

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง.....	XI
สารบัญรูป.....	XV
บทคัดย่อ.....	XIX
Abstract.....	XXI
บทสรุปผู้บริหาร.....	XXIII
Executive Summary.....	XXXIX
บทที่ 1 บทนำ.....	55
1.1 หลักการและเหตุผล.....	57
1.2 วัตถุประสงค์.....	58
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	59
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	59
1.5 วิธีการศึกษาและการรวบรวมข้อมูล.....	60
1.6 กรอบการศึกษา.....	67
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และทบทวนวรรณกรรม.....	71
2.1 คำจำกัดความของภาคบริการและสาขาบริการ.....	73
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	78
2.3 ทบทวนวรรณกรรม.....	92
บทที่ 3 สถานการณ์ทั่วไปของภาคบริการ.....	103
3.1 สถานการณ์ทั่วไปของภาคบริการในอาเซียน.....	115
3.2 สาขาบริการที่น่าสนใจในแต่ละประเทศอาเซียน.....	122
3.3 ธุรกิจการบริการระหว่างประเทศ.....	123
3.4 สถานการณ์ทั่วไปของภาคบริการในประเทศไทย.....	123



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.5	สถานการณ์ส่วนแบ่งตลาดและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏ (RCA) บริการในแต่ละด้านของประเทศอาเซียน	127
3.6	สรุปการส่งออกและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบภาคบริการ ไทยเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน	144
3.7	สรุปสถานการณ์ทั่วไปของภาคบริการของอาเซียน	148
บทที่ 4	การวิเคราะห์สาขาบริการไทยและประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพ	149
4.1	โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสาขาบริการในประเทศไทย	151
4.2	การวิเคราะห์การดึงดูดเงินทุนทางตรงจากต่างประเทศ	169
4.3	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่ง (Shift Share) ของ สาขาบริการด้านการก่อสร้างและความงาม	177
4.4	ผลการวิเคราะห์และคัดเลือกสาขาบริการไทยที่มีศักยภาพ	181
4.5	การวิเคราะห์ 5M ของสาขาบริการด้านการก่อสร้างและความงาม	183
4.6	สถานการณ์ของสาขาบริการเป้าหมาย	188
4.7	โอกาสธุรกิจศักยภาพในประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม (CLMV) สำหรับผู้ประกอบการไทย	192
4.8	สรุปผลการวิเคราะห์สาขาบริการไทยและประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพ	194
บทที่ 5	ระดมทุน กฎหมาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องภาคบริการเป้าหมายในประเทศกัมพูชา	197
5.1	สภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการลงทุนในประเทศกัมพูชา	200
5.2	ประเทศกัมพูชาเปิดเสรีการค้าบริการภายใต้ความตกลงว่าด้วย การค้าบริการของอาเซียน	213
5.3	ภาคบริการก่อสร้างในประเทศกัมพูชา	219
5.4	ภาคบริการด้านความงามในประเทศกัมพูชา	236
5.5	สรุปเปรียบเทียบ กฎหมาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องภาคบริการเป้าหมายใน ประเทศกัมพูชา	264



สำหรับใช้ภายในเท่านั้น
For educational use and reference only

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 6 แนวทางและมาตรการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดกัมพูชา ของสาขาบริการไทยที่มีศักยภาพ	267
6.1 กลยุทธ์สาขาบริการด้านการก่อสร้าง	269
6.2 กลยุทธ์สาขาบริการด้านความงาม	288
6.3 สรุปแนวทางและมาตรการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน บริการด้านการก่อสร้างและบริการด้านความงามไทยในประเทศกัมพูชา	306
บทที่ 7 ต้นแบบธุรกิจ (Business Model) บริการก่อสร้างและความงามไทย ในประเทศไทย 3	320
7.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างต้นแบบธุรกิจ	311
7.2 แนวทางการสร้างต้นแบบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมโดยทั่วไป	318
7.3 ผลการวิเคราะห์การสร้างต้นแบบธุรกิจบริการด้านความงามไทยใน ประเทศไทย	320
7.4 ผลการวิเคราะห์การสร้างต้นแบบธุรกิจบริการก่อสร้างไทยในประเทศไทย	324
7.5 สรุปต้นแบบธุรกิจบริการด้านความงามและบริการก่อสร้างไทยในประเทศ กัมพูชา	329
บทที่ 8 สรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	331
8.1 สถานการณ์ทั่วไป	333
8.2 แนวโน้มการศึกษา	334
8.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ	338
8.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	340
บรรณานุกรม	349
ภาคผนวก ก สรุปผลการสัมภาษณ์และรายงาน การประชุมระดมความคิดเห็น	355



IX