากิจการโทรคมนาคมของไทย

แนวโน้มของธุรกิจโทรคมนาคมในไทยคาดว่า จะมีความหลากหลายของบริการ และมีการใช้เทคโนโลยีระดับสูง เช่น บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง ซึ่งสามารถลดต้นทุนและขยายตลาดอย่างไรก็ดี ปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่ออนาคตของบริการโทรคมนาคมคือ การกำกับดูแลที่ดีจากรัฐ และ กทช.

## 7.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขันของบริการโทรคมนาคม

การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาโทรคมนาคมของไทย โดยเปรียบเทียบกับปัจจัยพื้นฐานในภาพรวมของไทยกับต่างประเทศ พบว่า โครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมายของไทย ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอ และมีระดับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน อย่างเช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และมาเลเซีย

จุดแข็งของบริการโทรคมนาคมไทย ประกอบด้วย (1) การปฏิบัติงานขององค์กรกำกับดูแล เนื่องจาก กทช. ได้ออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรคมนาคมหลายฉบับ ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาด และ (2) สภาพแวดล้อม/โครงสร้างทางธุรกิจ ที่มีระดับการแข่งขันสูง ส่งผลให้ค่าบริการถูก

จุดอ่อน ได้แก่ (1) นโยบาย/บทบาทของภาครัฐ โดยเฉพาะประเด็นสัญญาความร่วมมือระหว่างรัฐวิสาหกิจกับบริษัทเอกชน (2) การปฏิบัติงานขององค์กรกำกับดูแล เช่น ความล่าช้าในการจัดสรรคลื่นความถี่ 3G และ (3) สภาพแวดล้อม/โครงสร้างทางธุรกิจที่ไม่อำนวย เช่น ขาดแคลนแรงงานทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

ส่วนโอกาสที่ไทยจะสามารถพัฒนาธุรกิจโทรคมนาคมได้นั้น มาจาก (1) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการลงทุนในกิจการโทรคมนาคมอย่างต่อเนื่อง และ (2) เศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมไทยมีโอกาที่จะขยายธุรกิจนี้ ซึ่งโอกาสเหล่านี้อาจกลายเป็นภัยคุกคามด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็วจะทำให้มีความเสี่ยงในการลงทุน และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน อาจทำให้เงินทุนต่างประเทศไหลออกจากประเทศไทยมากขึ้น

### 7.3 วิสัยทัศน์

ภาคบริการโทรคมนาคมของไทย จะต้องพัฒนาบริการสื่อสารและโทรคมนาคมให้เกิดประสิทธิภาพและมีการให้บริการอย่างทั่วถึง รวมถึงเป็นศูนย์กลางทางด้านโทรคมนาคมของกลุ่มประเทศในแถบอินโดจีน

### 7.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

#### 7.4.1 ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพด้านบริการโทรคมนาคม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ

- ก) พัฒนาระบบฐานข้อมูลกิจการโทรคมนาคม เพื่อวางแผนการพัฒนากิจการโทรคมนาคมอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น แยกข้อมูลสาขาโทรคมนาคมออกจากสาขาขนส่ง
- ข) ส่งเสริมการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ทั้งบริการที่ใช้สาย (Wire line) และไร้สาย (Wireless)
- ค) พัฒนาบริการโทรคมนาคมให้มีความหลากหลาย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มหรือลดต้นทุนดำเนินการ เช่น พาณิชนิคมอิเล็กทรอนิกส์
- ง) ปรับปรุงกฎ กติกาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนากิจการโทรคมนาคม เช่น สัญญาร่วมการทำงาน ค่าเชื่อมโยงเครือข่าย สิทธิแห่งทาง เป็นต้น

#### 7.4.2 ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว

- ก) ผลักดันให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและทันการ เช่น โครงข่าย 3G
- ข) ส่งเสริมการขยายธุรกิจบริการโทรคมนาคมไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค
- ค) ผลักดันให้มีการผลิตแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับพัฒนาการของสาขาบริการ
- ง) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีภาครัฐเป็นกลไกสำคัญ เช่น e-revenue เป็นต้น

#### 7.4.3 ยุทธศาสตร์การดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ

- ก) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริการด้านโทรคมนาคม ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และเท่าทันเทคโนโลยี
- ข) ส่งเสริมการลงทุนธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องการเร่งการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว

#### 7.4.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชน

- ก) ส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคม เช่น ผลิตสาระความรู้ (content) ภาษาไทย
- ข) คุ้มครองผู้ใช้บริการโทรคมนาคม เช่น พัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียน
- ค) ส่งเสริมการให้บริการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง

#### 7.5 กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

7.5.1 กทช. ควรเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาบริการโทรคมนาคมของไทย โดยเร่งออกหลักเกณฑ์การประกอบกิจการที่จำเป็น เช่น การจัดสรรคลื่น 3G รวมถึงจัดทำระบบฐานข้อมูลให้ผู้ให้บริการจัดส่งให้ กทช. เป็นประจำ เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ และวางแผนการพัฒนากิจการโทรคมนาคม

7.5.2 รัฐบาลควรกำหนดนโยบายที่ช่วยส่งเสริมให้กิจการโทรคมนาคมสามารถแข่งขันได้ เช่น การกำหนดบทบาทของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้ชัดเจนในฐานะเป็นผู้กำกับดูแลหรือผู้ประกอบการ

### 8. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสาขาการก่อสร้าง

#### 8.1 สถานภาพของอุตสาหกรรมการก่อสร้าง

ตามสถิติบัญชีประชาชาติ บริการก่อสร้าง หมายถึง สิ่งก่อสร้างใหม่ การดัดแปลงต่อเติมและซ่อมแซมสิ่งก่อสร้างทุกประเภท โดยรวมถึงอาคารและสิ่งก่อสร้างที่ไม่ใช่อาคาร ได้แก่ ถนน เขื่อน เป็นต้น การปรับพื้นที่สำหรับสิ่งก่อสร้างใหม่ การติดตั้งอุปกรณ์ที่ประกอบกับตัวอาคาร เช่น ลิฟต์ ระบบปรับอากาศ และเพอร์นิเจอร์ชนิดที่ติดกับตัวอาคาร กิจกรรมการก่อสร้างที่เป็นการจ้างเหมาผู้รับเหมาก่อสร้าง (contract out) ทั้งโครงการ การก่อสร้างที่ดำเนินการโดยเจ้าของสิ่งก่อสร้างเอง (own accounts) นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังได้ครอบคลุมบริการที่ปรึกษาออกแบบและควบคุมงานก่อสร้างด้วย

อุตสาหกรรมก่อสร้าง นับเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ที่สำคัญอีกสาขาบริการหนึ่งของประเทศ และยังมีบทบาทต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจมูลค่าเพิ่มของสาขาการก่อสร้างต่อ GDP เติบโตมาตลอดในสัดส่วนร้อยละ 5.83 ต่อปี แต่ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ โดยในปี 2551 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.17 ของ GDP

การขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้างมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และจากการที่ภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างด้วย ดังจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวของสาขาการก่อสร้างในปี 2551 ที่มีภาวะถดถอยลงในอัตราร้อยละ 4.73

ผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงสำหรับตลาดภายในประเทศ ซึ่งเป็นการประเมินจากข้อมูลการแข่งขันการประกวดราคานานาชาติ (International Competitive Bidding หรือ ICB) สำหรับโครงการเงินกู้ของธนาคารโลกพบว่า บริษัทก่อสร้างไทยชนะการประกวดราคานานาชาติทุกโครงการในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทก่อสร้างไทยรายหนึ่งยังติดอันดับที่ 193 จาก 200 บริษัทก่อสร้างที่มีรายได้รวมสูงสุดในปี 2550 จากการจัดอันดับของนิตยสาร International Construction อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของตลาดก่อสร้างไทย โดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่ เป็นการแข่งขันภายใต้การได้รับความคุ้มครองจากภาครัฐ ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดโอกาสในการได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีก่อสร้างระดับสูงจากบริษัทก่อสร้างต่างชาติ ที่ชนะการประมูลโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของภาครัฐหลายโครงการเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยขาดความสามารถด้านเทคโนโลยีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในระดับนานาชาติ ดังจะเห็นได้จากผลการจัดอันดับบริษัทก่อสร้างที่มีรายได้เฉพาะจากโครงการก่อสร้างในต่างประเทศสูงสุด 200 อันดับแรกในปี 2550 โดยนิตยสาร Engineering News Record พบว่าไม่มีบริษัทก่อสร้างไทยติดอันดับนี้

นอกจากนี้ แม้ว่าประเทศไทยยังมีความต้องการโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของภาครัฐอีกหลายโครงการ โดยเฉพาะโครงการขนส่งมวลชน แต่ปัญหาจากความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการหยุดชะงักของโครงการ ซึ่งมีมูลค่ารวมถึง 1.7 ล้านล้านบาท ส่งผลให้เกิดปัญหาความไม่สม่ำเสมอของปริมาณงานและขาดแคลนงานในบางช่วงเวลา ประกอบกับปัญหาความไม่โปร่งใสในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เช่น ปัญหาการล็อกสเปค ปัญหาการกีดกันการประมูลงานจากการแยกชั้นทะเบียนผู้รับเหมาก่อสร้างตามหน่วยงาน ปัญหาความล่าช้าในกระบวนการพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ปัญหาการกำหนดราคากลางที่ต่ำเกินไปจนทำให้ภาครัฐได้งานที่ไม่มีคุณภาพ เป็นต้น

## 8.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมก่อสร้าง

จุดแข็งของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย คือ สภาพแวดล้อม/โครงสร้างทางธุรกิจ ที่มีความโดดเด่นด้านการออกแบบ และอัตราค่าจ้างช่างฝีมือที่ไม่แพง ส่วนจุดอ่อน ได้แก่ (1) นโยบาย/บทบาทของภาครัฐ ไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ (2) กฎ กติกา และวิธีปฏิบัติของรัฐ เช่น ความไม่โปร่งใสในกระบวนการประกวดราคา และ (3) สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ขาดเทคโนโลยีระดับสูง ขาดแคลนแหล่งเงินทุน ผู้ควบคุมงาน และแรงงานที่มีฝีมือ เป็นต้น

โอกาสการพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้าง ได้แก่ การมีที่ตั้งใกล้กับประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ เช่น ลาว กัมพูชา ส่วนภัยคุกคาม คือ สภาวะเศรษฐกิจโลกที่กำลังชะลอตัว

### 8.3 วิสัยทัศน์

อุตสาหกรรมก่อสร้างของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความโปร่งใส สามารถหนุนเสริมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการดูดซับเทคโนโลยีระดับสูง จนสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้เล่นสำคัญของตลาดก่อสร้างในภูมิภาคเอเชีย

### 8.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

**8.4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างเพื่อให้สามารถสร้างงานที่มีคุณภาพ ทั้งงานโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ และงานก่อสร้างของภาคเอกชน**

- ก) เปิดเสรีตลาดการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐสำหรับโครงการขนาดใหญ่
- ข) รวมศูนย์การขึ้นทะเบียนผู้รับเหมาก่อสร้างของภาครัฐ โดยมีกรมบัญชีกลางเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก
- ค) กำหนดราคากลางงานก่อสร้างให้สอดคล้องกับขนาดหรือคุณภาพของงานที่ต้องการซื้อหรือจ้างเพื่อให้ภาครัฐได้งานที่มีคุณภาพ และงานสำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงการปรับราคากลางให้มีความสอดคล้องกับภาวะต้นทุนของอุตสาหกรรมก่อสร้าง
- ง) การลดความล่าช้าของการการตรวจรับงาน และการพิจารณารายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA)

**8.4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้มีความโปร่งใส ลดช่องทางการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งจะทำให้ภาครัฐได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง คุ่มค่ากับเงินภาษีของประชาชน**

- ก) แก้ไขระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 เพื่อลดเงื่อนไขทางเทคนิคที่มีลักษณะกีดกันการแข่งขัน
- ข) การควบคุมดูแลให้หน่วยงานจัดซื้อจัดจ้างปฏิบัติตามที่ระเบียบพัสดุฯ เช่น ระยะเวลาในการเปิดเผยข่าวการจัดซื้อจัดจ้าง การกำหนดเวลาให้ผู้ประกอบการเตรียมข้อเสนอ เพื่อเข้าร่วมแข่งขันประกวดราคาให้สอดคล้องกับมูลค่างานก่อสร้าง เป็นต้น
- ค) การจัดให้มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน และการพิจารณาเรื่องร้องเรียนด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ที่ปราศจากการแทรกแซงจากผู้มีอำนาจหรือจากหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง ตลอดจนมีการพิจารณาภายในระยะเวลาที่เหมาะสม

**8.4.3 ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศในระยะยาว**

- ก) ผลักดันโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของภาครัฐ ให้สามารถดำเนินการได้ตามแผนงานและมีความโปร่งใส



- ข) ส่งเสริมให้มีการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีการก่อสร้างจากบริษัทต่างประเทศ ผ่านโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ เพื่อพัฒนาให้ผู้ประกอบการก่อสร้างของไทยมีขีดความสามารถสำหรับงานก่อสร้างที่มีลักษณะเดียวกัน
- ค) สนับสนุนให้ภาคเอกชนรวมตัวกันเพื่อร่วมแข่งขันประมูลงานก่อสร้างในต่างประเทศ โดยผ่านการให้สินเชื่อและการอำนวยความสะดวกของธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ
- ง) สร้างโอกาสให้ภาคเอกชนเข้าสู่ตลาดก่อสร้างในต่างประเทศ โดยการสนับสนุนของภาครัฐ
- จ) สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ประเทศไทยมีบุคลากรด้านการก่อสร้างที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความพร้อมที่จะรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี สามารถสร้างงานที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยสูง รวมถึงสนับสนุนให้บุคลากรในสายอาชีพ สามารถรับงานในต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น

### 8.5 กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

ควรมีหน่วยงานเจ้าภาพในรูปแบบคณะกรรมการระดับชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และให้กระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการไปก่อน หากพบว่ามีอุปสรรคและมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานในรูปแบบอื่นที่มีลักษณะถาวรต่อไป ทั้งนี้คณะกรรมการชุดนี้ควรประกอบไปด้วยผู้แทนจากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมก่อสร้างทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิ

## 9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสาขาบริการสุขภาพ

### 9.1 สถานภาพของบริการสุขภาพ

บัญชีประชาชาติกำหนดให้บริการสุขภาพ ประกอบด้วย สถานประกอบการซึ่งดำเนินกิจการหลักเกี่ยวกับการให้บริการด้านการป้องกัน การรักษาทางการแพทย์ ทันตกรรม และการอนามัยอื่นๆ ซึ่งรวมถึงโรงพยาบาล สถานพักฟื้น สถานพยาบาลและสถาบันที่คล้ายคลึงกัน และผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรมอื่นๆ เช่น ทันตแพทย์ และพยาบาลที่ทำงานส่วนตัว บริการแพทย์เคลื่อนที่ ห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ด้านเวชกรรมและทันตกรรม เป็นต้น

จากข้อมูลบัญชีรายได้ประชาชาติ ในปี พ.ศ. 2551 บริการด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์มีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาปัจจุบัน 1.68 แสนล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 3.8 ของ GDP ด้านบริการ และประมาณร้อยละ 1.9 ของ GDP รวมของประเทศ

บริการสาขาสุขภาพของไทยประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้บริการสองกลุ่มหลักๆ คือ

- 1) สถานพยาบาลของภาครัฐ มีบทบาทในการให้บริการคนไทย ประกอบด้วยสถานพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข (โรงพยาบาลประมาณ 900 แห่ง และ

สถานื่อนามัยมากกว่า 10,000 แห่ง ทั่วประเทศ) โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงกลาโหม  
องค์กรปกครองท้องถิ่น และโรงเรียนแพทย์ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

- 2) สถานพยาบาลภาคเอกชน ประกอบด้วยโรงพยาบาลเอกชนประมาณ 340 แห่ง และ  
คลินิกเอกชนอีก 16,800 แห่งทั่วประเทศ โดยให้บริการคนไทยที่มีสิทธิประกันสังคม  
และคนไข้จ่ายเงินเอง รวมทั้งชาวต่างชาติที่มาทำงาน/ตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยและ  
ประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และคนไข้ต่างชาติที่เดินทางมาประเทศ  
ไทยเพื่อรับการรักษาพยาบาลโดยเฉพาะ (medical tourist)

ปัจจุบันบริการสุขภาพของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ หลังจากรัฐบาลได้  
ขยายหลักประกันสุขภาพมาเป็นลำดับ และโรงพยาบาลเอกชนมีการปรับตัวและขยายตัวเพื่อรองรับและ  
ดึงดูดคนไข้ต่างชาติที่เดินทางมารับการรักษา (medical tourism) มากขึ้น ภายหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ  
ปี 2540

ปัญหาสำคัญของการให้บริการสุขภาพสำหรับคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบหลักประกัน  
สุขภาพถ้วนหน้า คือ คุณภาพและการขาดแคลนบุคลากรในระบบหลักประกันสุขภาพ โดยประชาชนส่วนใหญ่  
ยังไม่ได้รับบริการที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และในส่วนของบริการสำหรับชาว  
ต่างประเทศ คาดว่าวิกฤติเศรษฐกิจโลกปี 2551 จะส่งผลกระทบต่อตลาดการเข้ามาของคนไข้  
ชาวต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำอาจส่งผลในแง่บวกต่อประเทศได้เช่นกัน เนื่องจากหลาย  
ประเทศต้องใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง จึงมีแนวโน้มที่จะส่งคนไข้ไปรับการรักษาในต่างประเทศมากขึ้น  
นอกจากนี้ ประเทศที่ระบบประกันสุขภาพมักจะผูกติดกับการจ้างงาน เช่น สหรัฐอเมริกา ที่มีจำนวนผู้  
ว่างงานและไม่มีหลักประกันสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ที่ไม่มีประกันสุขภาพมีแนวโน้มจะเสาะหาบริการที่มี  
ราคาถูกในต่างประเทศมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองและความ  
มั่นคงในประเทศไทย อาจมีผลกระทบต่อจิตใจของชาวต่างชาติที่จะเดินทางมารับการรักษาพยาบาล  
แต่อาจเป็นเพียงปัญหาในระยะสั้นเท่านั้น

## 9.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขันของบริการสุขภาพ

จุดแข็งของบริการสุขภาพไทย ส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม/โครงสร้างทางธุรกิจ  
ที่เอื้อต่อการส่งเสริมพัฒนา ได้แก่ (1) ประเทศไทยเป็นประเทศเปิด และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ  
โลก (2) มีสถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับการยอมรับ (3) หลักสูตรการแพทย์ที่เชื่อมโยงกับตะวันตก (4) มี  
แพทย์ที่สามารถรองรับชาวต่างชาติได้ (5) ผู้ให้บริการมี service mind สูง และ (6) อัตราค่าบริการต่ำกว่า  
ประเทศพัฒนาแล้วค่อนข้างมาก

จุดอ่อนที่สำคัญ ได้แก่ (1) ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร และทักษะด้านภาษาอังกฤษที่จำกัด  
(2) การขยายตัวอย่างรวดเร็วในธุรกิจสุขภาพส่งผลให้แพทย์จำนวนมากย้ายไปยังโรงพยาบาลเอกชน และ  
(3) กฎ กติกาของรัฐ/เอกชน เช่น ระเบียบแพทยสภาที่กีดกันแพทย์ต่างชาติ

โอกาสในการพัฒนาภาคบริการสุขภาพของไทย ได้แก่ (1) ตลาด medical tourism มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (2) รัฐบาลในประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศสนับสนุนการรักษาพยาบาลในต่างประเทศเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย (3) มีโอกาสเติบโตในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจโลก และ (4) ตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น สปา บ้านพักผู้สูงอายุ ยังขยายตัวได้อีกมาก

ภัยคุกคามของบริการสุขภาพ ได้แก่ (1) การขาดแคลนบุคลากรในสถานพยาบาลภาครัฐ (2) ราคาค่าบริการที่เพิ่มขึ้น (3) ความผันผวนของจำนวนลูกค้าต่างชาติที่ขึ้นกับวิกฤติเศรษฐกิจโลก และ (4) ปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศ

### 9.3 วิสัยทัศน์

ประเทศไทยจะมีบริการสุขภาพที่มีคุณภาพที่ประชาชนในประเทศสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และมีบทบาทรองรับการหารายได้เข้าประเทศ

### 9.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

**9.4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสาขาบริการสุขภาพ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ**

- ก) สร้างความชัดเจนในเชิงนโยบาย โดยให้เอกชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์
- ข) เพิ่มอุปทานของบุคลากรทางการแพทย์ให้เพียงพอกับการจัดบริการที่มีคุณภาพเพื่อคนในประเทศไทย และรองรับความต้องการของชาวต่างชาติที่เดินทางมารับบริการในประเทศไทย

**9.4.2 ยุทธศาสตร์การสร้างรายได้จากการให้บริการสุขภาพ**

- ก) ส่งเสริมให้ชาวต่างชาติได้รับความสะดวกมากขึ้นในการเข้ามาใช้บริการสุขภาพ เช่น เจรจากกับประเทศคู่ค้าให้ผู้ป่วยต่างชาติที่มาใช้บริการในไทยสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้เหมือนกรณีใช้บริการในประเทศตนเอง
- ข) ส่งเสริมบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมีบุคลากรเพียงพอหรือสามารถผลิตเพิ่มได้ง่ายและรวดเร็ว เช่น สปา บ้านพักผู้สูงอายุ
- ค) ส่งเสริมการลงทุนในด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้ประกอบการชาวไทยในต่างประเทศ เช่น จัดทำมาตรฐานวิชาชีพที่ต้องการส่งออกไปต่างประเทศให้เป็นสากล

## 9.5 กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

สุขภาพเป็นเรื่องที่มีผู้เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งที่เป็นปัจเจกและองค์กรต่างๆ เป็นจำนวนมาก การได้มาและขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์สุขภาพของประเทศที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ จึงควรอาศัยกลไกที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (คสช.) สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) และสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สภาวิชาชีพ สมาคมวิชาชีพ และชมรมวิชาชีพต่างๆ และสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สถานพยาบาลรัฐ (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงเรียนแพทย์) และเอกชน หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (กพ.)/สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ตลอดจนองค์กรภาคประชาชนต่างๆ โดยเฉพาะ Non-governmental organization (NGOs) ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น

# **Executive Summary**

**The Study on the National Strategy for Service Sector Development**

**Submitted to**

**Office of the National Economic and Social Development Board**

**By**

**Thailand Development Research Institute Foundation**

April 2009



# Executive Summary

## 1. Introduction

After the economic crisis in 1997, service sector became the main mechanism to restore the national economy. The service sector has shared around half of the Gross Domestic Products (GDP). The sectors which have the highest contribution to the national income are Wholesale-retail trade, Transport, storage and communication, and Hotel and restaurant. The significance of service sector is reflected in the Tenth National Economic and Social Development Plan, which set out a plan to reform the service sector structure in order to develop the competitiveness of Thailand in potential service sectors. Based on knowledge and national identity, the Plan aims to expand production base, investment, and market to the regional level, as well as to the world's market in order to establish service sector as the country's main income source. Therefore, the Office of National Economic and Social Development Board (NESDB), in collaboration with the Thailand Development Research Institute (TDRI), launched a research project on designing a strategy to develop the national service sector in order to have a guideline to efficiently restructure service sector as set in the Tenth Plan.

