

แผนพัฒนาด้านการค้าบริการในช่วงแผนพัฒนาประเทศ 5 ปี ฉบับที่ 14 ของจีน

กระทรวงพาณิชย์จีนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวม 24 หน่วยงาน ได้ออกประกาศ “แผนพัฒนาด้านการค้าบริการในช่วงแผนพัฒนาประเทศ 5 ปี ฉบับที่ 14 ของจีน” เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2564 เนื่องจากภาคการค้าบริการเป็นส่วนสำคัญของการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ มีบทบาทสำคัญในการสร้างรูปแบบของการพัฒนาใหม่ของจีน ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2564-2568) และเป้าหมายระยะยาวปี พ.ศ. 2578 และแผนพัฒนาด้านการพาณิชย์ในช่วงแผนพัฒนาประเทศ 5 ปี ฉบับที่ 14 แผนพัฒนาด้านการค้าบริการฯ สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. ความเป็นมาของการพัฒนาภาคบริการของจีน

ในช่วงแผนพัฒนาฯ 5 ปี ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2559-2563) จีนได้เร่งสร้างระบบเศรษฐกิจแบบเปิดกว้าง และส่งเสริมด้านการค้าบริการอย่างลึกซึ้ง การพัฒนานวัตกรรมด้านการค้าบริการกลายเป็นเครื่องมือใหม่สำหรับการพัฒนาการค้าต่างประเทศและเป็นแรงผลักดันใหม่สำหรับการเปิดกว้าง รวมทั้งส่งเสริมการยกระดับเศรษฐกิจและเป็นฐานในการพัฒนาด้านการค้าบริการที่มีคุณภาพสูงในช่วงแผนฯ 14 ของจีน

การเติบโตด้านการค้าบริการของจีนในช่วงของแผนฯ 13 การนำเข้าและส่งออกภาคบริการของจีนมีมูลค่า 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.7 จากแผนฯ 12 และในปี 2563 การนำเข้าและส่งออกภาคบริการของจีนมีมูลค่า 661.72 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นอันดับ 2 ของโลก หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.9 ของโลก การส่งออกภาคบริการมีมูลค่า 280.63 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.4 จากปี 2558 การนำเข้าภาคบริการมีมูลค่า 381.09 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 12.5 โดยที่ผ่านมาจีนได้ปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม โดยการค้าบริการแบบดั้งเดิม เช่น การขนส่งและการก่อสร้างยังคงเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ ขณะที่บริการทางธุรกิจที่เน้นความรู้ (Knowledge-intensive Business Service: KIBS) เช่น การเงิน วัฒนธรรมและความบันเทิง คอมพิวเตอร์/โทรคมนาคมและสารสนเทศ ค่าใช้จ่ายด้านทรัพย์สินทางปัญญา และบริการทางธุรกิจอื่นๆ เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของด้านการค้าบริการ

ปัจจุบันโลกอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ การปฏิวัติทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมทั้งการปรับสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอย่างลึกซึ้งและการเข้าสู่ขั้นตอนของการพัฒนาคุณภาพสูงของจีน การค้าบริการกลายเป็นกำลังสำคัญในการสร้างรูปแบบการพัฒนาใหม่และส่งเสริมความได้เปรียบในความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ

โอกาสของการพัฒนาด้านการค้าบริการ **มุมมองด้านต่างประเทศ** การพัฒนาด้านการบริการทั่วโลก ช่วยส่งเสริมการเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าบริการ การแปลงธุรกิจบริการสู่ความเป็นระบบดิจิทัลช่วยกระตุ้นศักยภาพการพัฒนาของการค้าบริการ การเปิดเสรีและการอำนวยความสะดวกทางการค้าบริการช่วยขยายขอบเขตความร่วมมือระหว่างประเทศ **มุมมองภายในประเทศจีน** การเข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของการพัฒนาและรากฐานการพัฒนามีความเข้มแข็งมากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีความท้าทายใหม่ที่ซับซ้อนและตึงเครียด

2. เป้าหมายหลักของการพัฒนาด้านการค้าบริการ

2.1 การค้าบริการขยายตัวเพิ่มขึ้น การค้าบริการและส่วนแบ่งการค้าบริการของจีนในตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้น อัตราการเติบโตของการส่งออกบริการสูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก

2.2 โครงสร้างการค้าได้รับการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น การนำเข้าและส่งออกบริการมีความสมดุลมากขึ้น รูปแบบการค้าบริการในจีนได้รับการปรับให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และขยายตลาดต่างประเทศมากขึ้น

2.3 ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น มีการปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกบริการ ทรัพย์สินทางปัญญาและแบรนด์ท้องถิ่นให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมกำหนดกฎเกณฑ์ระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

2.4 สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องด้านการค้าบริการได้รับการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ปรับปรุงกฎหมายระบบนโยบาย กลไกการส่งเสริม และการกำกับดูแลด้านการค้าบริการ หลักนิติธรรม สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ ระดับการเปิดเสรีและการอำนวยความสะดวกให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.5 ภายในปี 2578 จีนมีการพัฒนาการค้าบริการคุณภาพสูงอย่างครอบคลุม การพัฒนาการค้าบริการในจีนจะแข็งแกร่งขึ้น มีความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อมและมีระบบการจัดการที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น บทบาทการมีส่วนร่วมด้านการค้าบริการในการสร้างรูปแบบการพัฒนาใหม่และการสร้างประเทศสังคมนิยมที่ทันสมัยจะเด่นชัดยิ่งขึ้น ความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศด้านการค้าบริการของจีนจะอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก การเข้าร่วมในความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศและความได้เปรียบทางการแข่งขันของจีนจะเด่นชัดยิ่งขึ้น และสามารถยกระดับสถานะของ "บริการของจีน" ในห่วงโซ่มูลค่าของทั่วโลก

3. แผนการดำเนินงาน

3.1 ปฏิรูปและเปิดกว้างด้านการค้าบริการอย่างลึกซึ้ง โดย (1) *ผ่อนคลายการเข้าถึงตลาดภาคบริการ* ขยายขอบเขตการเข้าถึงของการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการปฏิรูปภาคบริการ (2) *ปรับปรุงการเปิดกว้างการค้าบริการข้ามพรมแดน* สร้างและปรับปรุงระบบการจัดการ Negative List สำหรับการค้าบริการข้ามพรมแดน และอำนวยความสะดวกด้านที่เกี่ยวข้องกับบริการข้ามพรมแดน (เช่น เสริมสร้างการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การจัดการนำเข้าและส่งออก การไหลของข้อมูลและความปลอดภัยของการส่งข้อมูลข้ามพรมแดน) และ (3) *ปฏิรูปและเปิดกว้างภาคบริการ* มีพื้นที่สาธิตการพัฒนานวัตกรรมด้านการค้าบริการแห่งชาติ และจัดนิทรรศการด้านการค้าบริการที่มีอิทธิพลระดับโลก เป็นต้น

3.2 เร่งกระบวนการเปลี่ยนสู่ดิจิทัลของการค้าบริการ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสใหม่ของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดย (1) *พัฒนาการค้าดิจิทัลอย่างจริงจัง* (2) *ส่งเสริมการให้บริการเอาท์ซอร์สสู่ระบบดิจิทัลระดับ high-end* (3) *ส่งเสริมการเปลี่ยนสู่ดิจิทัลของการค้าบริการแบบดั้งเดิม* และ (4) *ปรับปรุงระบบการกำกับดูแลการค้าดิจิทัล*

3.3 เพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างการค้าบริการ โดย (1) *ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและยกระดับการค้าบริการแบบดั้งเดิม* ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติด้านการท่องเที่ยว เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพบริการก่อสร้าง (2) *เร่งพัฒนาการค้าบริการเกิดใหม่* ปรับปรุงระบบการค้าบริการด้านเทคโนโลยี (เช่น จัดทำแคตตาล็อกของเทคโนโลยีที่ห้ามนำเข้า-ส่งออก) พัฒนาการค้าบริการด้านการเงินอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนการพัฒนาการค้าบริการอย่างมืออาชีพ (3) *ปลูกฝังความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการค้าบริการที่มีคุณสมบัติโดดเด่น* ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการค้าบริการด้านวัฒนธรรม (สร้างสรรค์วิธีเผยแพร่วัฒนธรรมจีนสู่โลกภายนอก) เร่งพัฒนาการค้าบริการด้านการศึกษา ส่งเสริมการพัฒนาการค้าบริการด้านการแพทย์แผนจีนและยาจีน และขยายการส่งออกการค้าบริการที่โดดเด่น (4) *ขยายการนำเข้าการค้าบริการคุณภาพสูง* และ (5) *ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงสีเขียว*

