

การค้าบริการและการลงทุนของไทยและตุรกีเชิงเปรียบเทียบ และการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขัน

การค้าบริการมีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Emerging economies) เช่น ไทย และตุรกี เป็นต้น ซึ่งเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเติบโต และมีความซับซ้อนมากขึ้น และยังมีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อไปได้ การค้าบริการระหว่างประเทศของประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีความสำคัญต่อดุลการชำระเงิน (Balance of payment) และมีสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

การศึกษาแนวทางการเปิดเสรีการค้าบริการระหว่างไทยกับตุรกีจึงมีความจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันด้านบริการในเชิงเปรียบเทียบของทั้งสองประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขา เพื่อที่จะประเมินว่า สาขาบริการใดของไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขัน และสาขาบริการใดของไทยที่มีความอ่อนไหว ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยและตุรกี และสามารถระบุได้ว่าสาขาบริการใดของไทยและตุรกีที่สามารถส่งเสริมกัน (Complementary) และสาขาบริการใดที่ต้องแข่งขันกัน (Competing) ทั้งนี้ ระดับรายสาขาการบริการภายใต้การศึกษานี้ จะมีการแบ่งระดับสาขาภาคบริการตาม BMP¹ โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ได้แก่ การขนส่ง (Transport) การเดินทาง/ท่องเที่ยว (Travel) การก่อสร้าง (Construction) การประกันภัยและบริการบำนาญ (Insurance and pension services) การเงิน (Financial services) ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร (Charges for the use of intellectual property n.i.e.) การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร (Telecommunications, computer, and information services) บริการธุรกิจอื่น ๆ (Other business services) การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ (Personal, cultural, and recreational services) การบริการภาครัฐ (Government goods and services n.i.e.) การบริการสุขภาพ (Health)

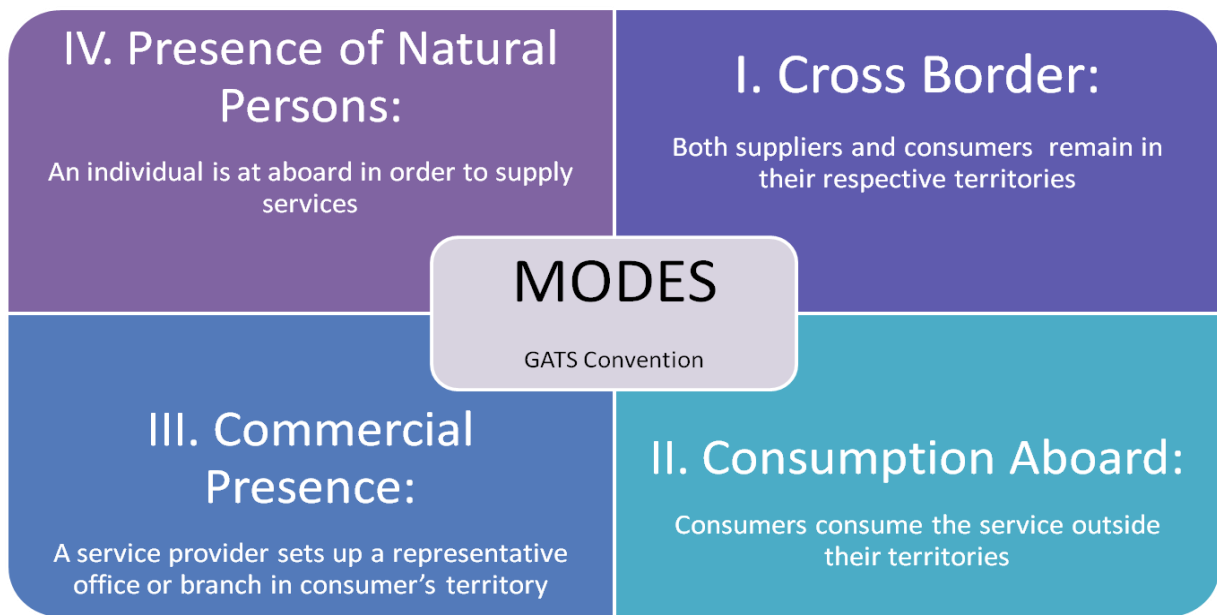
การวิเคราะห์ในบทนี้ จะเชื่อมโยงให้เห็นภาพใหญ่ของการเปิดเสรีทางการค้าบริการ และการลงทุนระหว่างไทยกับตุรกีได้ดียิ่งขึ้น ประกอบด้วย 1) ภาพรวมการค้าบริการระหว่างตุรกีกับไทย เปรียบเทียบกับอาเซียนและโลก 2) ภาพรวมการลงทุนระหว่างประเทศของตุรกีกับไทย 3) การค้าด้านบริการระหว่างตุรกีกับไทย รายสาขาบริการและศักยภาพการแข่งขัน และ 4) สรุป

¹ BMP6 หมายถึง คู่มือดุลการชำระเงิน ฉบับที่ 6 (Balance of Payments Manual, the 6th edition), โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF)

11.1 ภาพรวมการค้าบริการระหว่างตุรกีกับไทย เปรียบเทียบกับอาเซียนและโลก

ตามนิยามของความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) การให้บริการสามารถแบ่งได้เป็น 4 หมวด ตามรูปภาพที่ 11.1

รูปภาพที่ 11.1: รูปแบบของการให้บริการตามนิยามของ GATS



ที่มา: Manual on Statistics of International Trade in Services 2010 (MSITS 2010)

การให้บริการในรูปแบบที่ 1 (Mode I) เรียกว่า *การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross Border)* เป็นการให้บริการที่ทั้งผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่างอยู่ในประเทศของตนเอง เช่น การให้บริการธนาคาร โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง การจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต การบริการจัดการด้านเอกสารผ่านอีเมล หรือการให้คำปรึกษาด้านการเดินทางภายในประเทศ เป็นต้น

การให้บริการในรูปแบบที่ 2 (Mode II) ได้แก่ *การเดินทางไปใช้บริการในต่างประเทศ (Consumption Aboard)* ที่ผู้ใช้บริการไปใช้บริการนอกประเทศของตนเอง เป็นลักษณะของคนไทยเดินทางไปยังตุรกีเพื่อใช้บริการด้านต่างๆ หรือการที่คนตุรกีเข้ามาใช้บริการในไทย เช่น การท่องเที่ยวในต่างประเทศ หรือการศึกษาต่อในต่างประเทศ เป็นต้น

การให้บริการในรูปแบบที่ 3 (Mode III) เป็นการให้บริการในลักษณะของ *การจัดตั้งธุรกิจ (Commercial Presence)* ที่ผู้ให้บริการมาตั้งสำนักงานหรือสาขาเพื่อให้บริการในประเทศของผู้ให้บริการ เช่น การให้บริการทางการเงิน ประกันภัย และค้าปลีกค้าส่งของบริษัทต่างประเทศ เป็นต้น

การให้บริการในรูปแบบที่ 4 (Mode IV) คือ *การเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพ (Presence of Natural Persons)* ซึ่งบุคคลธรรมดาเป็นผู้เดินทางไปให้บริการต่างประเทศ เช่น ผู้ให้บริการหรือผู้ที่ทำงาน ซึ่งเป็นชาวไทยออกไปให้บริการในตุรกี เช่น นักกีฬา นักร้อง นักแสดง ลูกเรือ นักบิน ผู้บริหาร และผู้ประกอบการ วิชาชีพ เช่น แพทย์ และพยาบาล รวมถึงแม่บ้าน และแรงงานที่ทำงานในต่างประเทศ เป็นต้น

ตารางที่ 11.1 แสดงมูลค่าการค้ารวมด้านบริการ² ดุลบริการ และสัดส่วนการค้าบริการของโลก อาเซียน ตุรกี และไทย โดยมูลค่าการค้ารวมด้านบริการของโลก ในปี พ.ศ. 2556 อยู่ที่ 9,409,702 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 5.66 ซึ่งมีมูลค่าการค้ารวมด้านบริการเท่ากับ 8,905,298 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการพึ่งพาการค้าบริการของโลก พบว่า มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 12.36 ของ GDP รวมของโลก สำหรับอาเซียนมีมูลค่าการส่งออกและการนำเข้าด้านบริการรวมกันเท่ากับ 612,654 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 8.38 จากปีก่อนหน้า โดยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552

สำหรับประเทศที่มีมูลค่าการค้าด้านบริการสูงสุด 5 อันดับแรกของโลกในปี พ.ศ. 2556 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส โดยมีมูลค่าการค้าบริการเท่ากับ 1,149,544 585,178 539,623 512,014 และ 485,474 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.22 6.22 5.73 5.44 และ 5.16 ของมูลค่าการค้ารวมด้านบริการของโลก ตามลำดับ

ประเทศตุรกีมีมูลค่าการค้ารวมด้านบริการที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2556 ตุรกีมีมูลค่าการค้ารวมด้านบริการอยู่ในอันดับที่ 32 ของโลก โดยมีมูลค่า 71,465 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.15 จากปีก่อนหน้า โดยมีสัดส่วนการค้าคิดเป็นร้อยละ 0.76 ของมูลค่าการค้าด้านบริการของโลกทั้งหมด ในขณะเดียวกัน สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีมูลค่าการค้ารวมด้านบริการมากที่สุดในอาเซียน เท่ากับ 278,922 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.96 ของมูลค่าการค้าด้านบริการของโลกทั้งหมด (อันดับที่ 8 ของโลก) ขณะที่มูลค่าการค้ารวมด้านบริการของไทยในปีเดียวกัน เท่ากับ 113,532 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 10.62 จากปีก่อนหน้า และคิดเป็นร้อยละ 1.21 ของมูลค่าการค้าด้านบริการของโลกทั้งหมด (อันดับที่ 25 ของโลก) เมื่อพิจารณาในด้านดุลบริการ พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 ดุลบริการของโลกมีมูลค่า 135,078 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ³ ในขณะที่อาเซียนขาดดุลบริการ คิดเป็นมูลค่า 13,106 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับตุรกีและไทย มีการเกินดุลบริการทั้งสองประเทศ โดยมีมูลค่าการเกินดุลเท่ากับ 22,853 และ 3,753 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

² มูลค่าการค้ารวมด้านบริการ หมายถึง ผลรวมของมูลค่าการส่งออกด้านบริการและมูลค่าการนำเข้าด้านบริการ

³ ตามทฤษฎี มูลค่าดุลบริการของโลกควรเป็นศูนย์ แต่ในความเป็นจริงมูลค่าดุลบริการไม่ได้เป็นศูนย์เกิดจากหลายสาเหตุ เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน การเก็บข้อมูลของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน รวมถึงความผิดพลาดทางสถิติ เป็นต้น