This report can be divided into two parts. The first part is the strategy formation for service sector development, of which content covers the definition of service sector, an assessment of efficiency and competitiveness of service sector, an assessment of factors in service sector development, the national strategy for service sector development, the criteria in selecting three potential service sectors, and strategies for each selected sectors. The second part is the Appendix which contains a comparison between each method of service sector classification, methods to calculate value adds, input-output in service production, the appendixes of Thailand's 12 service sectors, and summary of public opinions on the proposed national strategy for service sector development, as well as strategies for selected sectors namely Telecommunication, Construction, and Healthcare.

## 2. Definition of Service Sector

### 2.1 Classification methods

The United Nations Statistical Commission approves three classification methods, which are different in terms of usage. The first method is the UN Central Product Classification (CPC). It is the most detailed classification method to collect data on service sector, though not as

comprehensive as the HS code system of international trade in goods. The second method is the International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), of which purpose is to formulate GDP account. The third one is Balance of Payment (BOP), which is done by the International Monetary Fund (IMF) for the purpose of collecting data and statistics on international trade.

Moreover, there is another method created by the World Trade Organization (WTO) namely General Agreement on Trade in Services (GATS), which is used in international trade in services negotiation. It classifies service trade into four types; Mode 1 (Cross Border Supply), Mode 2 (Consumption Abroad), Mode 3 (Commercial Presence), and Mode 4 (Movement of Natural Person).

The classification in GATS is divided according to the “rules and regulations” relating to each service sector. Therefore, it is less detailed than the ISIC which is made for formulating GDP because some of the rules and regulations such as the laws of foreign investment or alien employment do not go in detail in sub-sector level. However, GATS is considered to be more detailed than the BOP since GATS also focuses not only on the service that is tradable in international currency, but also services traded under Mode 4 (Movement of Natural Person).

Although each classification method is different, all of them can be referred to the CPC code system which is the most comprehensive service sector classification.

## **2.2 Classification methods used in Thailand and other countries**

Thailand uses all universal classification methods described above; CPC, ISIC, BOP, and GATS. Moreover, Thailand invented her own classification method called TSIC Code which is equivalent to ISIC revision 3. Since many countries have updated to ISIC revision 4, some data shown in TSIC cannot be compared with other countries. Nowadays the database in TSIC system is used to formulate the GDP by the National Economic and Social Development Board (NESDB). The GDP account is displayed in two groups; agriculture and non-agriculture.

The GDP display formats in India, Vietnam, Japan, Taiwan, the United States, Australia and Thailand are similar in most service sectors – especially in those major sectors—, but might be different in terms of their methods of detail clarification in some sectors such as Electricity, gas, and water, Wholesale-retail, and Construction. Some sectors are displayed distinctively different from Thailand. For example Vietnam, Taiwan, and the U.S. include Scientific and technical service into Professional service sector. This is because each country has different potential sector. For instance, the U.S. is expertise in Professional and information services; therefore, the country clearly displays data about the sector in the GDP account.



## **2.3 Scope of service sector and classification methods that are suitable for Thailand**

### **a) Guideline to identify the scope of service sector in Thailand**

Thailand should update her TSIC system to be equivalent to ISIC revision 4 for the better comparison with other countries. Moreover the GDP display format should consider the following points

- Sectors that are important to the Thai economy and society, which contribute high value added, but are integrated into one sector such as Wholesale-retail trade sector, Transport, storage and communication sector, and Hotel and restaurant sector should be displayed in more detailed and be separated into individual sector for the better reflection on the Thai economy.
- Sectors that have had high growth rate during the last few decades like Other community, social and personal service activities sector, which has an average growth of 8 % during the last 10 years, but could not be identified which sector generated such high growth, should be disintegrated into more details.
- Sectors that reflect the national strategy in the long term such as Healthcare sector, which is in accordance with the strategy to develop Thailand into the Medical Hub, should separate incomes generated from public hospitals and private hospitals in order to identify the success of the strategy.
- Sectors that have high volume in international trade such as Telecommunication, Software, Business services, and consulting service should be highlighted because they are very competitive.

### **b) Guideline to collect service sector data**

- Data collection should start by using ISIC Code system, which will make Thai service data comparable to those of other countries and other service sector classification methods.
- Improve ISIC to be in accordance with the Thai economy such as: (1) collecting as much detail as possible, (2) using at least 2-digit ISIC, and (3) improving service activity code to conform to the economic structure by disintegrating the code along production structure, or adding/grouping some activities into the same digit.

### **c) Guideline to survey service sector**

- Give importance to service sector survey by granting adequate survey budget.
- Adjust some service activities in GDP account to be accordance with the Input-Output Table (I/O Table).
- Separate value added of services from goods; for example, extract the cost of after-sale service out of the cost of computer.

### **2.4 Suggestion for developing service sector data collection system**

Real value added is an important factor in measuring economic activity in manufacturing sector. It can be calculated from the increasing value of product in each production process, from acquiring raw material to finished goods ready for consumption. Collecting and calculating real value added of service is generally complicated since there are many intangible factors of production involved.

Each country has different method of calculating real value added, depending on the industrial structure in each country and type of data. The processes of calculating are: (1) select the numbers of indicators to be used in calculation, either double indicator method or single indicator method, (2) select the type of data, either output-related indicator or input-related indicator, and (3) select the calculation method, either extrapolation or deflation, and the type of variable on which the indicators are based.

Real value added in some service sectors cannot be easily calculated at constant price because the product is unclear, or is outside the market. In this case, special calculation method is needed; for instance, to calculate value added in the financial intermediate sector we need the outcomes of banks, which can be evaluated from the assets and debts of the banks.

In Thailand, value added in service sector is calculated by the National Account Office, NESDB. The calculation methods are divided according to the numbers of indicators. Double indicator methods are used to adjust the value of final products and intermediate goods at current price as the base year, and then find the difference (value added) in constant price. Double indicator methods are suitable for major service sectors and sectors that have detailed data about final and intermediate products such as Hotel and restaurant sector, Transport, storage and communication sector, and Education sector. Single indicator methods are used to convert annual value added in current price into constant price directly. Sectors that are difficult to calculate and

government sectors such as Public administration and defense, Water transport, and Repair of motor vehicles usually use single indicator methods.

In conclusion, Thailand should set the scope of service sector by considering service sectors that are significant to the economy and society, sectors that have high growth, sectors that reflect long-termed national strategy, and sectors that have high volume in international trade. To improve data collection process, ISIC Code needs to be adjust to conform to the Thai economy, the survey budget should be increased, the service activities listed in GDP account should be adjust to match those in I/O Table, and value added of service should be separate from value added of goods. Finally, using data that can reflect the real value added is inevitable important to data collection development.

### **3. An assessment of the efficiency and competitiveness of service sector**

#### **3.1 The role of service sector in economic development**

In general, there is a positive correlation between service sector and development as a result of: (1) many services such as computer, logistics and finance are derived demand services. These service sectors support industrial sector; therefore, they tend to grow along with the industrial sector, (2) people tend to have more demand for consumer goods such as education, tourism, and telecommunication when they earn more income, and (3) the changing structure of population leads to an expansion of some services such as Healthcare service and Nursing home for the elderly.

