



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย-จีนศึกษา

中国东盟研究中心通讯

China ASEAN Studies Center (CAS) News Letter

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2556
Vol.1 No.1 January-April 2013

ผู้นำรุ่นที่ 5

ของจีนกับอนาคต SMEs ไทย
ท่ามกลางความสัมพันธ์จีน-อาเซียน

China & AEC: Partnership Beyond 2015

ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา
บนเวทีประชุมการค้าเสรีจีน-อาเซียน

บทสรุปโครงการวิจัย

“โอกาสและสู่ทางการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจอาหารแปรรูป
และการท่องเที่ยวในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน”



เรื่องจากปก :

ผู้นำรุ่นที่ 5 ของจีนกับอนาคต SMEs ไทย ท่ามกลางความสัมพันธ์ จีน-อาเซียน

จุลสาร ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ฉบับปฐมฤกษ์ เปิดตัวในช่วงเวลาเดียวกับการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งประธานาธิบดีคนใหม่ของนายสี จิ้นผิง ซึ่งจะกลายเป็นผู้นำรุ่นที่ 5 ของสาธารณรัฐประชาชนจีน การเปลี่ยนแปลงผู้นำใหม่ของจีนอย่างเป็นทางการในเดือนมีนาคม 2556 นี้ จะนำไปสู่บรรยากาศทางเศรษฐกิจการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เป็นสิ่งที่ทั่วโลกจับตามอง โดยเฉพาะผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอาเซียน ซึ่งถือเป็นมิตรที่ใกล้ชิดที่สุด ทั้งด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

ส่วนผลกระทบต่อประเทศไทย ในฐานะศูนย์กลางของอาเซียนจะเป็นอย่างไร กลุ่มที่หลายฝ่ายให้ความสนใจคือ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพราะถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ของภาคธุรกิจไทย ด้วยจำนวนผู้ประกอบการเกือบ 3 ล้านราย มีสัดส่วนถึง 99.6% ของวิสาหกิจทั้งหมดในไทย และสร้างมูลค่า GDP ถึง 37.1% SMEs ไทยจะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในยุคผู้นำรุ่นที่ 5 ของจีนอย่างไร จุลสาร ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ขอนำเสนอผ่านมุมมองของ **รศ.ดร.สมภพ มานะรังสรรค์** อธิการบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่จะชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงของประธานาธิบดีจีนคนใหม่กับอนาคตของอาเซียนและ SMEs ไทย

แนวโน้มเศรษฐกิจจีนในยุคผู้นำรุ่นที่ 5

ภาพรวมนโยบายเศรษฐกิจจีนต่อไปนี้จะให้ความสำคัญกับการยกระดับการบริโภคภายในประเทศมากขึ้น เน้นใช้เศรษฐกิจภายในประเทศเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจจีนต่อไป ซึ่งแตกต่างจากเดิมที่จีนเน้นตัวแปรภายนอกคือ การส่งออกและการลงทุนจากต่างประเทศ ต่อไปจีนจะลดบทบาทตรงนี้ลง แล้วเพิ่มพลังการบริโภคภายในประเทศ เพิ่มการลงทุนด้วยตัวเองภายในประเทศ ปรับเปลี่ยนการผลิตไปสู่ภาคบริการมากขึ้น และเน้นการพัฒนาเพื่อก้าวสู่ความเป็นเมือง โดยจีนจะทำความเข้าใจกับการแก้ไขปัญหาที่คุกคามจีน อาทิ ปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรม ฉะนั้น จีนจะต้องพัฒนามณฑลด้านในมากขึ้น อาศัย Domestic Economy เป็นตัวแปรเศรษฐกิจสำคัญ