ตารางที่ 11.1: มูลค่าการค้ารวมด้านบริการของตุรกีเปรียบเทียบกับไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	ประเทศผู้ค้า (ส่งออก+นำเข้า)	มูลค่าการค้ารวมด้านบริการ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)	สัดส่วนต่อ GDP (ร้อยละ)	ดุลบริการ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
		2551	2552	2553	2554	2555	2556				
2556								2556	2556	2556	2556
	โลก	7,524,105.23	6,772,968.39	7,733,582.53	8,628,574.89	8,905,298.10	9,409,701.91	5.66	100	12.36	135,078.00
	อาเซียน	411,695.91	369,698.02	444,013.21	519,176.69	565,277.72	612,653.94	8.38	6.51	24.93	-13,106.13
1	สหรัฐอเมริกา	941,868.99	899,522.98	972,645.98	1,063,541.98	1,105,209.98	1,149,544.00	4.01	12.22	6.86	225,275.97
2	เยอรมนี	529,118.43	470,534.99	488,294.08	542,836.30	528,576.62	585,177.90	10.71	6.22	15.69	-63,675.79
3	จีน	325,008.00	303,417.98	365,494.99	423,672.00	498,209.01	539,623.39	8.31	5.73	5.69	-123,531.81
4	สหราชอาณาจักร	519,869.14	443,446.06	451,654.58	493,455.87	500,298.74	512,013.50	2.34	5.44	19.12	120,864.83
5	ฝรั่งเศส	419,213.38	370,154.38	383,767.86	441,227.22	440,350.30	485,473.84	10.25	5.16	17.28	24,253.84
	รวมประเทศผู้ค้า 5 อันดับแรก	2,735,077.94	2,487,076.40	2,661,857.49	2,964,733.38	3,072,644.66	3,271,832.64	6.48	34.77	9.22	183,187.04
8	สิงคโปร์	180,856.99	165,963.30	202,044.00	236,018.00	256,434.00	278,922.00	8.77	2.96	92.28	-4,322.00
25	ไทย	79,110.10	66,671.50	79,355.80	93,708.30	102,629.40	113,532.10	10.62	1.21	29.32	3,752.50
30	มาเลเซีย	61,021.20	55,763.00	64,488.90	74,319.40	80,303.20	84,393.10	5.09	0.90	26.95	-4,769.90
32	ตุรกี	55,439.00	53,092.00	56,468.57	62,597.36	64,877.97	71,464.77	10.15	0.76	8.68	22,852.71
34	อินโดนีเซีย	45,425.80	37,586.40	43,347.52	53,579.60	57,884.60	57,959.50	0.13	0.62	6.37	-12,071.30
41	ฟิลิปปินส์	24,139.10	23,270.31	29,799.40	31,194.40	34,699.70	39,655.60	14.28	0.42	14.58	7,014.80
54	เวียดนาม	14,962.00	13,953.00	17,381.00	20,550.00	22,140.00	24,530.00	10.79	0.26	14.33	-3,110.00
96	กัมพูชา	2,427.48	2,642.10	2,998.40	4,044.32	4,727.30	5,243.06	10.91	0.06	34.43	1,728.98
111	เมียนมาร์	973.95	966.42	1,158.26	1,848.68	2,690.65	3,751.83	39.44	0.04	6.40	790.01
115	บรูไน	2,269.75	2,349.10	2,665.81	3,033.63	2,852.44	3,351.78	17.51	0.04	20.80	-2,366.62
146	ลาว	509.53	532.89	774.12	880.35	916.43	1,314.97	43.49	0.01	11.75	247.41

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

ตารางที่ 11.2: มูลค่าการส่งออกด้านบริการของตุรกีเปรียบเทียบกับไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออกด้านบริการ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)	สัดส่วนต่อ GDP (ร้อยละ)	ดุลบริการ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
		2551	2552	2553	2554	2555	2556				
2556								2556	2556	2556	2556
	โลก	3,805,673.35	3,436,022.33	3,924,369.87	4,388,754.98	4,525,225.90	4,772,389.96	5.46	100	6.27	135,078.00
	อาเซียน	192,149.07	176,844.53	213,269.06	251,003.36	274,667.80	299,773.91	9.14	6.28	12.20	-13,106.13
1	สหรัฐอเมริกา	532,816.99	512,721.98	563,332.99	627,780.99	654,849.98	687,409.98	4.97	14.40	4.10	225,275.97
2	สหราชอาณาจักร	307,421.09	264,988.96	272,505.66	304,950.08	308,998.53	316,439.17	2.41	6.63	11.82	120,864.83
3	เยอรมนี	240,517.34	220,309.79	225,014.40	248,022.19	240,614.74	260,751.06	8.37	5.46	6.99	-63,675.79
4	ฝรั่งเศส	224,319.60	194,001.54	202,108.48	237,334.83	237,281.79	254,863.84	7.41	5.34	9.07	24,253.84
5	จีน	165,990.00	144,184.99	171,490.00	184,763.01	216,154.00	208,045.79	-3.75	4.36	2.19	-123,531.81
	รวมประเทศผู้ส่งออก 5 อันดับแรก	1,471,065.02	1,336,207.26	1,434,451.54	1,602,851.10	1,657,899.04	1,727,509.84	4.20	36.20	4.87	183,187.04
8	สิงคโปร์	89,674.90	81,828.00	100,832.00	118,581.00	127,308.00	137,300.00	7.85	2.88	45.43	-4,322.00
23	ไทย	33,108.40	30,156.70	34,326.40	41,572.60	49,643.00	58,642.30	18.13	1.23	15.14	3,752.50
28	ตุรกี	37,109.00	35,815.00	36,550.38	41,391.86	43,683.04	47,158.74	7.96	0.99	5.73	22,852.71
30	มาเลเซีย	30,751.40	28,291.50	32,019.50	36,145.10	37,883.50	39,811.60	5.09	0.83	12.71	-4,769.90
37	ฟิลิปปินส์	13,054.80	14,084.10	17,782.20	18,878.20	20,439.20	23,335.20	14.17	0.49	8.58	7,014.80
38	อินโดนีเซีย	15,400.60	13,245.00	16,886.52	21,888.20	23,660.20	22,944.10	-3.03	0.48	2.52	-12,071.30
56	เวียดนาม	7,006.00	5,766.00	7,460.00	8,691.00	9,620.00	10,710.00	11.33	0.22	6.26	-3,110.00
82	กัมพูชา	1,527.39	1,811.87	2,028.49	2,730.12	3,192.11	3,486.02	9.21	0.07	22.89	1,728.98
103	เมียนมาร์	356.71	349.19	369.24	758.46	1,231.31	2,270.92	84.43	0.05	3.87	790.01
132	ลาว	401.63	397.26	510.99	549.64	577.22	781.19	35.34	0.02	6.98	247.41
144	บรูไน	867.25	914.91	1,053.72	1,209.03	1,113.26	492.58	-55.75	0.01	3.06	-2,366.62

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

จากตารางที่ 11.2 พบว่า การส่งออกด้านบริการของโลกเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าทั้งสิ้น 4,772,390 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.46 จากปีก่อนหน้า โดยมูลค่าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.27 ต่อ GDP รวมของโลกในปีเดียวกัน เมื่อพิจารณาในกรอบอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ พบว่า อาเซียนมีมูลค่าการส่งออกด้านบริการที่เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมกันเท่ากับ 299,774 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.28 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการของโลกทั้งหมด ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับสหราชอาณาจักรที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับที่ 2 ของโลก ในขณะที่สหรัฐอเมริกาส่งออกด้านบริการมากที่สุดในโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.40 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการของโลกทั้งหมด ส่วนอันดับที่ 3 4 และ 5 ได้แก่ เยอรมนี ฝรั่งเศส และจีน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 6.99 9.07 และ 2.19 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการของโลกตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกด้านบริการของตุรกีเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าทั้งสิ้น 47,159 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.96 จากปีก่อนหน้า หรือคิดเป็นร้อยละ 0.99 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการของโลกทั้งหมด (อันดับที่ 28 ของโลก) ขณะที่มูลค่าการส่งออกด้านบริการของไทยมีมูลค่า 58,642 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.13 จากปีก่อนหน้า หรือคิดเป็นร้อยละ 1.23 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการของโลกทั้งหมด (อันดับที่ 23 ของโลก) ซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกด้านบริการสูงมากกว่าตุรกีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2556

เมื่อพิจารณาการพึ่งพาการส่งออกของตุรกีและไทย โดยอาศัยสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกด้านบริการต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 ตุรกีมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออก คิดเป็นเพียงร้อยละ 5.73 ต่อ GDP ขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของไทย มีมูลค่าการส่งออกด้านบริการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.14 ต่อ GDP ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ไทยพึ่งพาการส่งออกด้านบริการมากกว่าตุรกี ในขณะที่สิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกด้านบริการมากที่สุดในอาเซียน (อันดับที่ 8 ของโลก) มีมูลค่าการส่งออกด้านบริการเท่ากับ 137,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีการพึ่งพิงการส่งออกบริการมากที่สุดในอาเซียน โดยสิงคโปร์ มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 45.43 ต่อ GDP รองลงมาได้แก่ กัมพูชา ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 22.89 ต่อ GDP

ตารางที่ 11.3: มูลค่าการนำเข้าด้านบริการของตุรกีเปรียบเทียบกับไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้าด้านบริการ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต	สัดส่วน	สัดส่วนต่อ GDP	ดุลบริการ
		2551	2552	2553	2554	2555	2556	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
								2556	2556	2556	2556
	โลก	3,718,431.88	3,336,946.06	3,809,212.66	4,239,819.91	4,380,072.20	4,637,311.95	5.87	100	6.09	135,078.00
	อาเซียน	219,546.84	192,853.49	230,744.15	268,173.34	290,609.92	312,880.04	7.66	6.75	12.73	-13,106.13
1	สหรัฐอเมริกา	409,052.00	386,800.99	409,312.99	435,760.99	450,360.00	462,134.02	2.61	9.97	2.76	225,275.97
2	จีน	159,018.00	159,232.99	194,004.99	238,908.99	282,055.01	331,577.60	17.56	7.15	3.49	-123,531.81
3	เยอรมนี	288,601.09	250,225.20	263,279.68	294,814.11	287,961.89	324,426.85	12.66	7.00	8.70	-63,675.79
4	ฝรั่งเศส	194,893.78	176,152.85	181,659.38	203,892.38	203,068.51	230,610.00	13.56	4.97	8.21	24,253.84
5	สหราชอาณาจักร	212,448.05	178,457.10	179,148.91	188,505.79	191,300.21	195,574.34	2.23	4.22	7.30	120,864.83
	รวมประเทศผู้นำเข้า 5 อันดับแรก	1,264,012.91	1,150,869.14	1,227,405.95	1,361,882.27	1,414,745.62	1,544,322.80	9.16	33.30	4.35	183,187.04
8	สิงคโปร์	91,182.10	84,135.30	101,212.00	117,437.00	129,126.00	141,622.00	9.68	3.05	46.86	-4,322.00
27	ไทย	46,001.70	36,514.80	45,029.40	52,135.70	52,986.40	54,889.80	3.59	1.18	14.17	3,752.50
29	มาเลเซีย	30,269.80	27,471.50	32,469.40	38,174.30	42,419.70	44,581.50	5.10	0.96	14.24	-4,769.90
31	อินโดนีเซีย	30,025.20	24,341.40	26,461.00	31,691.40	34,224.40	35,015.40	2.31	0.76	3.85	-12,071.30
36	ตุรกี	18,330.00	17,277.00	19,918.19	21,205.50	21,194.93	24,306.03	14.68	0.52	2.95	22,852.71
47	ฟิลิปปินส์	11,084.30	9,186.21	12,017.20	12,316.20	14,260.50	16,320.40	14.44	0.35	6.00	7,014.80
53	เวียดนาม	7,956.00	8,187.00	9,921.00	11,859.00	12,520.00	13,820.00	10.38	0.30	8.07	-3,110.00
92	บรูไน	1,402.50	1,434.19	1,612.09	1,824.61	1,739.18	2,859.20	64.40	0.06	17.75	-2,366.62
115	กัมพูชา	900.09	830.23	969.91	1,314.20	1,535.19	1,757.04	14.45	0.04	11.54	1,728.98
120	เมียนมาร์	617.24	617.23	789.02	1,090.22	1,459.34	1,480.91	1.48	0.03	2.52	790.01
152	ลาว	107.91	135.63	263.12	330.71	339.21	533.78	57.36	0.01	4.77	247.41