3.4 ปรับปรุงรูปแบบการค่าบริการในภูมิภาคต่างๆ ของจีน โดย

(1) ขยายและส่งเสริมการค่าบริการในภาคตะวันออก ให้เป็นผู้นำการค่าบริการคุณภาพสูง ได้แก่ สร้างคลัสเตอร์การค่าบริการปักกิ่ง-เทียนจิน-เหอเป่ย์ (ส่งเสริมการปฏิรูปและการเปิดกว้างในด้านต่างๆ เช่น การค้าดิจิทัล บริการทางการเงิน บริการการศึกษา และบริการวิชาชีพ) สร้างคลัสเตอร์การค่าบริการในพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี (เช่น การค้าดิจิทัล การค้าเทคโนโลยี การค้าวัฒนธรรม บริการทางการเงิน บริการวิชาชีพ บริการการศึกษา และบริการแพทย์แผนจีน) และสร้างคลัสเตอร์การค่าบริการในเขตอ่าววงต้ง-ฮองกง-มาเก๊า

(2) ปลุกฝังด้านการค่าบริการในภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่

(2.1) พัฒนาการค่าบริการในภาคกลาง ให้เป็นผู้นำการพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และปลุกฝังความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านบริการ เช่น การค้าดิจิทัล การขนส่ง การท่องเที่ยว วัฒนธรรม และการแพทย์แผนจีน และพัฒนาบริการเอพาร์ทเมนท์อย่างจริงจัง

(2.2) ยกระดับการพัฒนาการค่าบริการภาคตะวันตก โดยบูรณาการร่วมกับ "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง" (BRI) พัฒนาการค่าบริการด้านการขนส่ง วัฒนธรรม การท่องเที่ยว การก่อสร้าง บริการวิชาชีพ ข้อมูลขนาดใหญ่ และการแพทย์แผนจีน รวมทั้งพัฒนาการค่าบริการด้านการผลิตอย่างจริงจัง เช่น R&D การออกแบบ การตรวจสอบและการบำรุงรักษา บริการเอพาร์ทเมนท์ และพัฒนานวัตกรรมการค่าบริการชายแดน

(2.3) ส่งเสริมการเร่งพัฒนาการค่าบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือทางการค่าบริการในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการขนส่งข้ามพรมแดน วัฒนธรรม การท่องเที่ยว การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ และการแพทย์แผนจีน พัฒนาการค่าบริการด้านการผลิตอย่างจริงจัง (เช่น การวิจัยพัฒนาและการออกแบบ อินเทอร์เน็ตอุตสาหกรรม การทดสอบและการรับรอง การวิจัยและพัฒนาทางการแพทย์ วิศวกรรมและเทคนิค) การสร้างเส้นทางทางท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะที่มีอิทธิพลในระดับสากล และพัฒนาการค่าบริการพิเศษอย่างจริงจัง (เช่น การท่องเที่ยวน้ำแข็ง/หิมะในพื้นที่หนาวเย็น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกิจกรรมกีฬาฤดูหนาว) รวมถึงการแลกเปลี่ยนการค่าบริการและความร่วมมือระหว่างด้านตามแนวชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาค

3.5 เสริมความแข็งแกร่งวิสาหกิจการค่าบริการ โดย (1) ปลุกฝังวิสาหกิจชั้นนำด้านการค่าบริการ สนับสนุนวิสาหกิจให้เติบโตและแข็งแกร่งผ่านการควมรวมและซื้อกิจการข้ามพรมแดน เสริมสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมที่แข็งแกร่งและความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ปรับปรุงการดำเนินงานระหว่างประเทศ เร่งการรวมเข้ากับห่วงโซ่อุปทานระดับโลก ห่วงโซ่อุตสาหกรรม และห่วงโซ่คุณค่า เป็นต้น (2) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากลของวิสาหกิจการค่าบริการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สนับสนุนวิสาหกิจ “Invisible champion” และ “Little giant” ในห่วงโซ่คุณค่าระดับโลก สนับสนุนวิสาหกิจที่มีความสามารถเป็น “Unicorns” และสนับสนุนวิสาหกิจให้มีความเชี่ยวชาญพิเศษและมีนวัตกรรม และ (3) สนับสนุนบทบาทหอการค้าและสมาคมด้านการค่าบริการ

3.6 ขยายความร่วมมือกับต่างประเทศในด้านการค่าบริการ

(1) ขยายความร่วมมือประเทศ "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง"