5

**ผลกระทบต่อประเทศไทย
จากนโยบายเศรษฐกิจจีนที่
เปลี่ยนแปลงไป**

ประเด็นสำคัญคือ มณฑลด้านในของจีนสามารถผลิตสินค้าเช่นเดียวกับที่กลุ่ม SMEs ไทยผลิตได้เกือบทั้งหมด ดังนั้นจะกระทบกับ SMEs ไทยโดยตรง และเป็นเรื่องยากที่ SMEs ไทยจะไปเจาะตลาดจีน ขณะเดียวกันจีนก็มีนโยบายส่งเสริมให้ธุรกิจ SMEs “ก้าวออกไป” สู่นานาชาติ ซึ่งจะทำให้มี SMEs จีนรุกเข้ามาสู่ภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น โดยเฉพาะไทย ถือได้ว่าเป็น “ยุคเสือผืนหมอนใบใหม่” คือจะเป็นกลุ่มนักธุรกิจจีนรุ่นใหม่ที่เกิดโตขึ้นในช่วงกว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ภายหลังจากนโยบายปฏิรูปและเปิดประเทศของเติ้ง เสี่ยวผิง ซึ่งอาจจะนำไปสู่ความขัดแย้งกันเองระหว่างกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลเก่ากับกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลใหม่ ที่จะเข้ามาแข่งขันกันภายในไทยมากขึ้น กลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลเก่านั้นมีเครือข่ายธุรกิจอันแนบแน่นแล้วกับทางญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ซึ่งท้าทายต่อการรุกเข้ามาของกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลใหม่





หลี่ เค่อเฉียง
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
รองนายกรัฐมนตรี



จาง เต๋อเจียง
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
รองนายกรัฐมนตรี
เลขาธิการพรรคประจำ
มณฑลฉงชิ่ง



สี จิ้นผิง
เลขาธิการพรรค
คอมมิวนิสต์จีน
รองประธานาธิบดีจีน
ประธานคณะกรรมการกลาง
กลางทหาร



อู๋ เจี๋เจียง
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
เลขาธิการพรรคประจำ
นครเซี่ยงไฮ้



จาง เกาหลี่
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
เลขาธิการพรรคประจำ
นครเทียนจิน



หวัง นีซาน
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
รองนายกรัฐมนตรี



หลิว หยุนซาน
คณะกรรมการประจำ
กรมการเมือง
รองนายกรัฐมนตรี
รัฐมนตรีว่าการโฆษณา
การคณะกรรมการกลาง
พรรคคอมมิวนิสต์จีน

“ **จีนจะรุกเข้ามาแข่งขันทั้งด้าน Demand และ Supply กับไทย ดังนั้น รัฐบาลไทยกับรัฐบาลจีนจะมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้ SMEs จีนที่เข้ามาเกิดการ “เกือกุล” กันมากกว่า “แข่งขัน” ได้อย่างไร ถือเป็น “การบ้าน” สำคัญของผู้นำจีนรุ่นที่ 5 ต่อการ “ก้าวออกไป” ของวิสาหกิจจีน และเป็นสิ่งที่ไทยต้องตั้งรับและปรับตัวเช่นเดียวกัน** ”

SMEs ไทยจะปรับตัวอย่างไร

เมื่อแนวโน้มเป็นดังที่กล่าวมาข้างต้น SMEs ไทยจึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดแบบใหม่ จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีจีน-อาเซียน (CAFTA) จะส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจจีนเข้าสู่อาเซียนและไทยมากขึ้น กลุ่มอาเซียนก็จะขยายตลาดได้มากขึ้นด้วย ด้านหนึ่งเป็นข้อดี แต่เราจะเพิ่มข้อดีและลดข้อเสียได้อย่างไร เนื่องจาก จีนจะรุกเข้ามาแข่งขันทั้งด้าน Demand และ Supply กับไทย ดังนั้น รัฐบาลไทยกับรัฐบาลจีนจะมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้ SMEs จีนที่เข้ามาเกิดการ “เกือกุล” กันมากกว่า “แข่งขัน” ได้อย่างไร ถือเป็น “การบ้าน” สำคัญของผู้นำจีนรุ่นที่ 5 ต่อการ “ก้าวออกไป” ของวิสาหกิจจีน และเป็นสิ่งที่ไทยต้องตั้งรับและปรับตัวเช่นเดียวกัน เพราะจีนจะอาศัยไทยเป็นประตูสู่ประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม)

SMEs ไทยจะไปตลาดอาเซียนหรือตลาดจีน

โอกาสของ SMEs ไทยที่จะเข้าสู่ตลาดอาเซียนนั้น ง่ายกว่าการจะเข้าสู่ตลาดจีน เพราะอย่างที่กล่าวไว้แล้วว่า จีนผลิตเองได้ทั้งหมดอยู่แล้ว ขณะที่ภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในสายตาประเทศอาเซียนมีเหนือกว่าภาพลักษณ์ของสินค้าจีน สินค้าไทยเป็นที่ต้องการและเป็นที่ไว้วางใจของตลาดอาเซียนมากกว่า เช่นใน ลาว พม่า กัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งสอดคล้องกับกำลังซื้อของประเทศเพื่อนบ้านเหล่านั้น สังเกตได้ว่า เราสามารถหาสินค้าไทยในชั้นวางสินค้าตามห้างร้านต่างๆ ในประเทศข้างเคียงได้ง่ายกว่าในเมืองจีน