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

ในด้านการนำเข้าภาคบริการระหว่างประเทศในภาพรวม จากตารางที่ 11.3 พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 การนำเข้าด้านบริการทั้งหมดของโลกมีมูลค่า 4,637,312 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.87 ทั้งนี้ มูลค่าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.09 ต่อ GDP รวมของโลกในปีเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันในกรอบอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ มีมูลค่าการนำเข้าด้านบริการ 312,880 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตขึ้นร้อยละ 7.66 จากปีก่อนหน้า และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.75 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการของโลกทั้งหมด สำหรับประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าด้านบริการสูงสุด 5 อันดับแรกของโลกในปี พ.ศ. 2556 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน เยอรมนี ฝรั่งเศส และสหราชอาณาจักร โดยมีมูลค่าการนำเข้าด้านบริการคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.97 7.15 7.00 4.97 และ 4.22 ของมูลค่าการนำเข้ารวมด้านบริการของโลก ตามลำดับ

การนำเข้าด้านบริการของตุรกีมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับที่ 36 ของโลก ในปี พ.ศ. 2556 โดยมีมูลค่า 24,306 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.68 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมูลค่าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.52 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการของโลกทั้งหมด ในขณะที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าด้านบริการสูงกว่าตุรกีมากกว่าสองเท่า โดยมีมูลค่าการนำเข้าด้านบริการทั้งสิ้น 54,890 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (สูงสุดเป็นอันดับที่ 27 ของโลก) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.59 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.18 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการของโลกทั้งหมด

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาการพึ่งพาการนำเข้าด้านบริการของตุรกีและไทย พบว่า ตุรกีพึ่งพาการนำเข้าด้านบริการน้อยกว่าไทย โดยมูลค่าการนำเข้าด้านบริการทั้งหมดของตุรกี ในปี พ.ศ. 2556 เทียบเท่ากับเพียงร้อยละ 2.95 ของ GDP ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของไทยสูงถึงร้อยละ 14.17 ต่อ GDP อย่างไรก็ตาม เนื่องจากส่วนแบ่งตลาดของตุรกีทำให้ในภาพรวมเศรษฐกิจของตุรกีพึ่งพาการนำเข้าด้านบริการน้อยกว่าไทย และประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียนมาก สำหรับประเทศในอาเซียนที่พึ่งพาการนำเข้าด้านบริการมากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าด้านบริการคิดเป็นร้อยละ 46.86 17.75 และ 14.24 ต่อ GDP ของแต่ละประเทศดังกล่าว ตามลำดับ

11.2 ภาพรวมการลงทุนระหว่างประเทศของตุรกีกับไทย

ดุลการชำระเงิน (Balance of Payment: BOP) เป็นบัญชีที่แสดงธุรกรรม (Transactions) ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลธรรมดา บริษัท และรัฐบาลในประเทศหนึ่งกับผู้มีถิ่นฐานหรืออาศัยในประเทศอื่น⁴ โดยบัญชีหลักในดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 3 บัญชีหลัก ได้แก่ 1) ดุลบัญชีเดินสะพัด (Current account) ซึ่งประกอบด้วยดุลการค้า ดุลบริการ ดุลรายได้ และดุลเงินโอนและบริจาค 2) ดุลบัญชีเงินทุน (Capital and financial account) ซึ่งประกอบด้วย บัญชีทุนและบัญชีการเงิน และ 3) ดุลบัญชีทุนสำรองระหว่างประเทศ (Official reserve account) ซึ่งควบคุมและบริหารจัดการโดยธนาคารกลางของแต่ละประเทศ

ในด้านการลงทุนนั้น สถิติต่างๆ จะถูกแสดงอยู่ในดุลบัญชีเงินทุน ในส่วนของบัญชีการเงิน (Financial account) ซึ่งแสดงมูลค่าของการลงทุนโดยจำแนกประเภทของการลงทุนได้ 3 ประเภท ประกอบด้วย 1) การลงทุนโดยตรง (Direct investment) ทั้งเป็นการลงทุนในประเทศโดยนักลงทุนชาติอื่น (Inflow of foreign direct investment) รวมถึงการลงทุนในต่างประเทศโดยนักลงทุนของประเทศนั้นๆ (Outflow of foreign direct investment) 2) การลงทุนในหลักทรัพย์ (Portfolio investment) ซึ่งเป็นธุรกรรมในการซื้อขายตราสารทุน ตราสารหนี้ ประเภทต่างๆ และ 3) การลงทุนอื่นๆ ซึ่งเป็นลักษณะของเงินกู้ ลินเชื่อทางการค้า เงินฝาก เป็นต้น⁵

สำหรับบัญชีการเงินของตุรกี ดังแสดงในตารางที่ 11.4

ตารางที่ 11.4: บัญชีการเงิน (Financial account) ของตุรกี ปี พ.ศ. 2551-2556

ประเภทการลงทุน	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
การลงทุนโดยตรง	14,713	6,184	6,221	14,145	10,126	9,298	-8.18
- การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ	14,748	6,266	6,256	16,137	10,759	9,866	-8.30
- การลงทุนโดยตรงของตุรกีในต่างประเทศ	35	82	35	1,991	633	568	-10.27
การลงทุนในหลักทรัพย์	5,014	-227	-16,083	-22,204	-41,012	-23,986	41.51
การลงทุนอื่นๆ	-24,174	-1,940	-34,240	-28,202	-18,872	-39,053	-106.94
รวม	-37,520	-9,087	-45,131	-66,025	-48,247	-61,958	-28.42

ที่มา: ธนาคารกลางของตุรกี (Central Bank of the Republic of Turkey)

⁴ ที่มา: Yarbrough, B. V., & Yarbrough, R. M. (2006). *The World economy: Trade and Finance*. 7th Edition. Ohio: Thomson South-Western.

⁵ ที่มา: สุทธิ เหล่าพัดจัน และ จตุพร ดังครุฑ เข้าถึงได้จาก

http://ms.src.ku.ac.th/eLearning/Download/DataSheet/2011/Jun/762313/131321ร้อยละ20&ร้อยละ20762313ร้อยละ20Chapter2ร้อยละ20BoP_s.pdf

จากตารางที่ 11.4 พบว่า การลงทุนโดยตรง (Direct investment) จากต่างประเทศที่มาลงทุนในตุรกี มีความผันผวนตลอดช่วงปี พ.ศ. 2551-2556 โดยในปี พ.ศ. 2551 มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ เท่ากับ 14,748 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และลดลงมาอยู่ที่ 6,266 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2552 และได้เพิ่มขึ้นเป็น 16,137 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอีก 2 ปีถัดมา อย่างไรก็ตาม การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ลดลงร้อยละ 8.30 ในปี พ.ศ. 2556 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับการลงทุนโดยตรงของชาวตุรกีในต่างประเทศ พบว่า ลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 1,991 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2554 โดยลดลงเหลือ 568 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 และได้ลดลงกว่าร้อยละ 10.27 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เมื่อพิจารณาการลงทุนโดยตรงสุทธิ (Net inflow) มีความผันผวนซึ่งขึ้นอยู่กับมูลค่าของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2551 การลงทุนโดยตรงสุทธิอยู่ที่ 14,713 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และลดลงเหลือ 6,221 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2553 และเพิ่มขึ้นเป็น 9,298 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 และเมื่อพิจารณาบัญชีการเงินของตุรกีในภาพรวม พบว่า ชาวตุรกีมีแนวโน้มการลงทุนในต่างประเทศในหลักทรัพย์ และการลงทุนอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2552-2556 โดยในปี พ.ศ. 2556 ตุรกีมีการลงทุนในรูปแบบดังกล่าวในต่างประเทศมีมูลค่าสูงถึง 23,986 และ 39,053 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

สำหรับบัญชีการเงินของไทย ดังแสดงในตารางที่ 11.5

ตารางที่ 11.5: บัญชีการเงิน (Financial account) ของไทย ปี พ.ศ. 2551-2556

ประเภทการลงทุน	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
การลงทุนโดยตรงสุทธิ	6,221.86	415.18	6,615.34	-4,702.08	-1,361.53	3,814.47	380.16
- การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ	8,561.56	6,411.46	14,746.67	2,473.69	12,899.04	15,935.96	23.54
- การลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศ	-2,339.70	-5,996.28	-8,131.33	-7,175.77	-14,260.57	-12,121.49	-15.00
การลงทุนในหลักทรัพย์	159.37	-429.04	4,870.26	6,163.26	3,398.28	-4,766.36	-240.26
การลงทุนอื่นๆ	10,907.79	1,399.91	12,087.25	-9,730.32	10,753.24	-1,536.10	-114.28
รวม	17,289.02	1,386.06	23,572.85	-8,269.15	12,789.99	-2,487.99	-119.45

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 11.5 จะเห็นว่าแม้บัญชีการเงินของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2551 กับ พ.ศ. 2555 แต่มีการติดลบในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2556 เมื่อพิจารณาตามประเภทของการลงทุน พบว่า การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมายังไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีมูลค่า 8,562 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2551 และเพิ่มขึ้นเป็น 15,936 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 อย่างไรก็ตาม การลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน จากปี พ.ศ. 2551 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มของบัญชีการเงินของไทยจากส่วนประกอบต่างๆ แล้วนั้น จะเห็นว่าไทยจะขาดดุลในบัญชีการเงินเมื่อมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศลดน้อยลง (พิจารณาปี พ.ศ. 2554) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนจากต่างประเทศต่อเศรษฐกิจไทย ในขณะที่ความผันผวน