Many scholars argued that that productivity in service sector expanded slower than productivity in industrial sector. Therefore, country with high expansion rate in service sector would have low rate of productivity in the overall economy since service is labor-intensive activity, for example, Healthcare service, Social service, and Educational service. This limits the opportunity to develop and improve productivity. At the same time, manufacturing sector has been using technology in production process in order to save cost and increase the amount of products. It should be noted that if the expansion of service sector generated from growth in service sectors that have improved their production quality and are technology-intensive like Telecommunication, Transport, and Financial intermediation, the productivity of overall economy should increase as well.

Nevertheless, data and methods used in calculating productivity might have some flaws because of at least four reasons: (1) employment rate in service sector could be overestimated because a number of service works is mostly part-time. Therefore, using employment rate might render productivity to be lower than reality, (2) the service that is intermediate product in goods production process is possibly underestimated. This is because many of them, for example,

financial service, repair service, or after-sale service are intangible, (3) the real value added of service might be inaccurate because the feature and quality of service have been often adjusted. Therefore, it is difficult to identify whether the increased price is the result of improvement in feature and quality of service, or just simply the cost of providing service itself, and (4) the productivity of overall service sector might be lower than reality because services related to manufacturing often have underestimated production amount. Such sectors rarely have improvement in productivity.

### **3.2 Development in economic structure adjustment: Experiences from other countries**

During the first stage of economic development, almost every country began from agricultural sector, and then evolved to an advanced sector which contributed higher value added like manufacturing sector and service sector respectively. This depends on the efficiency, readiness, and economic development policy in each particular country. For example, the expansion rate of service sector in developing countries like China, Vietnam, and Taiwan has positive correlation with the expansion rate of manufacturing sector. This due to the fact that service sector in these countries has an important role in supporting manufacturing industry, which is the main driving mechanism for economic development. On the other hand, service sectors in developed countries like the U.S., Australia, and Japan are significantly larger than manufacturing sectors, and contribute highest value added to the economies. The examples of such services are financial and information services in the U.S., and real estates service in Japan. Lastly, India is considered to be distinct from the first two groups since the country has exported a high number of services. Therefore, the Indian service sector has no relation with the expansion in manufacturing sector or domestic demand, but the advance in Information Technology (IT). Consequently, India became the world's leading outsourcer.

### **3.3 The role of service sector in economic structure adjustment in Thailand**

#### **3.3.1 *Changes in the national economic structure***

Studying the relation between the national income and the proportion of income from service sector in Thailand during the past 20 years, it is found that service sector had had the highest share until the year 1997. Afterward, the share of service sector dropped continuously when comparing to the share of manufacturing sector. Each year the growth rates of service sector and manufacturing sector usually turn to the same direction. This is because expanding manufacturing sector needs various types of services such as financial service, transport service, and telecommunication service.

Despite having decreased share in GDP, service sector have had higher employment rate during the last 10 years. Many laborers entering into service sector are from

agricultural sector. However, labor productivity in service sector does not increase much. In contrast, it is lower than the productivity in manufacturing sector, which has been increasing since the economic crisis in 1997. This is because most of the agricultural laborers coming into service sector are low-skilled; therefore, the expansion of service sector mostly derives from labor-intensive sectors such as Wholesale-retail trade sector, Transport sector, Construction sector, and Hotel sector. As a result, there is no improvement in labor productivity.

### **3.3.2 Changes in service sector structure**

In term of value added, sectors with the most important role are those supporting the manufacturing sector such as Wholesale-retail trade sector, Transport sector, Real estate sector, and Financial Intermediation sector. Sectors with highest employment rate are Activities auxiliary to financial intermediation sector, Real estate sector, and Private construction sector. All of these sectors have had low labor productivity since 2001 till present.

### **3.3.3 Linkage between service sector and industrial sector, as well as service sector itself**

Service sectors that are important factors of production in manufacture are Wholesale trade, Retail trade, and Electricity. At the same time, service sectors that support other service sectors are Electricity, Wholesale trade, Retail trade, Road freight transport, and Banking service. Therefore, developing Thai economy needs to promote effective utilization of production factors as well as reduce the cost of production. This can be done by encouraging competition in factors of production in service sectors, especially those that have linkage to industrial and service sectors.

### **3.3.4 The role of service sector in developing the Thai economy**

#### **a) Generating value added to manufacturing and service sectors.**

Since Thailand still needs to rely on manufacturing sector to drive the economy, the country should give priority to service sectors that support the manufacturing sector— especially the exporting ones since the global market is getting more competitive as a result of free trade— such as Wholesale-retail trade, and Transport service.

**b) Promoting sustainable economic growth.** Service sectors that will increase the national competitiveness in long term are Education, ITC, and other technology-intensive services.

**c) Attracting foreign investment.** Service sectors that attract high volume of foreign investment are those relating to infrastructures such as Electricity, Water, Telecommunication, and Transport.

**d) Decreasing deficit in balance of service.** Tourism is the main source of income in the Thai balance of service and tends to generate surplus to the service balance. However, there are many service sectors which have increased deficit during the past 15 years, for example, Royalties and license fees, Freight, Other transportation, and Construction services. This reflects a problem in Thai industrial structure which has relied on external technology. To prevent deficit, therefore, knowledge and innovation have to be upgraded.

**e) Improving the people's life quality.** The changing population structure will increase the roles of Healthcare service and nursing home for the elderly, as well as natural resource management service.

#### **4. An assessment of factors in service sector development**

##### **4.1 Assessing factors in service sectors**

Assessing the competitiveness of service sector would help shaping effective framework for service sector development. By doing this, we can identify internal and external factors whether they are opportunities or threat to competitiveness development. Internal factors include domestic infrastructure, ICT usage, human resource, as well as rules and regulations. External factors concern globalization, trade liberalization, and global market trend.

##### **a) Strengths**

Factors that are strengths of Thailand in developing service sector are: (1) low wages and welfare rates, (2) good relationship between employees and employers, (3) service minded, (4) low cost of living, and (5) Nice living environment and tourist attractions.

##### **b) Weaknesses**

Factors that are weaknesses to service sector are: (1) unavailable and expensive infrastructures such as telecommunication system, (2) insufficient labours with language and technology skills, as well as low labour productivity in service sector, (3) uncertain government's promotion policy, (4) political instability, (5) corruption, and (6) rules and regulations that hamper foreign investment.

### **c) Opportunities**

Opportunities for Thailand to develop service sectors include: (1) advance in telecommunication and transport technology encourage cross-border trade in services, (2) changing population structure compels Thailand to develop more value-added service sectors and healthcare-related services to support the elderly (3) geographical advantage as the centre of Southeast Asia facilitates Thailand in exporting services to the neighbouring countries (4) Economic growth in the neighbouring countries present great business opportunity for the Thai entrepreneurs.

### **d) Threats**

Changing external environment presents following threats to Thailand: (1) advanced ICT industry in developed countries makes developing countries, including Thailand, disadvantaged to compete in service sector as they have to invest in high technology and high-skilled labour (2) trade liberalization in multilateral, regional, and bilateral stages increases competition among developing countries (3) volatile oil price affects businesses, especially those in transport, and (4) economic crisis decreases demands in goods and services, as well as confidence among investors.

## **4.2 Assessing factors that support and obstruct the development of sectoral service industries**

Factors that are obstacles in policy level comprise of: (1) insufficient data about demand, supply, and business management of entrepreneur hinder the government from formulating service policy that conform with market situation, (2) uncertain policy effects private sector in planning for their business, and (3) unsatisfactory support from the government in developing skilled labor that would increase the competitiveness in service sector, especially those relating to financial, language, and ICT.

Obstacles in terms of state rules and regulations include: (1) rules and regulations that increase cost for entrepreneurs, has no clear principle, or does not persuade business conduct such as the rule that stipulate real estate developers to submit the Environment Impact Assessment (EIA) report before establishing an industrial estate, or the fixed rate in land-lined telephone, (2) barriers in foreign investment and labor prevent the transfer of technology that can be used to develop the country, and (3) the lack of laws or enforcement in some businesses such as transport services as well as consumer protection.