อาเซียนคือพันธมิตรที่ดีที่สุดของจีน

อย่างไรก็ตาม อาเซียนเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดกับจีนมาก เพราะประชากรในประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน แม้แต่ระดับผู้นำ

ประเทศต่างๆ ก็มีเชื้อสายจีน อาเซียนจึงน่าจะเป็นพันธมิตรที่ดีที่สุดกับประเทศจีน จีนจึงต้องมุ่งลงได้เพื่อช่วงชิงความสัมพันธ์ที่ดีกับอาเซียน ไม่ให้มีช่องว่างกับประเทศเพื่อนบ้านต่างๆ ฉะนั้น นโยบายต่ออาเซียนจึงสำคัญที่สุดสำหรับรัฐบาลจีนที่จะบริหารความสัมพันธ์อย่างไรให้เกิดความเกือกุลกัน และไม่นำไปสู่ประเด็นความขัดแย้งต่างๆ เช่น ปัญหาทะเลจีนใต้ อันเป็นผลจากความหวาดกลัวที่จะถูกจีนคุกคามทางเศรษฐกิจการเมืองและความมั่นคง

สิ่งที่จะช่วยได้คือ การที่จีนต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของการเข้าไปลงทุนยังต่างประเทศ ใน 3 ระดับ คือ (1) Country Image ภาพลักษณ์ระดับประเทศ นโยบายของรัฐบาลต้องเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล (2) Company Image ภาพลักษณ์ของกลุ่มธุรกิจ ที่ต้องมีความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีความยุติธรรม และผลิตสินค้าคุณภาพได้มาตรฐาน และ (3) People Image ภาพลักษณ์ของชาวจีนที่ไปลงทุนยังประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ยังมีข้อกังขาต่อภาพลักษณ์ของจีนทั้งสามระดับ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่ง “การบ้าน” ของผู้นำจีนรุ่นที่ 5 ที่จะผูกมิตรกับประเทศเพื่อนบ้าน ถ้าจีนช่วงชิงความสัมพันธ์ที่ดีกับอาเซียนไม่ได้ ก็ยากที่จะสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับภูมิภาคอื่น เปรียบเหมือนการต้องดับไฟข้างบ้านก่อนที่จะไปมุ่งขุดทองที่อยู่ห่างไกล ดังสุภาษิตจีนที่ว่า “ญาติสนิทมิสู้มิตรเพื่อนบ้านที่ดี” (远亲不如近邻)

โลกกำลังจับตามองการเติบโตของจีน ซึ่งสิ่งที่จีนต้องตระหนักคือจะเติบโตอย่างไรให้ราบรื่นๆ ท่ามกลางบรรยากาศคณิศรกับเพื่อนบ้าน...นั่นคือ...อาเซียน ๑

China & AEC: Partnership Beyond 2015

เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2555 ที่ผ่านมา ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ร่วมกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และมหาวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์และการค้าระหว่างประเทศ (UIBE) สาธารณรัฐประชาชนจีน จัดงานสัมมนา **The 1st CAS International Forum: “China & AEC: Partnership Beyond 2015”** ณ โรงแรมดุสิตธานี โดยมี **นายก่อกศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์** รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้เกียรติมาเป็นประธานกล่าวเปิดงานในครั้งนี้



นายก่อกศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์

จุดประสงค์หลักของการจัดงานในครั้งนี้ เพื่อร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมตัวของกลุ่มประเทศอาเซียน ในปี 2015 นี้ เพื่อสรุปความสัมพันธ์ของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนกับจีนในระยะเวลา 10 ที่ผ่านมารวมถึงเสนอข้อคิดเห็นและแนวทางปฏิบัติต่อภาครัฐและเอกชน ในการสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสและผลประโยชน์ทางการค้าให้มากที่สุด