ของการลงทุนในหลักทรัพย์ และการลงทุนอื่นๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความผันผวนของบัญชีการเงินโดยรวมของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2555-2556

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบัญชีการเงินของไทยกับตุรกี พบว่า มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของตุรกีมีความใกล้เคียงกับมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย แต่ไทยมีการลงทุนในต่างประเทศมากกว่าตุรกี อย่างไรก็ตาม การลงทุนอื่นๆ ของไทยน้อยกว่าตุรกีอย่างมาก ส่งผลให้ขนาดของบัญชีการเงินของไทยเล็กกว่าของตุรกี

สำหรับการลงทุนจากต่างประเทศของตุรกีจำแนกตามสาขา ดังแสดงในตารางที่ 11.6

ตารางที่ 11.6: การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของตุรกี จำแนกรายกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2551-2556

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
กิจการการเงินและการประกันภัย	6,136	817	1,621	5,883	2,084	3,415	63.87
การผลิตก๊าซ	1,055	2,153	1,824	4,293	924	2,334	152.60
เครื่องจักรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	239	59	177	464	143	607	324.48
เครื่องดื่มและยาสูบ	1,251	219	124	650	2,201	400	-81.83
การค้าปลีกค้าส่ง	2,088	389	435	709	221	377	70.59
การขนส่ง	96	230	183	222	130	300	130.77
เคมีภัณฑ์	199	336	120	348	579	272	-53.02
การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน	145	89	136	146	213	242	13.62
ปิโตรเลียม	28	61	3	1,255	179	236	31.84
การก่อสร้าง	337	209	310	301	1,427	178	-87.53
กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน	25	22	17	55	234	175	-25.21
ผลิตภัณฑ์ยาง	162	34	7	128	486	168	-65.43
กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	453	210	241	300	173	128	-26.01
สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ	79	40	11	32	19	123	547.37
ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	97	173	36	36	133	110	-17.29
กระดาษและสิ่งพิมพ์	64	89	18	74	12	107	791.67
กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	147	105	112	232	546	106	-80.59
ผลิตภัณฑ์จากโลหะ	1,250	31	213	292	101	100	-0.99
อุปกรณ์ขนส่ง	71	224	38	93	121	97	-19.83
กิจกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคนิค	52	81	94	103	78	87	11.54
เครื่องนุ่งห่ม	187	78	94	148	376	60	-84.04

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	25	55	113	122	16	59	268.75
กิจกรรมด้านอื่นๆ	24	14	47	23	53	58	9.43
เกษตรกรรม ป่าไม้ และ การประมง	41	48	81	32	43	47	9.30
การจัดการและบำบัดน้ำเสีย	15	5	3	2	0	36	0.00
ผลิตภัณฑ์จากแร่โลหะอื่นๆ	195	238	54	37	10	29	190.00
ศิลปะ ความบันเทิง และ นันทนาการ	40	25	62	13	81	5	-93.83
เครื่องมืออื่นๆ	226	220	64	76	32	5	-84.38
ผลิตภัณฑ์ไม้	6	0	1	0	84	3	-96.43
การศึกษา	0	1	17	68	60	2	-96.67
ผลิตภัณฑ์หนัง	15	11	0	0	0	0	0.00
การบริหารราชการและ การประกันสังคม	0	0	0	0	0	0	0.00
รวม	14,748	6,266	6,256	16,137	10,759	9,866	-8.30

ที่มา: ธนาคารกลางของตุรกี (Central Bank of the Republic of Turkey)

จากตารางที่ 11.6 พบว่า นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในกิจการการเงินและการประกันภัยของ ตุรกีมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2556 ด้วยจำนวนเงินลงทุนกว่า 3,415 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 63.87 รองลงมาเป็นสาขาการผลิตก๊าซ เครื่องจักรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องดื่มและยาสูบ โดยมีเงินทุนกว่า 2,334 607 และ 400 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงของการลงทุนค่อนข้างมาก อาทิ การค้าปลีกค้าส่ง ที่เคยมีจำนวนเงินมาลงทุนกว่า 2,088 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2551 ลดเหลือเพียง 377 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และการบริหารราชการและการประกันสังคมที่ไม่มีการลงทุนจากต่างประเทศ ในปัจจุบัน ทั้งนี้ ในภาพรวม การลงทุนจะกระจุกตัวอยู่ในภาคอุตสาหกรรมมากกว่าภาคเกษตรกรรมและ ภาคบริการ

สำหรับการลงทุนจากต่างประเทศของไทยจำแนกตามสาขา ดังแสดงในตารางที่ 11.7

ตารางที่ 11.7: การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย จำแนกรายกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2551-2556

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
การผลิต	4,905.32	2,909.15	5,516.57	3,918.74	1,599.03	5,260.21	228.96
กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	1,766.80	-146.81	6,475.93	-372.18	1,855.90	3,038.43	63.72
กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	1,149.00	1,299.61	1,045.97	1,154.46	1,039.12	1,595.39	53.53
การขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์	804.50	2,007.73	492.08	267.65	-189.70	1,353.34	813.41
การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า	361.19	517.02	-218.19	185.47	-68.73	125.15	282.09
การก่อสร้าง	-114.14	95.49	47.15	-18.04	-171.49	71.17	141.50
ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำและระบบการปรับอากาศ	11.59	-617.66	70.47	445.88	-54.69	68.17	224.65
เกษตรกรรม การป่าไม้และการประมง	7.34	53.33	6.78	-2.19	5.85	2.09	-64.27
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	141.83	-1,973.35	219.81	217.71	-94.96	-81.11	14.59
ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	-127.71	157.21	122.45	58.36	-47.18	-140.68	-198.18
อื่นๆ	-344.16	2,109.74	967.65	-3,382.17	9,025.89	4,643.8	-48.55
รวม	8,561.56	6,411.46	14,746.67	2,473.69	12,899.04	15,935.96	23.54

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 11.7 พบว่า มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศที่เข้ามายังไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระหว่างปี พ.ศ. 2551-2556 แม้ว่าจะมีการปรับตัวลดลงบ้างในปี พ.ศ. 2552 และ 2554 อย่างไรก็ตาม สาขาที่มีการลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปมากที่สุดในปี พ.ศ. 2551 คือ การผลิตในสาขาต่างๆ (Manufacturing products) โดยมีมูลค่า 4,905 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาเป็นกิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย และกิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีมูลค่าของการลงทุนเท่ากับ 1,767 และ 1,149 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2556 อันดับของสาขาที่มีการเข้าไปลงทุนมากที่สุดยังคงเป็นการผลิตเช่นเดิม และเมื่อพิจารณาแยกรายสาขาการผลิต พบว่า สาขาการผลิตที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมากที่สุด คือ การผลิตยานยนต์ รถพ่วงและรถกึ่งพ่วง ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนกว่า 1,666 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาเป็น การผลิตคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์ ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ 667 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับสาขากิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย และกิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ ในปี พ.ศ. 2556 ยังคงเติบโตได้ดี โดยมีมูลค่าของการลงทุนเท่ากับ 3,038 และ 1,595 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 63.72 และ 53.53 ตามลำดับ

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของตุรกีจำแนกรายประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 11.8

ตารางที่ 11.8: การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของตุรกี จำแนกรายประเทศ ปี พ.ศ. 2551-2556

ทวีป	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
ยุโรป	11,368	5,248	4,939	12,588	7,925	6,400	-19.24
แอฟริกา	82	2	-	-	-	221	N/A
อเมริกา	951	331	384	1,485	491	343	-30.14
เอเชีย	2,345	673	928	2,055	2,337	2,899	24.05
อื่นๆ	2	12	5	9	6	3	-50.00
รวม	14,748	6,266	6,256	16,137	10,759	9,866	-8.30

ที่มา: ธนาคารกลางของตุรกี (Central Bank of the Republic of Turkey)

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

จากตารางที่ 11.8 พบว่า นักลงทุนจากทวีปยุโรปเข้าไปลงทุนในตุรกีมากที่สุด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2556 อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาดังกล่าวการลงทุนมีความผันผวน โดยในปี พ.ศ. 2554 การลงทุนจากนักลงทุนยุโรปอยู่ที่ 12,588 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และลดลงเหลือเพียง 6,400 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 โดยลดลงร้อยละ 19.24 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า นอกจากนี้การลงทุนจากทวีปยุโรปแล้ว นักลงทุนจากเอเชียได้เข้าไปลงทุนในตุรกีในสัดส่วนที่ค่อนข้างมากเช่นกัน โดยมีมูลค่าการลงทุนไปกว่า 2,899 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.05 จากปีก่อนหน้า และจากข้อมูลเพิ่มเติมจาก Republic of Turkey Ministry of Economy พบว่า นักลงทุนจากประเทศเยอรมนีเข้าไปลงทุนในตุรกีมากที่สุด รองลงมา คือ เนเธอร์แลนด์ รัสเซีย และอาเซอร์ไบจาน ตามลำดับ

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทยจำแนกรายประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 11.9

ตารางที่ 11.9: การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย จำแนกรายประเทศ ปี พ.ศ. 2551-2556

ประเทศ	มูลค่าการเคลื่อนย้ายเงินทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2556
ญี่ปุ่น	3,027.62	1,534.97	4,400.04	-1,370.42	3,706.70	10,927.21	194.80
จีน	22.09	169.05	633.43	20.92	598.46	938.86	56.88
สหรัฐอเมริกา	475.69	-43.76	1,431.05	143.41	3,966.52	857.17	-78.39
อาเซียน	261.21	2,685.88	2,220.92	952.22	-745.35	528.21	-170.87
บรูไน	2.74	-6.22	1.16	1.25	1.02	1.59	55.88
กัมพูชา	0.84	9.22	4.61	0.79	4.75	0.30	-93.68
อินโดนีเซีย	5.33	6.33	5.41	-61.31	121.24	127.09	4.83
ลาว	-17.78	1.49	0.40	0.03	0.07	1.01	1,342.86
มาเลเซีย	208.65	825.06	348.39	16.29	500.52	467.67	-6.56
เมียนมาร์	21.10	1.78	1.39	-4.39	16.44	4.69	-71.47
ฟิลิปปินส์	18.82	18.49	9.18	-18.16	8.12	56.97	601.60
สิงคโปร์	20.29	1,826.96	1,850.39	1,016.48	-1,403.09	-132.11	-90.58
เวียดนาม	1.23	2.79	-0.01	1.24	5.59	0.99	-82.29
สหภาพยุโรป	1,496.09	980.36	1,276.52	843.41	1,515.41	-1,117.02	-173.71
ตะวันออกกลาง	15.70	98.59	-1.06	29.84	22.60	24.87	10.04
อื่นๆ	6,788.56	2,646.63	11,250.29	648.22	12,106.38	16,499.90	36.29
รวม	8,561.56	6,411.46	14,746.67	2,473.69	12,899.04	15,935.96	23.54