Moreover, Thai entrepreneurs still have to face barriers in infrastructures, which are: (1) the size of entrepreneurs in some services, such as construction and financial, is too small to

compete in the global market, (2) the lack of high-skilled labor such as doctor and financial expert, (3) market structure dominated by the government sector like rail and electricity services, and (4) outdated ICT technology and ineffective management system

Supporting factors or strengths of Thai service sector that will provide opportunities to increase the level of competitiveness are: (1) acquaintance with domestic consumers and those in neighboring countries, (2) local art, culture, and knowledge constitute uniqueness in business such as hotel and restaurant businesses, and (3) sufficient supply of semi-skilled labor to create various services such as construction and transport.

### **4.3 Critical points in service sector development**

After assessing internal and external factors, it is found that there are five critical points which can be used as a guideline to formulate service sector strategy: (1) clear direction and driving mechanism need to be assigned, (2) infrastructure development is undeniably important, (3) human resources need to be equipped with language and ICT skills, continually and systematically, (4) ICT usage and development should be encouraged in line with Thai service sector situation, and (5) services that Thailand has potential to compete with other countries need to be promoted to prosper the national economy and improve life quality among people.

## **5. The national strategy for service sector development**

### **5.1 Developmental framework**

Thailand needs to adjust the economic structure, from relying in labor and raw material in manufacturing sector to technology-based service sector that generates more creative and value-added products. Effective business management and high-skilled personals are also important in intellectual property invention that will lead to the development of unique Thai-styled goods and services products.

The role of service sector tends to increase its importance in economic development, while facing uncertain world economy and competition from other developing countries that have lower wage rates and more available natural resources. Many services directly relate to the people lives such as healthcare, education, and infrastructure. Therefore, to upgrade the living standard of the Thai people needs to rely on effective service sector.



## 5.2 Vision

Service sector in Thailand has dynamic, bases on Thai identity, attracts foreign investment, supports the national economic competitiveness, and improves the quality of life among Thai people.

## 5.3 Objectives

5.3.1 To increase the competitiveness in both manufacturing and service sectors, which needs effective service sector to reduce cost of production and generate value-added to goods and services.

5.3.2 To support the long-termed economic growth, which needs to rely less on labor-intensive industry and more on value-added creation from knowledge, innovation, and expertise of personnel.

5.3.3 To attract foreign investment, which is an important factor in creating the technology-based services and effective management system that meet international standard.

5.3.4 To improve the living standard among people, which is a significant foundation of the Thai social and economic sustainability.

## 5.4 Development strategy

**5.4.1 Strategy to improve the effectiveness of service sector to increase the competitiveness in manufacturing and service sectors.** Improving the effectiveness of service sector will help reducing cost and developing competence of manufacturing industry. This is, therefore, a short-termed strategy that needs to be implemented promptly by the following measures:

- a) Improve the efficiency of basic infrastructure services, for example, transport, telecommunication and energy sectors.
- b) Promote efficiency in government procurement.
- c) Encourage invention and usage of intellectual property products to create value-added goods and services.
- d) Improve rules and regulations relating to the public services.
- e) Promote good governance in public and private sectors

**5.4.2 Strategy to support long-termed economic growth.** Thailand needs a more detailed and accurate database on service sector. At the same time, the economic expansion in the future has to rely on service sector to increase the national competitiveness such as ICT

service, research and development service, and service relating to high-skilled labour development.

This strategy has six measures as followed:

- a) Develop database that links the information between service and industrial sectors.
- b) Promote research and development as well as innovation creation.
- c) Encourage ICT in business.
- d) Develop high-skilled labour to serve the growing service sector.
- e) Promote investment in new service sectors that Thailand has potential at present and in the future.
- f) Support the expansion of business services into neighbouring countries and other countries in the region.

**5.4.3 Strategy to attract foreign investment and promote domestic investment.** In the past, Thailand had faced high level of competition for foreign investment from other developing countries, which became more opened to foreign businesses. Therefore, Thailand has to improve the competitiveness in order to attract foreign investment to the country. At the same time, domestic investment is also important in stimulating the economy. For these reasons, the following measures need to be delivered:

- a) Amend state's rules and regulations.
- b) Develop basic infrastructure services.
- c) Distribute information about doing business in Thailand.
- d) Improve the quality and standard of goods and services in the country.

**5.4.4 Strategy to develop service sector in order to improve living quality among the people.** The change in population structure pushes Thailand to accelerate the development in healthcare service and service relating to the elderly, as well as education service to improve the proficiency of the future labor force. Other services that relate to daily life also need to be improved. This strategy can be implemented by the following measures:

- a) Promote development in healthcare service to serve the elderly.
- b) Promote development in education service to improve the competence of the people.
- c) Improve effectiveness of basic infrastructures to reduce the living cost.
- d) Encourage development in services relating to the environment.

## **5.5 Driving mechanism**

At present, the overall service sector in Thailand still has no central agency that is responsible for administration and promotion role. Moreover, some sectors have no administrative body at all. Therefore, to keep the service sector driving in the future needs an improvement in the mechanism to be more effective.

5.5.1 Although many service sectors have administrative agency to supervise the sectors, they have no agency to take the promotion role. Some have considerably high potential, but have no organization in charge such as construction and architecture, as well as motion picture production. Therefore, promotion role for each service sector should be assigned to each particular agency.

5.5.2 The service sectors that are currently under supervision of many different governmental agencies should consider combining similar businesses to be monitored by the same bureau.

5.5.3 Any service sector that has no development strategy should set up a committee to draft its strategy and a clear set of guidelines.

5.5.4 The government should consider adjusting structures of relevant committees, which should comprise of private sector and academic. In addition, the committee selection procedure should also be transparent, and acceptable among the business services.

5.5.5 The NESDB should be the central administrative agency of the overall service sector development strategy by appointing a sub-committee responsible for designing each service sector strategic plan, evaluating the performance, monitoring and analyzing the development of the service sector.

## **6. The criteria in selecting potential service sectors**

Apart from analyzing the competitiveness of overall service sector in Thailand, this study also assesses the competitiveness of each 12 service sector, of which the full content can be found in Appendix 4-14. We then select service sectors that have potentiality to compete in order to formulate a strategy for each sector by using following criteria.

### **6.1 Contribution to value added**

The service sectors that contribute the highest real value added to GDP in 2008 were Wholesale-retail trade (28.34%), Transport and communication (20.20%), Real estates (7.76%), Financial intermediation (7.60%), and Hotels and restaurants (7.51%).

## **6.2 Labor employment rate**

In 2008 the service sectors that have highest employment rate were Wholesale-retail trade (5.7 million persons), Hotels and restaurants (2.3 million persons), Construction (2.2 million persons), while service sectors with the highest growth in employment during the past 10 years were Healthcare service (5.9%), Real estate (5.5%), and Other community, social and personal service activities (4.9%).

## **6.3 Linkage to industrial and service sectors**

According to the Input-Output Table released in 2000, the service sectors with significant forward and backward linkages to industrial and service sectors were Healthcare, Electricity, Telecommunication, and Financial services.

## **6.4 Earning income from foreign market**

The service sectors that are often exported or serve foreigners are considered to be very important to the Thai economy because they can earn, or even increase, income to the country. Such sectors include Construction, Telecommunication, and Healthcare services.

## **6.5 Absence of supervisory body**

Services sector to which the government should give more importance is sector that has no supervisory agency such as Construction and Real estate.

## **6.6 Absence of strategy**

Construction, Real estates, and Wholesale-retail trade sectors still have no national strategy to guide sectoral development.

## **6.7 Promote the quality of life among the people**

Electricity, gas and water supply, Construction, Real estate, Education, and Healthcare services can help improving the quality of life among Thai people, as well as develop competency of the national human resources.