(1.1) เพิ่มความร่วมมือในด้านสำคัญของการค่าบริการ อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือกับรัสเซียและมองโกเลีย (เช่น การขนส่ง การท่องเที่ยว นวัตกรรมทางเทคโนโลยี การแพทย์แผนจีน การบรรเทาสาธารณภัย และการบรรเทาทุกข์) ขยายความร่วมมือกับเอเชียใต้ เอเชียกลาง และเอเชียตะวันตก (การ

บริการด้านพลังงาน วิศวกรรมการก่อสร้าง และบริการขนส่ง) **กระชับความร่วมมือกับอาเซียน (ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี เศรษฐกิจดิจิทัล วัฒนธรรม การท่องเที่ยว บริการการเกษตร และบริการวิชาชีพ)** ส่งเสริมความร่วมมือกับละตินอเมริกา (เช่น การแพทย์แผนจีน บริการด้านสุขภาพ การค้าเทคโนโลยี การเงิน การสื่อสารข้อมูล และบริการการเกษตร) เสริมสร้างความร่วมมือกับแอฟริกา (ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล โทรคมนาคม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บริการทางการเงิน และด้านสิ่งแวดล้อม) ส่งเสริมความร่วมมือกับอาหรับ (เช่น พลังงาน โครงสร้างพื้นฐาน บริการโลจิสติกส์ การเงิน การอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน และเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น พลังงานนิวเคลียร์ การบินและอวกาศ ดาวเทียม และพลังงานใหม่) ขยายความร่วมมือกับประเทศที่พูดภาษาโปรตุเกส (ด้านการเงิน การแพทย์ สุขภาพ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว)

(1.2) *เสริมสร้างความแข็งแกร่งของนโยบายการค้าบริการ* ส่งเสริมการวิจัยร่วมกัน การกำหนดมาตรฐาน/กฎระเบียบ/ระบบในด้านการค้าและการลงทุน สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และสาขาอื่นๆ กับประเทศ "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง" ส่งเสริมการกำหนดกฎการค้าการขนส่งทางบกระหว่างประเทศ ปรับปรุงคุณภาพของรถไฟบรรทุกสินค้าจีน-ยุโรป เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในมาตรฐานที่เกี่ยวข้องสำหรับท่าเรือและการขนส่งแบบดิจิทัล เป็นต้น

(2) *เสริมสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าบริการที่สำคัญ* ได้แก่ (2.1) *กระชับความร่วมมือด้านการค้าบริการกับฮ่องกง/มาเก๊า/ไต้หวัน* และ (2.2) *ขยายความร่วมมือการค้าบริการกับประเทศที่พัฒนาแล้ว* อาทิ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักร (เช่น การวิจัยพัฒนาและการออกแบบ การอนุรักษ์พลังงาน และการปกป้องสิ่งแวดล้อม บริการด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และการค้าเทคโนโลยี) ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ (ด้านการออกแบบอุตสาหกรรม บริการทางเทคนิค การอนุรักษ์พลังงานและการปกป้องสิ่งแวดล้อม การรักษาพยาบาล การขนส่ง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม) และอื่นๆ (การแพทย์และสุขภาพ การพัฒนาวัคซีน การป้องกันรักษาโรคติดต่อ ด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง)

(3) *ปรับปรุงกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศและการส่งเสริมด้านการค้าบริการ*

(4) *มีส่วนร่วมกำกับดูแลกฎด้านการค้าบริการระหว่างประเทศ* ส่งเสริมการปรับปรุงการกำกับดูแลด้านการค้าบริการระดับโลก (เช่น WTO) เสริมสร้างความสามารถในการกำหนดกฎด้านการค้าบริการระดับภูมิภาค (เช่น RCEP CPTPP) และมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์ในด้านสำคัญๆ ระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ ในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2564 การค้าบริการของจีนมีมูลค่า 3.78 ล้านล้านหยวน (590 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการส่งออกบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 และการนำเข้าบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 เด็บโตเชิงบวกเป็นครั้งแรกตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19

แหล่งที่มา <http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202110/20211003209143.shtml>

<http://images.mofcom.gov.cn/fms/202110/20211019171846831.pdf>

<https://global.chinadaily.com.cn/a/202111/12/WS618dbd68a310cdd39bc74e5e.html>

สพต. ณ กรุงปักกิ่ง

พฤศจิกายน 2564