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 11.9 พบว่า ในปี พ.ศ. 2551 นักลงทุนญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนในไทยในรูปแบบของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมากที่สุด มีมูลค่ากว่า 3,028 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ ประเทศในสหภาพยุโรป ด้วยมูลค่าการลงทุนโดยตรงกว่า 1,496 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสเปน มีสัดส่วนการลงทุนมากที่สุดในสหภาพยุโรป ตามด้วยกลุ่มอาเซียนที่มีมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 261 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2556 ญี่ปุ่นยังคงมีสัดส่วนของการลงทุนโดยตรงสูงที่สุดในไทย โดยมีมูลค่าการลงทุน 10,927 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 194.80 รองลงมาเป็นกลุ่มอาเซียน โดยมีมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 528 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีการลงทุนสูงที่สุดในไทย คือ มาเลเซีย นอกจากนี้ จีน และสหรัฐอเมริกายังคงเป็นประเทศที่มีการลงทุนโดยตรงในไทยสูง ทั้งนี้ สัดส่วนการลงทุนโดยตรงของจีนในไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างมากตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยเพิ่มขึ้นจาก 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2551 เป็น 939 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 43 เท่า

11.3 การค้าด้านบริการระหว่างตุรกีกับไทย รายสาขาบริการและศักยภาพการแข่งขัน

ในการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันด้านบริการของตุรกีกับไทย การศึกษาที่ใช้ดัชนี Revealed Comparative Advantage (RCA) และ Trade Specialization Index (TSI) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันรายสาขาบริการของตุรกีและไทย โดย RCA จะเปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกในแต่ละสาขาบริการของประเทศที่ศึกษาและของโลกโดยเฉลี่ย ทั้งนี้ ถ้าหาก RCA ด้านบริการของสาขาบริการกลุ่มใดมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าเป็นสาขาที่มีศักยภาพมากในเชิงเปรียบเทียบกับของโลกโดยเฉลี่ย นอกจากนี้ ถ้า RCA มีค่ามาก จะหมายความว่า สาขาบริการดังกล่าวมีศักยภาพมากตามไปด้วย ในขณะที่ดัชนี TSI จะสะท้อนให้เห็นดุลบริการของแต่ละสาขา เปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกจากสถานการณ์เป็นผู้ส่งออกสุทธิ (Net exporter) หรือการได้เปรียบดุลการค้า โดยดัชนี TSI สามารถมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ซึ่งถ้า TSI มีค่ามากกว่า 0 แสดงว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบดุลการค้าในสาขาบริการนั้น

ในด้านดุลบริการของตุรกี จากตารางที่ 11.10 ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า สาขาบริการที่เกินดุลบริการมากที่สุด คือ สาขาการเดินทาง/การท่องเที่ยว โดยมีมูลค่าเกินดุลถึง 23,190 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สาขาบริการขนส่ง และสาขาบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ โดยมีมูลค่าเกินดุล 3,309 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 814 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ทั้งนี้ ตุรกีเกินดุลบริการสาขาการเดินทาง/การท่องเที่ยว และสาขาบริการขนส่ง มาอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเกินดุลมากขึ้น ซึ่งสาขาบริการดังกล่าวถือเป็นจุดแข็งของตุรกี สำหรับสาขาบริการที่ไทยเกินดุลบริการมากที่สุดในปี พ.ศ. 2556 คือ สาขาการเดินทาง/การท่องเที่ยว เช่นเดียวกับตุรกี โดยไทยมีมูลค่าเกินดุล 35,305 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเกินดุลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา รองลงมาคือ สาขาบริการสุขภาพ และสาขาบริการการเงิน โดยมีมูลค่าเกินดุลเท่ากับ 368 และ 134 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ในขณะที่ไทยขาดดุลบริการสาขาบริการขนส่งมากที่สุด และพบว่าไทยขาดดุลบริการในสาขาดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2556 ไทยขาดดุลบริการในสาขาดังกล่าว 22,244 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 11.11

ตารางที่ 11.10: ดุลบริการของตุรกีจำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	ดุลบริการของตุรกี (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					
		2551	2552	2553	2554	2555	2556
1	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	19,541.00	18,405.00	17,436.52	20,234.56	21,308.59	23,189.55
2	การขนส่ง	246.00	1,838.00	1,345.66	2,411.27	3,710.95	3,309.32
3	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	1,045.00	571.00	657.26	979.33	888.56	813.85
4	การก่อสร้าง	974.00	1,090.00	859.97	840.71	1,033.81	675.94
5	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	462.00	406.00	236.72	186.40	137.97	70.37
6	การเงิน	-133.00	-355.00	-235.39	-691.33	-645.65	-555.71
7	การประกันภัยและบริการบำนาญบำนาญ	-703.00	-554.00	-543.34	-471.90	-429.85	-718.88
8	ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร	-729.00	-648.00	-818.67	-682.37	-743.66	-784.32
9	การบริการภาครัฐ	-778.00	-846.00	-872.53	-1,063.20	-970.23	-888.07
10	บริการธุรกิจอื่นๆ	-1,146.00	-1,369.00	-1,433.59	-1,533.98	-1,727.83	-2,157.76
11	การบริการสุขภาพ	222.00	299.00	133.00	200.00	247.00	N/A
	รวมทุกด้านบริการ	18,779.00	18,538.00	16,632.20	20,186.36	22,488.10	22,852.71

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

ตารางที่ 11.11: ดุลบริการของไทยจำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	ดุลบริการของไทย (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					
		2551	2552	2553	2554	2555	2556
1	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	13,160.76	11,624.71	14,493.35	21,469.63	27,613.15	35,304.93
2	การบริการสุขภาพ	N/A	224.28	221.07	279.83	379.19	367.65
3	การเงิน	-41.50	-14.32	69.05	109.74	-16.44	133.83
4	การก่อสร้าง	-171.88	-309.90	-241.38	134.43	215.64	106.91
5	การบริการภาครัฐ	97.39	49.16	-14.65	121.23	117.57	99.03
6	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	70.82	58.58	101.59	71.23	59.28	56.27
7	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	162.52	91.92	107.53	82.77	-40.15	-61.25
8	บริการธุรกิจอื่นๆ	-6,063.90	-2,880.40	-3,675.30	-6,125.02	-2,449.40	-2,533.20
9	การประกันภัยและบริการบำเหน็จบำนาญ	-1,959.34	-1,560.16	-2,096.78	-2,597.11	-2,681.95	-2,745.37
10	ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร	-2,457.91	-2,104.90	-2,931.14	-2,941.54	-3,368.79	-4,364.39
11	การขนส่ง	-15,690.38	-11,312.82	-16,515.35	-20,888.37	-22,792.29	-22,244.08
	รวมทุกด้านบริการ	-12,893.30	-6,358.10	-10,703.00	-10,563.10	-3,343.40	3,752.50

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

ในภาพรวมการส่งออกด้านบริการของตุรกี จากตารางที่ 11.12 พบว่า สาขาบริการที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ สาขาบริการการเดินทาง/การท่องเที่ยว สาขาบริการขนส่ง สาขาบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ สาขาบริการก่อสร้าง และสาขาบริการประกันภัยและบริการบำนาญ บำนาญ ตามลำดับ ทั้งนี้ สาขาบริการการเดินทาง/ท่องเที่ยวเป็นสาขาบริการที่ตุรกีส่งออกมากที่สุดติดต่อกันมานานกว่า 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2556 ในขณะเดียวกันสาขาบริการดังกล่าวเป็นสาขาบริการที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในปี พ.ศ. 2556 โดยมีมูลค่า 28,009 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.39 ส่งผลให้เป็นสาขาบริการที่มีค่า RCA เท่ากับ 2.43 รองลงมาคือ สาขาบริการขนส่ง มีมูลค่าการส่งออกด้านบริการ 13,182 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.95 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของตุรกี (RCA เท่ากับ 1.54) และการบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ มีมูลค่า 1,286 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.73 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของตุรกี (RCA เท่ากับ 3.30) นอกจากนี้ ยังมีสาขาบริการของตุรกีที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก (ค่า RCA มากกว่า 1) ได้แก่ การบริการสุขภาพ การก่อสร้าง และการบริการภาครัฐ โดยมีค่า RCA เท่ากับ 6.31 1.30 และ 1.10 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สาขาบริการของตุรกีมีความสามารถในการส่งออกด้านบริการได้ดี แต่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำ (ค่า RCA ต่ำกว่า 1) เช่น สาขาบริการประกันภัยและบริการบำนาญ บำนาญ สาขาบริการการเงิน และสาขาบริการสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

จากตารางที่ 11.13 ในปี พ.ศ. 2556 การส่งออกด้านบริการของไทย สาขาบริการที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลกนั้น ส่วนใหญ่มาจากสาขาบริการการเดินทาง/การท่องเที่ยว โดยมีมูลค่าการส่งออก 41,780 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 23.41 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.25 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของไทย ส่งผลให้มีค่าดัชนี RCA สูงถึง 2.91 ซึ่งมากกว่า 1 อันแสดงถึงศักยภาพการแข่งขันของสาขาบริการดังกล่าวของไทยในเชิงเปรียบเทียบกับของโลกโดยเฉลี่ย รองลงมาคือ สาขาบริการธุรกิจอื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 7,995 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 6.12 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.63 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของไทย และมีค่าดัชนี RCA เท่ากับ 0.68 อันดับที่ 3 ได้แก่ สาขาบริการการขนส่ง มีมูลค่าการส่งออก 6,146 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 3.75 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.48 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของไทย และมีค่าดัชนี RCA เท่ากับ 0.58 นอกจากนี้ สาขาบริการของไทยที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2556 คือ สาขาการก่อสร้าง ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 816 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเติบโตสูงถึงร้อยละ 85.42 จากปีก่อนหน้า เมื่อพิจารณาสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูงที่สุด ได้แก่ สาขาบริการสุขภาพ แม้จะมีมูลค่าการส่งออกด้านบริการคิดเป็นอันดับที่ 8 โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.66 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการรวมของไทย แต่จากผลการศึกษาพบว่า สาขาบริการสุขภาพ มีค่า RCA สูงถึง 4.23 อันแสดงถึงศักยภาพการแข่งขันของสาขาบริการดังกล่าวของไทยในเชิงเปรียบเทียบกับของโลกโดยเฉลี่ย