## **6.8 Private sector participation**

The service sectors that should increase the level of participation from private sector are electricity service. Until present, the electricity system in Thailand has been monopolized by a state-owned enterprise (SOE) which results in the low level of competition in the market. Telecommunication sector has also faced a deadlock in licensing 3G network. Sectors that serve

foreigners like health and education services should also bring more participation from private actors.

### **6.9 Technology usage**

The service sector that use advanced technology in generating value added or developing the business competitiveness is Telecommunication, which becomes tradable across borders because of technology. Healthcare sector also adopt new technology in treatment methods and online medical consultancy.

Considering all these factors, there are three service sectors have potentiality to develop and expand the production and service base, as well as become the main income source of the nation in the future. Such service sectors are **Construction, Telecommunication, and Healthcare**.

## **7. Strategy for Telecommunication sector**

### **7.1 Overall situation**

Telecommunication is a subsector in the Transport, storage and communication sector under the National Income Account. Telecommunication service in Thailand is considered to be very important to the national economy. During 1999-2007 the sector has had growth in its value added around 7.26%, and tended to keep growing each year. In 2007, Telecommunication sector generated value added around 159,000 million Baht, accounting for 3.74% of the GDP.

The market structure of Telecommunication sector is varied across the nature of services. The fixed line service has two SOEs, TOT Public Company Limited (TOT) and CAT Telecom Public Company (CAT). Private concessionaires from TOT are TRUE Corporation, which operates within the area of Greater Bangkok, and TT&T Public Company Limited, which operates in the provincial areas.

The mobile telephone service has six service providers, ADVANCED INFO SERVICE PLC (AIS), TRUE Corporation (True Move), Digital Phone Company (DPC), Hutchison CAT Wireless Multimedia Ltd. (HUTCH), and Thai Mobile. In terms of market share, AIS, the only concessionaire under TOT, has the largest share, while DTAC and True Move — concessionaires under CAT – also have major shares in the market. The other small companies are under CAT administration.

Internet service has 95 providers in February 2009. The three largest players are those in fixed line market namely TOT, TT&T, and True Internet.

Telecommunication sector seems to have continuous growth along with the global demand, especially mobile phone and high-speed internet which have had an increased numbers of subscribers each year, while the fixed line service has rather stable expansion rate.

In Thailand, Telecommunication service is currently under the supervision of the National Telecommunication Commission (NTC). The NTC is responsible for the policy and master plan formulation, and regulates licenses for telecommunication business. Therefore, the NTC is considered to have an important role in developing Telecommunication service in Thailand.

In the future, Telecommunication sector in tends to have more various kinds of services and higher level of technology involvement. For example, wireless internet can help reduce cost and expand market for business. The most crucial factor to the future of Telecommunication sector is undeniably good governance from the government and the NTC.

## **7.2 Evaluating the competitiveness of Telecommunication sector**

Evaluating competitiveness of Telecommunication sector by comparing the overall infrastructures in Thailand and other countries, it is found that the social, economic, political, and legal infrastructures in Thailand still need more development. Moreover, technology usage in the country is also considerably low comparing to other countries in the regional like Japan, Singapore, Taiwan, and Malaysia.

Strengths in the Thai Telecommunication service comprise of (1) the NTC administration which generate high level of competition in the market from its generous licensing regime, and (2) the competitive business condition and structure that contribute to low service rate.

Weaknesses are (1) policy/role of the government, especially in term of contract between the SOE and private operator, (2) the performance of supervisory body such as delay in 3G authorization, and (3) the unavailability of business infrastructures like the shortage of ICT skilled personnel.

The opportunities to develop Telecommunication service come from (1) the change in ICT service renders more investment in Telecommunication market, and (2) the growing economies in neighboring countries provides prospect for Thai entrepreneurs to expand their business. However, these opportunities can become significant threats to the Telecommunication sector in Thailand. In other words, the swift change in technology can cause investment risk, and the prospering neighbors might attract more foreign investment outward Thailand.

### **7.3 Vision**

Telecommunication sector in Thailand will be efficient, provide equal service over the country, and become the centre of Telecommunication service in the Southeast Asian region.

### **7.4 Development strategy**

#### ***7.4.1 Strategy to improve the effectiveness of Telecommunication services to increase the competitiveness of industrial and service sectors***

- a) Develop the database of Telecommunication service as the source for planning an effective and appropriate development approach, starting with separating Telecommunication sector out of Transport.
- b) Promote competition in Telecommunication service, both wire line and wireless.
- c) Develop the service to be various in order to create value added and reduce cost of production such as online business.
- d) Amend rules and regulations that obstruct the development in Telecommunication such as concession regime, access charge, and right of way.

#### ***7.4.2 Strategy to support the long-termed economic growth***

- a) Encourage sufficient and modern infrastructures like 3G network.
- b) Promote Telecommunication business expansion to neighboring countries and other countries in the region.
- c) Support skills training in Telecommunication technology to serve the sector development.
- d) Encourage ICT usage with the government as the main mechanism, for example, e-revenue and e-auction.

#### ***7.4.3 Strategy to attract foreign investment***

- a) Develop infrastructures in Telecommunication service to cover nationwide and up-to-date.
- b) Promote investment in the sector, especially in the business that needs rapid technology change.

#### **7.4.4 Strategy to improve the quality of life among people**

- a) Support the accessibility to Telecommunication services; for instance, develop more content in Thai language.
- b) Protect the consumer's rights such as developing an appeal process.
- c) Support the Telecommunication service to be equally provided all over the country.

#### **7.5 Driving mechanism**

7.5.1 The NTC should be the main mechanism in driving Telecommunication strategy by promptly issuing rules and regulations relating to Telecommunication service; for example, licensing 3G and collecting data from operators to create database for future analysis and policy formulation.

7.5.2 The government should issue policy that supports the Telecommunication sector; for example, positing TOT and CAT to be either operator or regulator.

### **8. Strategy for Construction sector**

#### **8.1 Overall situation**

According to the National Income Account, Construction service means the newly constructed, adapted, attached, and fixed construction, including those that are buildings and no building such as road and dam. It also includes smoothen area for construction, installing appliances such as elevator, air-conditioner, and furniture in the building, as well as contract out and own accounts activities. This report also covers designing and construction supervising services.

Construction industry is considered to be one of the important sources of employment and income in Thailand. In addition, the sector has a significant role in economic growth. Before the economic crisis in 1997, Construction sector had had the ratio of valued added per GDP averagely 5.83 % per year. The ratio had then continuously decreased after the crisis, to 2.17% in 2008.

The expansion of Construction industry has positive correlation with the economic growth. Since the global economy has been in recession during the last few years, the Thai economy also slowed down. So did the Construction sector of which expansion rate was decrease to 4.73% in 2008.

The Thai entrepreneurs have high competitiveness within the domestic market. According to the International Competitive Bidding or ICB for the World Bank projects, it is found



that Thai construction companies won every international bidding project in Thailand. Moreover, one Thai construction company was listed 193<sup>rd</sup> from 200 construction businesses that have highest income in 2007 by International Construction magazine.

Nevertheless, the competition in Thai construction market – especially for mega projects – is protected by the government, in line with the Foreign Business Act 1999. As a result, the Thai companies failed to receive high technology in construction from foreign companies that had won biddings for mega projects in the past. The Thai entrepreneurs are then lack of technology literacy to compete in the international level. This is proofed by the fact that there is no Thai company listed in the top 200 construction companies that earn income from international projects in 2007 by Engineering News Record.

Although Thailand still needs many public mega projects, especially in public transportation system, the political instability during the past few years had suspended many mega projects valuing 1.7 trillion Baht. This causes irregular, and sometimes lacking, construction work problem. Other problems include corruptions in government procurement such as preference over some specific construction companies, preventing some companies from bidding by registering contractors according to bureaus, the delay in EIA process, and fixing too low median price to gain qualified works.