ตารางที่ 11.12: การส่งออกด้านบริการของตุรกี จำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	มูลค่าการส่งออกด้านบริการของตุรกี (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต	สัดส่วน	RCA	TSI
		2551	2552	2553	2554	2555	2556	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	2556	2556
2556								2556	2556		
1	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	23,365.00	22,980.00	22,646.43	25,131.88	25,412.92	28,008.69	10.21	59.39	2.43	0.71
2	การขนส่ง	8,347.00	8,331.00	9,446.22	11,067.72	12,674.30	13,182.49	4.01	27.95	1.54	0.14
3	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	1,224.00	774.00	913.40	1,273.80	1,219.78	1,285.97	5.43	2.73	3.30	0.46
4	การก่อสร้าง	1,146.00	1,279.00	1,122.90	1,250.52	1,376.17	1,199.20	-12.86	2.54	1.30	0.39
5	การประกันภัยและบริการบำนาญบำนาญ	752.00	676.00	722.46	835.01	864.75	1,000.20	15.66	2.12	0.83	-0.26
6	การบริการภาครัฐ	460.00	460.00	483.92	505.74	752.54	799.72	6.27	1.70	1.10	-0.36
7	การเงิน	845.00	471.00	491.04	534.54	533.34	779.19	46.10	1.65	0.20	-0.26
8	บริการธุรกิจอื่นๆ	232.00	199.00	244.02	199.60	261.91	397.29	51.69	0.84	0.04	-0.73
9	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	738.00	645.00	480.15	468.20	436.31	326.14	-25.25	0.69	0.09	0.12
10	การบริการสุขภาพ	416.00	327.00	399.00	449.00	456.00	N/A	N/A	N/A	6.31*	0.31*
	รวมการส่งออกด้านบริการของตุรกี	37,109.00	35,815.00	36,550.38	41,391.86	43,683.04	47,158.74	7.96	100	1.00	0.32

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: 1) N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

2) * หมายถึง คำนวณจากข้อมูลปี พ.ศ. 2555

ตารางที่ 11.13: การส่งออกด้านบริการของไทย จำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	มูลค่าการส่งออกด้านบริการของไทย (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต	สัดส่วน	RCA	TSI
		2551	2552	2553	2554	2555	2556	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	2556	2556
1	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	18,163.30	16,057.50	20,116.10	27,185.80	33,855.50	41,780.30	23.41	71.25	2.91	0.73
2	บริการธุรกิจอื่นๆ	5,827.40	6,858.47	6,582.30	6,567.28	7,534.01	7,995.40	6.12	13.63	0.68	-0.14
3	การขนส่ง	7,282.22	5,665.08	5,915.75	5,830.13	5,924.41	6,146.32	3.75	10.48	0.58	-0.64
4	การก่อสร้าง	614.08	472.31	471.65	442.12	440.07	815.98	85.42	1.39	0.71	0.07
5	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	436.67	437.75	470.97	561.07	474.11	538.59	13.60	0.92	0.12	-0.05
6	การเงิน	81.73	101.50	187.66	268.70	371.96	445.17	19.68	0.76	0.09	0.18
7	การบริการภาครัฐ	327.36	263.69	240.77	292.21	336.74	391.05	16.13	0.67	0.43	0.14
8	การบริการสุขภาพ	N/A	229.96	233.10	289.45	389.08	389.20	0.03	0.66	4.23	0.90
9	การประกันภัยและบริการบำเหน็จบำนาญ	152.98	76.34	66.85	155.96	382.85	230.57	-39.77	0.39	0.15	-0.86
10	ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร	100.76	145.16	153.13	177.33	240.83	222.09	-7.78	0.38	0.07	-0.91
11	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	121.89	78.89	121.20	92.05	82.51	76.90	-6.79	0.13	0.16	0.58
	รวมการส่งออกด้านบริการของไทย	33,108.40	30,156.70	34,326.40	41,572.60	49,643.00	58,642.30	18.13	100	1.00	0.03

ที่มา: มุลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

โดยภาพรวม ตุรกีมีแนวโน้มพึ่งพาการนำเข้าภาคบริการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (ตารางที่ 11.14) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาการขนส่ง การเดินทาง/ท่องเที่ยว และสาขาบริการธุรกิจอื่นๆ โดยมีมูลค่าการนำเข้าในปี พ.ศ. 2556 เท่ากับ 9,873 4,819 และ 2,555 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 10.15 17.42 และ 28.42 จากปีก่อนหน้า และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.62 19.83 และ 10.51 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการรวมของตุรกี ตามลำดับ สาขาบริการที่มีสัดส่วนของการขาดดุลบริการมาก โดยพิจารณาจากสัดส่วนต่อมูลค่าการค้าบริการรวมของตุรกี ได้แก่ สาขาบริการธุรกิจอื่นๆ สาขาบริการภาครัฐ และสาขาการเงิน โดยสะท้อนจากค่าดัชนี TSI เท่ากับ -0.73 -0.36 และ -0.26 ตามลำดับ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสาขาบริการดังกล่าวมีค่าดัชนี TSI ที่น้อยกว่า 0 อันแสดงถึงการเป็นผู้นำเข้าสุทธิของการค้าบริการสาขาดังกล่าว

สำหรับข้อมูลการนำเข้าด้านบริการของไทย จากตารางที่ 11.15 พบว่า ไทยมีมูลค่าการนำเข้าบริการสาขาการขนส่งมากที่สุดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2556 ไทยมีการนำเข้าบริการสาขาการขนส่งลดลงร้อยละ 1.14 จากปีก่อนหน้า แต่ยังมีมูลค่าการนำเข้าในสาขาบริการดังกล่าวสูงถึง 28,390 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.72 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการรวมของไทย รองลงมาได้แก่ สาขาบริการธุรกิจอื่นๆ และสาขาบริการการเดินทาง/ท่องเที่ยว โดยมีมูลค่าการนำเข้า 10,529 และ 6,475 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.18 และ 11.80 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการรวมของไทย ตามลำดับ สำหรับสาขาบริการของไทยที่มีสัดส่วนของการขาดดุลบริการมากเมื่อเทียบกับมูลค่าการค้าบริการรวมของไทย ได้แก่ ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร การประกันภัยและบริการบำเหน็จบำนาญ และการขนส่ง โดยสะท้อนจากค่าดัชนี TSI เท่ากับ -0.91 -0.86 และ -0.64 ตามลำดับ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสาขาบริการดังกล่าวมีค่าดัชนี TSI ที่น้อยกว่า 0 อันแสดงถึงการเป็นผู้นำเข้าสุทธิของการค้าบริการสาขาดังกล่าว

ตารางที่ 11.14: การนำเข้าด้านบริการของตุรกี จำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	มูลค่าการนำเข้าด้านบริการของตุรกี (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต	สัดส่วน	RCA	TSI
		2551	2552	2553	2554	2555	2556	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	2556	2556
2556								2556	2556		
1	การขนส่ง	8,101.00	6,493.00	8,100.56	8,656.45	8,963.35	9,873.17	10.15	40.62	1.54	0.14
2	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	3,824.00	4,575.00	5,209.91	4,897.32	4,104.33	4,819.14	17.42	19.83	2.43	0.71
3	บริการธุรกิจอื่นๆ	1,378.00	1,568.00	1,677.60	1,733.58	1,989.74	2,555.05	28.41	10.51	0.04	-0.73
4	การบริการภาครัฐ	1,238.00	1,306.00	1,356.44	1,568.94	1,722.77	1,687.79	-2.03	6.94	1.10	-0.36
5	การเงิน	978.00	826.00	726.43	1,225.87	1,178.99	1,334.90	13.22	5.49	0.20	-0.26
6	การประกันภัยและบริการบำเหน็จบำนาญ	1,455.00	1,230.00	1,265.80	1,306.92	1,294.60	1,719.08	32.79	7.07	0.83	-0.26
7	ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร	729.00	648.00	818.67	682.37	743.66	784.32	5.47	3.23	N/A	N/A
8	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	179.00	203.00	256.14	294.47	331.22	472.13	42.54	1.94	3.30	0.46
9	การก่อสร้าง	172.00	189.00	262.93	409.81	342.36	523.26	52.84	2.15	1.30	0.39
10	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	276.00	239.00	243.44	281.80	298.34	255.77	-14.27	1.05	0.09	0.12
11	การบริการสุขภาพ	194.00	28.00	266.00	249.00	209.00	N/A	N/A	N/A	6.31*	0.31*
	รวมการนำเข้าด้านบริการของตุรกี	18,330.00	17,277.00	19,918.19	21,205.50	21,194.93	24,306.03	14.68	100	1.00	0.32

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: 1) N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

2) * หมายถึง คำนวณจากข้อมูลปี พ.ศ. 2555

ตารางที่ 11.15: การนำเข้าด้านบริการของไทย จำแนกตามกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2551-2556

อันดับที่	สาขาบริการ	มูลค่าการนำเข้าด้านบริการของไทย (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						การเติบโต	สัดส่วน	RCA	TSI
		2551	2552	2553	2554	2555	2556	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	2556	2556
1	การขนส่ง	22,972.60	16,977.90	22,431.10	26,718.50	28,716.70	28,390.40	-1.14	51.72	0.58	-0.64
2	บริการธุรกิจอื่นๆ	11,891.30	9,738.87	10,257.60	12,692.30	9,983.41	10,528.60	5.46	19.18	0.68	-0.14
3	การเดินทาง/ท่องเที่ยว	5,002.54	4,432.79	5,622.75	5,716.17	6,242.35	6,475.37	3.73	11.80	2.91	0.73
4	ค่าลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร	2,558.67	2,250.06	3,084.27	3,118.87	3,609.62	4,586.48	27.06	8.36	0.07	-0.91
5	การประกันภัยและบริการบำเหน็จบำนาญ	2,112.32	1,636.50	2,163.63	2,753.07	3,064.80	2,975.94	-2.90	5.42	0.15	-0.86
6	การก่อสร้าง	785.96	782.21	713.02	307.69	224.42	709.07	215.95	1.29	0.71	0.07
7	การสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร	274.14	345.83	363.44	478.30	514.26	599.84	16.64	1.09	0.12	-0.05
8	การเงิน	123.23	115.82	118.61	158.96	388.40	311.34	-19.84	0.57	0.09	0.18
9	การบริการภาครัฐ	229.97	214.53	255.42	170.98	219.18	292.02	33.24	0.53	0.43	0.14
10	การบริการสุขภาพ	N/A	5.68	12.02	9.62	9.89	21.55	117.94	0.04	4.23	0.90
11	การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ	51.08	20.31	19.61	20.82	23.23	20.63	-11.18	0.04	0.16	0.58
	รวมการนำเข้าด้านบริการของไทย	46,001.70	36,514.80	45,029.40	52,135.70	52,986.40	54,889.80	3.59	100	1.00	0.03

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลจาก International Trade Centre (<http://www.trademap.org/>)

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถคำนวณได้

ในการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของสาขาบริการของไทยเปรียบเทียบกับสาขาบริการของตุรกี การศึกษานี้ กำหนดให้ RCAtH และ RCAtk แทนดัชนี Relative Comparative Advantage (RCA) ของไทย และตุรกี ตามลำดับ และ TSItH และ TSItk แทนดัชนี Trade Specification Index (TSI) ของไทยและตุรกี ตามลำดับ เมื่อนำดัชนี RCA และ TSI ของไทยและตุรกีมาเปรียบเทียบกัน จะสามารถจำแนกกลุ่มสินค้าได้เป็น 9 กลุ่มตามความสามารถในการแข่งขันได้ตามตารางที่ 11.16 ดังนี้

ตารางที่ 11.16: สรุปศักยภาพการแข่งขันรายกลุ่มสาขาบริการของไทยและตุรกี ปี พ.ศ. 2556

ด้านดุลการค้า	ด้านการส่งออก				
	กลุ่มบริการที่ไทย ขาดศักยภาพ แต่ ตุรกีมีศักยภาพ (RCAtH<1 และ RCAtk>1)	กลุ่มบริการที่ไทย ขาดศักยภาพ เช่นเดียวกับตุรกี (RCAtH<1 และ RCAtk<1)	กลุ่มบริการที่ไทยมี ศักยภาพ แต่แข่งขัน ได้ด้อยกว่าตุรกี (RCAtH>1 แต่ RCAtH<RCAtk)	กลุ่มบริการที่ไทยมี ศักยภาพและแข่งขัน ได้ดีกว่าตุรกี (RCAtH>1 และ RCAtH>RCAtk)	กลุ่มบริการที่ไทยมี ศักยภาพ แต่ ตุรกีขาดศักยภาพ (RCAtH>1 และ RCAtk<1)
กลุ่มบริการที่ ตุรกีนำเข้า มากกว่าส่งออก (TSItk<0)	(8) - การบริการภาครัฐ	(6) - การประกันภัยและ บริการบำเหน็จ บำนาญ - การเงิน - บริการธุรกิจอื่นๆ	(4) - ไม่มี	(2) บริการที่ไทยมี ศักยภาพในตลาด ตุรกี - ไม่มี	(1) บริการที่ไทยมี ศักยภาพในตลาด ตุรกีมากที่สุด - ไม่มี
กลุ่มบริการที่ ตุรกีส่งออก มากกว่านำเข้า (TSItk>0)	(9) บริการอ่อนไหว - การขนส่ง - การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และ สันตินาการ - การก่อสร้าง	(7) - การสื่อสาร โทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และ ข้อมูลข่าวสาร	(5) - การบริการสุขภาพ	(3) - การเดินทาง/ท่องเที่ยว	

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หมายเหตุ: ไม่มี หมายถึง ไม่มีกลุ่มบริการที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มนั้น

(1) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพการแข่งขันและตุรกีขาดศักยภาพ (RCAtH>1 และ RCAtk<1) รวมทั้งเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีนำเข้าสุทธิ (TSItk<0) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ มีแนวโน้มว่าจะได้ผลประโยชน์เชิงบวกจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกีมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิเคราะห์ไม่พบสาขาบริการซึ่งตกอยู่ในกลุ่มนี้

(2) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพและแข่งขันได้ดีกว่าตุรกี (RCAtH>1 และ RCAtH>RCAtk) รวมทั้งเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีนำเข้าสุทธิ (TSItk<0) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มที่ (2) นี้ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดตุรกี เนื่องจากไทยมีความสามารถในการแข่งขันในสาขาบริการดังกล่าวสูงกว่าตุรกี ดังนั้น สาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ มีแนวโน้มว่าจะได้ผลประโยชน์เชิงบวกจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกี แต่น้อยกว่ากลุ่มที่ (1) อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิเคราะห์ไม่พบสาขาบริการซึ่งตกอยู่ในกลุ่มนี้

(3) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพและแข่งขันได้ดีกว่าตุรกี ($RC_{Ath} > 1$ และ $RC_{Ath} > RC_{Atk}$) แต่เป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีส่งออกสุทธิ ($TS_{Itk} > 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ ยังคงมีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดตุรกี โดยมีแนวโน้มว่าจะได้ผลประโยชน์เชิงบวกจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกี แต่ไม่มากเท่ากับกลุ่มที่ (2) ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การเดินทาง/ท่องเที่ยว*

(4) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพแต่แข่งขันได้ด้อยกว่าตุรกี ($RC_{Ath} > 1$ และ $RC_{Ath} < RC_{Atk}$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีนำเข้าสุทธิ ($TS_{Itk} < 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ ถึงแม้ว่าจะมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก แต่มีความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าตุรกี อย่างไรก็ตาม ตุรกียังคงมีความต้องการนำเข้าสาขาบริการในกลุ่มนี้มากกว่าส่งออก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของไทยในการส่งออกสาขาบริการในกลุ่มนี้ไปยังตุรกีเพิ่มขึ้น เนื่องจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกี อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิเคราะห์ *ไม่พบสาขาบริการซึ่งตกอยู่ในกลุ่มนี้*

(5) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพแต่แข่งขันได้ด้อยกว่าตุรกี ($RC_{Ath} > 1$ และ $RC_{Ath} < RC_{Atk}$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีส่งออกสุทธิ ($TS_{Itk} > 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ ถึงแม้ว่าจะมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก แต่มีความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าตุรกี และตุรกีส่งออกมากกว่านำเข้า ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การบริการสุขภาพ*

(6) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยขาดศักยภาพเช่นเดียวกับตุรกี ($RC_{Ath} < 1$ และ $RC_{Atk} < 1$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีนำเข้าสุทธิ ($TS_{Itk} < 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ ไม่น่าจะได้รับผลกระทบจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกีมากนัก เนื่องจากทั้งไทยและตุรกีต่างก็ไม่มีศักยภาพในสาขาบริการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ตุรกียังคงมีความต้องการนำเข้าสาขาบริการในกลุ่มนี้มากกว่าส่งออก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของไทยในการพัฒนาศักยภาพและส่งออกสาขาบริการในกลุ่มนี้ไปยังตุรกีเพิ่มขึ้น ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การประกันภัยและบริการบำนาญ การเงิน และบริการธุรกิจอื่นๆ*

(7) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยขาดศักยภาพเช่นเดียวกับตุรกี ($RC_{Ath} < 1$ และ $RC_{Atk} < 1$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีส่งออกสุทธิ ($TS_{Itk} > 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ ไม่น่าจะได้รับผลกระทบจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกีมากนัก เนื่องจากทั้งไทยและตุรกีต่างก็ไม่มีศักยภาพในสาขาบริการดังกล่าว และตุรกีส่งออกมากกว่านำเข้า ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การสื่อสาร โทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และข้อมูลข่าวสาร*

(8) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยขาดศักยภาพแต่ตุรกีมีศักยภาพ ($RC_{Ath} < 1$ และ $RC_{Atk} > 1$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีนำเข้าสุทธิ ($TS_{Itk} < 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ เป็นสาขาบริการที่มีแนวโน้มเสียเปรียบและมีโอกาสได้รับผลกระทบเชิงลบจากการเจรจาความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับตุรกี ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การบริการภาครัฐ*

(9) กลุ่มสาขาบริการที่ไทยขาดศักยภาพแต่ตุรกีมีศักยภาพ ($RC_{Ath} < 1$ และ $RC_{Atk} > 1$) และเป็นกลุ่มสินค้าที่ตุรกีส่งออกสุทธิ ($TS_{Itk} > 0$) ซึ่งสาขาบริการของไทยในกลุ่มนี้ เป็นสาขาบริการที่มีแนวโน้มมีความอ่อนไหวมากที่สุด และมีโอกาสได้รับผลกระทบเชิงลบมากที่สุด ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า สาขาบริการในกลุ่มนี้ ได้แก่ *การขนส่ง การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ และบริการการก่อสร้าง*

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันด้านการค้าบริการ มูลนิธิ สวค. ได้กำหนดให้พิกัดที่อยู่ในกลุ่มที่ (1) และ (2) เป็นกลุ่มสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพในตลาดตุรกีกล่าวคือ เป็นกลุ่มบริการที่ไทยแข่งขันได้ดีในตลาดโลกและมีขีดความสามารถเหนือกว่าตุรกีซึ่งเป็นประเทศที่ขาดดุลบริการในรายการดังกล่าว แต่จากผลการศึกษาพบว่า ไม่ปรากฏพิกัดบริการใดอยู่ในกลุ่มที่ (1) และ (2) จึงต้องวิเคราะห์เจาะลึกลงไปรายการพิกัดย่อย เพื่อศึกษาศักยภาพในการค้าบริการของทั้งสองประเทศต่อไป

ส่วนสาขาบริการในกลุ่มที่ (3) และ (4) เป็นสาขาบริการที่ไทยอาจจะมีศักยภาพในตลาดตุรกีเนื่องจากเป็นรายการที่ไทยแข่งขันได้ดีในตลาดโลก ในขณะที่ตุรกีก็แข่งขันได้ดีเช่นกันและ/หรือเป็นผู้ส่งออกสุทธิ ผลการศึกษาพบว่า สาขาบริการในกลุ่มที่ (3) ในตารางที่ 11.16 ได้แก่ การเดินทาง/ท่องเที่ยว และจากข้อมูลในตารางที่ 11.13 พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2556 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสาขาการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงที่สุดมาโดยตลอด ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2556 ไทยมีมูลค่าการส่งออกด้านการเดินทาง/ท่องเที่ยวสูงถึง 41,780 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตคิดเป็นร้อยละ 23.41 จากปีก่อนหน้า และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.25 ของการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของไทย โดยมีค่าดัชนี RCAtH เท่ากับ 2.91 ซึ่งมากกว่า 1 เป็นเครื่องชี้วัดได้ว่า ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในด้านบริการสาขานี้ในตลาดโลก แต่อย่างไรก็ตาม จากตารางที่ 11.12 จะเห็นได้ว่า ตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา ตุรกีส่งออกด้านบริการสาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยว มีมูลค่ามากที่สุดเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกับไทย โดยในปี พ.ศ. 2556 ตุรกีมีมูลค่าการส่งออกด้านการท่องเที่ยวเท่ากับ 28,009 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตคิดเป็นร้อยละ 10.21 จากปีก่อนหน้า และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.39 ของมูลค่าการส่งออกบริการรวมทั้งหมดของตุรกี โดยมีค่าดัชนี RCAtk เท่ากับ 2.43 ซึ่งมากกว่า 1 เช่นกัน แต่น้อยกว่าค่าดัชนี RCAtH ของไทย ซึ่งเท่ากับ 2.91 อันเป็นเครื่องชี้วัดได้ว่า ไทยมีแนวโน้มที่จะมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดตุรกีสำหรับด้านบริการสาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยวดังกล่าว นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาดุลบริการสาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ จากข้อมูลในตารางที่ 11.10 และ 11.11 จะเห็นได้ว่า ทั้งตุรกีและไทยมีการเกินดุลบริการด้านการเดินทาง/ท่องเที่ยว ในสัดส่วนที่มากที่สุดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2556 โดยในปี พ.ศ. 2556 ตุรกีและไทยมีมูลค่าการเกินดุลบริการด้านการเดินทาง/ท่องเที่ยวจำนวน 23,190 และ 35,305 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ทั้งนี้ จากตารางที่ 11.14 และ 11.15 ตุรกีและไทยมีค่าดัชนี TSitk และ TSitH ในสาขาบริการดังกล่าว เท่ากับ 0.71 และ 0.73 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวกค่อนข้างสูงอันแสดงถึงศักยภาพการค้าบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดแข็งของทั้งสองประเทศ