## **8.2 Evaluating the competitiveness of Construction sector**

The strengths of Thai Construction sector are the infrastructures/ business structure which comprises of many distinct skills like designing, as well as low wage rate. On the other hand, there are many weaknesses including (1) policies and roles of the government which are unclear in mega projects, (2) state's rules and regulations that are not transparent and (3) the environment does not facilitate business; for instance, lack of high technology, insufficient loan, and short of skilled labor.

Opportunities to develop Construction service is the geographical advantage of locating near many developing countries such as Lao People's Democratic Republic and Cambodia, which have many infrastructure construction projects. At the same time, the threat to development of Construction sector comes from the current economic recession.

## **8.3 Vision**

Construction sector in Thailand is transparent, supportive to infrastructure development, has competent entrepreneurs who can absorb high-levelled technology to eventually become important players in the Asian market.

## **8.4 Development strategy**

### ***8.4.1 Strategy to develop the Construction industry to be able to create qualified work, both in public and private sectors***

- a) Liberalize the bidding for public mega projects.
- b) Centralize the public contractor registration to the Comptroller General's Department.
- c) Specify the median price of construction work to be in accordance with size and quality in order to have qualified public construction works that can be finished in time. The price should also conform to the cost of Construction industry.
- d) Solve the problem of delay in the EIA process.

### ***8.4.2 Strategy to make the government procurement transparent and reduce the chance of corruption so that the public will receive highly qualified goods and services that are worth for the people's taxes***

- a) Amend the Regulations of Office of the Prime Minister on Procurement B.E. 2535 to reduce technical conditions that hinder competition.
- b) Administer procurement agencies to perform according to regulations concerning procurement such as the period to announce about public procurement, and time allowed for the entrepreneurs to prepare the proposal to compete in bidding.
- c) Arrange the complaint receiving and considering processes to be free from intervention by procurement agency and have appropriate consideration period.

### ***8.4.3 Strategy to increase value added and reduce foreign technology reliance in the long term***

- a) Promote transparency and accuracy in public mega projects.
- b) Encourage technology transfer from foreign company through mega projects in order to develop the competitiveness of Thai entrepreneurs.
- c) Support the private sector to collaborate in bidding for constructions in foreign countries through credit grant and other facilitations from specialized financial institutions.

- d) Create opportunity for private sector to enter foreign market through government support.
- e) Support human resource development so that Thailand will have professionals in construction who are ready to receive technology from foreign countries and create qualified works with high safety. This also includes supporting vocational workers to take overseas projects.

### **8.5 Driving mechanism**

There should be a supervisory agency in a form of national committee, with the Prime Minister or Deputy Prime Minister acting as the president. The Ministry of Finance can initially be the secretariat to the president. If it is found that this model was not effective, the permanent supervisory body could be constituted in other forms. However, the committee should comprise of representatives from all construction-related parties including public and private sectors, as well as experts in construction industry.

## **9. Strategy for Healthcare sector**

### **9.1 Overall situation**

The National Income Account defines Healthcare service as institutions providing medical, dental, and other sanitary treatment and prevention. It also includes hospitals, rehabilitation centre, health centre, and other similar places. Other medical practitioners like private nurses, dentists, as well as mobile health centers and scientific labs are under the definition.

According to the National Income Account, the Healthcare and Social Work sector generated value added of around 168,000 million Baht, accounting for 3.8% of GDP in service trade or 1.9% of the total GDP.

In Thailand service provider in Healthcare sector can be divided into two major groups:

- 1) Public medical institution: It has had important role in providing medical services to the Thai people. This includes of medical centers under supervision of Ministry of Public Health (around 900 hospitals and 10,000 public health centers), those under Ministry of Defense, local government, and medical schools under Ministry of Education.
- 2) Private medical institution: This consists of around 340 private hospitals, and 16,800 private clinics nationwide. They provide medical services to the Thais

who are under social security program and those who pay the bill themselves, including expatriates, permanent residents, tourists, and other foreigners who enter Thailand for medical purpose (medical tourist).

Healthcare sector in Thailand has been through major change after the government increasingly expanded public health insurance scheme. At the same time, private hospitals adapted themselves after the economic crisis in 1997 by focusing on serving foreigners who travel to Thailand for medical tourism.

Major problems in the Thai Healthcare sector, especially the health insurance scheme, are the quality and availability of medical personnel. Most people do not equally receive good medical service. In the realm of service for foreigners, the 2008 economic crisis is likely to have negative effect to the numbers of medical tourists.

On the other hand, the economic recession might also offer positive effect. Since many countries have to be carefully spending their budgets, they tend to send their people to receive medical treatment elsewhere. Moreover, countries with public health insurance attached to employment like the U.S. will see more unemployed who also lose health insurance. These people would seek cheap medical treatment in other countries. However, the political riots and instability in Thailand might affect the decision of foreigners to come to Thailand for medical purpose. Nevertheless, this could be only a short-termed problem.

## **9.2 Evaluating the competitiveness of Healthcare sector**

Strengths of Healthcare service in Thailand mostly come from the environment or infrastructure to do business such as (1) Thailand is an open country and the world's important tourism destination, (2) the private medical institutes are widely approved, (3) the traditional medical curriculums link with the Western ones, (4) the doctors can serve foreigners, (5) service providers have service minded, and (6) the fee is comparatively lower than developed countries.

Weaknesses of Healthcare service are (1) the shortage of medical practitioners and personnel with English language skill, (2) the rapid expansion in healthcare business attracts many doctors to move into private hospitals, and (3) rules and regulations in both public and private healthcare sector; for example, some regulations of the Medical Council of Thailand are considered to obstruct foreign doctors to work in Thailand.

Opportunities to develop the Thai Healthcare service are (1) the medical tourism market is large and continually expands, (2) governments in some developed countries encourage their citizens to receive medical treatment overseas to save cost, (3) there is a chance for the market to

expand during economic crisis, and (4) relating services like spa and elderly home still have opportunities to grow.

Threats to Healthcare service are (1) the shortage of medical practitioners in public medical institutes, (2) the increased treatment fees, (3) the uncertain number of foreign customers which depends on the economic condition, and (4) the domestic conflicts.

### **9.3 Vision**

Thailand will have Healthcare service that has good quality and is equally accessible by all Thai people, which will result in efficient human resource, increase the national competitiveness, and attract income to the country.

### **9.4 Development strategy**

***9.4.1 Strategy to develop Healthcare sector to improve the quality of life among Thai people and empower the national human resource in order to increase the country's competitiveness***

- a) Outline clear policies relating to Healthcare service and allow private sector participation in the policy and strategy making processes.
- b) Increase medical practitioners supply to be able to serve good service to the Thais and foreigners who travel to Thailand for medical treatment.

#### ***9.4.2 Strategy to earn income from Healthcare service***

- a) Facilitate foreigners in receiving Healthcare service in Thailand; for example, negotiate with trade partners to allow their citizens to reimburse the medical bill in Thailand.
- b) Support relating services that have potentiality to earn incomes or be able to expand rapidly such as spa and elderly home.
- c) Encourage investment in Healthcare business abroad owned by Thai people such as making skills qualification standard to be approved internationally.

### **9.5 Driving mechanism**

Healthcare issue involves many parties; therefore, to realize and drive a clear and unified strategy needs to rely on the existing mechanisms such as the National Health Commission (NHC), the National Health Assembly, the National Economic and Social Advisory Council (NESAC), Thai Health Promotion Foundation, federations of professions, business associations, public and private hospitals. State agencies like Ministry of Public Health, Ministry of Commerce, Ministry of Education, Tourism Authority of Thailand, and the National Economic and Social Development Board should also involve. Lastly, participation from relating non-governmental organizations (NGOs) such as Foundations for Consumers is highly recommended.