นอกจากนี้ สาขาบริการในกลุ่มที่ (9) ในตารางที่ 11.16 จัดว่าเป็นพิกัดที่อยู่ในกลุ่มสาขาบริการที่อ่อนไหวของไทย เพราะไทยอยู่ในสถานะตั้งรับอย่างเดียว กล่าวคือ ไทยไม่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งตรงข้ามกับตุรกีที่แข่งขันได้ดีและเป็นผู้ส่งออกสุทธิ ดังนั้น เมื่อจัดทำ FTA ทวิภาคีระหว่างไทยกับตุรกีแล้ว จึงมีโอกาสสูงที่การบริการในกลุ่มดังกล่าวจะนำเข้าจากตุรกีและเข้ามาแข่งขันในตลาดไทย กลุ่มบริการในกลุ่มที่ (9) ที่มีมูลค่าการค้าบริการที่มีนัยสำคัญ ได้แก่ สาขาการขนส่ง สาขาการบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ และสาขาการก่อสร้าง และจากข้อมูลในตารางที่ 11.12 จะเห็นได้ว่า นอกจากการบริการสาขาการท่องเที่ยวซึ่งทั้งไทยและตุรกีมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับแรกแล้ว ตุรกียังมีจุดแข็งในสาขาบริการกลุ่มการขนส่ง โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2556 มากถึง 13,182 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 27.95 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของตุรกี โดยมีค่าดัชนี RCAtk และ TSitk สำหรับกลุ่มนี้เท่ากับ 1.54 และ 0.14 ตามลำดับ และจากข้อมูลในตารางที่ 11.10 พบว่า ตุรกีเกินดุลบริการ

ในกลุ่มนี้คิดเป็นมูลค่า 3,309 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีเดียวกัน ในขณะที่ไทยมี RCAtH ในกลุ่มดังกล่าวเท่ากับ 0.58 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 และ TSItH เท่ากับ -0.64 ซึ่งแสดงถึงการนำเข้าสุทธิในกลุ่มบริการดังกล่าว ข้อมูลรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 11.13

ส่วนในกลุ่มสาขาการบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ จากตารางที่ 11.10 และ 11.12 ตุรกีมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2556 เท่ากับ 1,286 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.73 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของตุรกี และเกินดุลในสาขาบริการดังกล่าว 814 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมี RCAtk และ TSItk ในสาขาบริการนี้อยู่ในระดับสูงถึง 3.30 และ 0.46 ตามลำดับ ในขณะที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกในสาขาบริการกลุ่มนี้เพียง 76.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีเดียวกัน คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.13 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของไทย ทั้งนี้ ไทยมี RCAtH และ TSItH ในสาขาบริการดังกล่าวเท่ากับ 0.16 และ 0.58 ตามลำดับ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 11.13

ส่วนในกลุ่มสาขาการก่อสร้าง จากตารางที่ 11.10 และ 11.12 ตุรกีมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2556 เท่ากับ 1,199 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.54 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของตุรกี เกินดุลเท่ากับ 676 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมี RCAtk และ TSItk ในสาขาบริการดังกล่าวเท่ากับ 1.30 และ 0.39 ตามลำดับ ในขณะที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกในสาขาบริการกลุ่มนี้เพียง 816 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีเดียวกัน คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.39 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของไทย ทั้งนี้ ไทยมี RCAtH และ TSItH ในสาขาบริการนี้เท่ากับ 0.71 และ 0.07 ตามลำดับ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 11.13

11.4 สรุป

การค้าด้านบริการระหว่างประเทศมีบทบาทความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยไม่น้อยไปกว่าการค้าสินค้าระหว่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2556 ไทยมีมูลค่าการค้ารวมด้านบริการคิดเป็นร้อยละ 29.32 ต่อ GDP นอกจากนี้ ในปัจจุบันรัฐบาลมีความพยายามสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านบริการของไทยผ่านทางนโยบายต่างๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมให้ไปสู่เป้าหมายในเรื่องของการผลักดันประเทศให้หลุดพ้นจากสภาวะกับดักรายได้ปานกลาง (Middle-income trap) ซึ่งภาคบริการของไทยมีศักยภาพในการช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของประเทศบรรลุเป้าหมายดังกล่าว เมื่อพิจารณาตัวเลขการค้าบริการในภาพรวมของไทย ถึงแม้ว่าในระยะเวลา พ.ศ. 2551-2555 ที่ผ่านมา ไทยจะขาดดุลด้านบริการมาอย่างต่อเนื่องทุกปี แต่เมื่อพิจารณาศักยภาพด้านบริการของไทยในรายกลุ่มบริการ พบว่า มีบางสาขาบริการของไทยที่มีความโดดเด่นและเป็นจุดแข็งของไทย ซึ่งมีมูลค่าการทำรายได้เข้าประเทศในระดับสูง เช่น สาขาท่องเที่ยวของไทย โดยไทยมีมูลค่าเกินดุลภาคการท่องเที่ยวสูงถึง 27,608 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 คิดเป็นร้อยละ 7.13 ต่อ GDP ของไทย ดังนั้น การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันเป็นรายกลุ่มสาขาบริการในเชิงเปรียบเทียบระหว่างไทยกับตุรกีจึงเป็นปัจจัยแวดล้อมที่จำเป็น (Necessary condition) ในการวางกรอบแนวทาง กลยุทธ์ ของการทำความตกลงการค้าเสรีทางการค้าสินค้าและบริการ (FTA) ในระดับทวิภาคีระหว่างสองประเทศดังกล่าว

โดยภาพรวมไทยมีมูลค่าทางการค้าด้านบริการระหว่างประเทศสูงกว่าและมีการพึ่งพาการค้าด้านบริการระหว่างประเทศมากกว่าตุรกี โดยในปี พ.ศ. 2556 ไทยส่งออกด้านบริการเป็นอันดับที่ 23 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 1.23 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของโลก โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.14 ต่อ GDP ของไทย และนำเข้าด้านบริการเป็นอันดับที่ 27 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 1.18 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการทั้งหมดของโลก โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.17 ต่อ GDP ของไทย ในขณะที่ตุรกีส่งออกด้านบริการเป็นอันดับที่ 28 ของโลกในปีเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 0.99 ของมูลค่าการส่งออกด้านบริการทั้งหมดของโลก และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.73 ต่อ GDP ของตุรกี และนำเข้าด้านบริการเป็นอันดับที่ 36 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 0.52 ของมูลค่าการนำเข้าด้านบริการทั้งหมดของโลก และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.95 ต่อ GDP ของตุรกี

สำหรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) พบว่า การลงทุนโดยตรงมีขนาดใกล้เคียงกัน ประมาณ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม นักลงทุนไทยมีการออกไปลงทุนในต่างประเทศมากกว่า ตุรกีกว่า 10 เท่า ซึ่งอาจเป็นผลของนโยบายการส่งเสริมการค้าและการลงทุนของไทย ในปี พ.ศ. 2556 สาขาที่มีการลงทุนจากต่างประเทศสูงสุดของตุรกี คือ กิจการการเงินและการประกันภัย การผลิตก๊าซ เครื่องจักร และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องดื่มและยาสูบ และการค้าปลีกค้าส่ง ขณะที่การเข้ามาลงทุนของชาวต่างชาติ ในไทย สาขาที่มีปริมาณการลงทุนสูงสุด คือ สาขาการผลิตภาคอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น ยานยนต์ คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์ เป็นต้น นอกเหนือจากการลงทุนในการผลิตสินค้าแล้ว การเงิน การประกันภัย รวมถึงอสังหาริมทรัพย์ยังมีการลงทุนในจำนวนมากเช่นกัน สำหรับทวีปที่เข้ามาลงทุนในตุรกีมากที่สุด คือ นักลงทุนจากสหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และรัสเซีย เป็นต้น รองลงมาเป็น เอเชีย และอเมริกา ตามลำดับ ส่วนนักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในไทยมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น จีน และ สหรัฐอเมริกา ตามลำดับ การลงทุนในประเทศช่วยส่งเสริมการจ้างงาน และนำไปสู่การมีรายได้ที่สูงขึ้นของประชากร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ไทยและตุรกีจะเร่งผลักดันนโยบายด้านการลงทุนเพื่อสนับสนุนให้มีการลงทุนจากต่างชาติ หรือระหว่างกันให้เพิ่มสูงขึ้น

เมื่อพิจารณารายกลุ่มด้านบริการ พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 ไทยส่งออกด้านบริการสาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สาขาบริการธุรกิจอื่นๆ และสาขาการขนส่ง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.25 13.63 และ 10.48 ของมูลค่าการส่งออกภาคบริการของไทยทั้งหมด ตามลำดับ ในขณะที่ตุรกีส่งออภาคบริการสาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกัน รองลงมาคือ การขนส่ง และการบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.39 27.95 และ 2.73 ของมูลค่าการส่งออภาคบริการของตุรกีทั้งหมด ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าโดยใช้ RCA และ TSI พบว่า กลุ่มสาขาบริการของไทยที่อาจจะมีศักยภาพอย่างมีนัยสำคัญในตลาดตุรกีคือ สาขาการเดินทาง/ท่องเที่ยว ในขณะที่สาขาบริการที่อ่อนไหวของไทยในตลาดตุรกีกล่าวคือ ตุรกีมีศักยภาพการแข่งขันมากกว่าไทยอย่างมีนัยสำคัญมี 3 กลุ่ม ได้แก่ การขนส่ง การบริการส่วนบุคคล วัฒนธรรม และสันทนาการ และกลุ่มการก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีด้านบริการเพิ่มเติมโดยใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น การศึกษาด้วยห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) ประกอบการพิจารณากำหนดท่าทีการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับตุรกีต่อไป