Mr.Gao Wenkuan



Mr.Li Guanghui



Ms.Zhao Jianying



Prof.Dr.Sang Baichuan

ในการสัมมนาครั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐกิจไทย จีนและอาเซียนในระดับแนวหน้าที่เดินทางมาจากจีนเพื่อมาร่วมงานโดยเฉพาะร่วมกล่าวเปิดงานด้วย อาทิเช่น **Mr.Gao Wenkuan** ที่ปรึกษาเศรษฐกิจและการพาณิชย์ สถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทย **Mr.Li Guanghui** รองผู้อำนวยการ สถาบันวิจัยความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จีน **Ms. Zhao Jianying** นักวิชาการด้านการค้าและการลงทุน ศูนย์อาเซียน-จีน **Prof.Dr.Sang Baichuan** คณบดี คณะเศรษฐกิจระหว่างประเทศ UIBE เป็นต้น ในงานนี้มีตัวแทนภาครัฐ นักธุรกิจ และสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งไทยและต่างชาติเข้าร่วมงานกว่า 300 คน



ช่วงเช้าเป็นการบรรยายพิเศษ เริ่มจาก รองคณะกรรมการผู้จัดการใหญ่บริหารเครือข่าย **ดร.สารสิน วีระผล** ให้เกียรติบรรยายในหัวข้อ **“ASEAN-China Corporation Under AEC: Some Initial Proposal”** พูดถึงประเด็นหลักๆ คือ โอกาสและความท้าทายใหม่ของไทยและจีน ในตลาดการค้าเสรีรูปแบบใหม่ของอาเซียน หลังการจัดตั้งAEC ที่จีนยังต้องยึดมั่นในนโยบายการพัฒนาอย่างสันติ และไทยจะต้องเร่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นทางการเมืองเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงใหม่นี้

การบรรยายพิเศษในช่วงที่สอง ในหัวข้อ **“China& AEC: Opportunities &Action in Regional Integration”** นำเสนอโดย **Mr.Xu Ningnig** เลขาธิการถาวรฝ่ายจีน สภาธุรกิจจีน-อาเซียน ที่พูดถึงผลความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของจีนและอาเซียนหลังการลงนาม CAFTA ส่งผลให้การค้าทวิภาคีเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังวิเคราะห์เหตุผลและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และความตกลงพหุมิตรทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RECP) ที่จะมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคอื่นๆ



ในช่วงบ่ายเป็นการล้อมวงเสวนา ในหัวข้อ **“Outlook and Roadmap Towards Consolidating the Partnership”** มี Mr.China นายพิษณุ เหยียณมหาสาร ที่ปรึกษาศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (ที่ 1 จากซ้าย) นาย พรศิลป์ พัชรินทร์ตนะกุล กรรมการรองเลขาธิการ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (ที่ 2 จากซ้าย) เป็นตัวแทนจากฝ่ายไทย และฝ่ายจีนนำโดย **Mr.Che Jun** นายกสมาคมผู้ประกอบการจีน-ไทย (ที่ 1 จากขวา) และ **Prof.Dr. Zhuang Rui** รองคณบดี คณะเศรษฐกิจระหว่างประเทศ UIBE (ที่ 2 จากขวา) เข้าร่วมอภิปราย ดำเนินรายการโดย **Prof.Dr.Tang Zhimin** ผู้อำนวยการศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา (กลาง) บรรยายภาศการเสวนาเป็นไปอย่างเข้มข้น และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมฟังสามารถแสดงความคิดเห็นและซักถามเพิ่มเติมได้ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

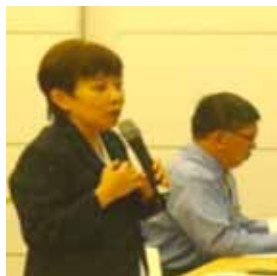
ส่วนช่วงสุดท้ายได้รับเกียรติจาก **ดร.สมภพ มานะรังสรรค์** อธิการบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ให้เกียรติกล่าวปิดงาน พร้อมตอกย้ำถึงความสำคัญของคู่หุ้นส่วนในภาคระหว่างจีนกับAEC ส่วนปี 2013 นี้ ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษายังมีงานสัมมนาที่น่าสนใจ...โปรดติดตาม... 📺

บางอร จันทรบาท

สัมมนาวิชาการระหว่าง PIM กับ UIBE



เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2555 ภายหลังงานสัมมนา The 1st CAS International Forum ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และมหาวิทยาลัยเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ (University of International Business and Economics: UIBE) จากประเทศจีนได้ร่วมกันเปิดวงสัมมนาวิชาการว่าด้วย ทฤษฎีและการปฏิบัติของบูรณาการในภูมิภาค (Theory & Practice of Regional Integration) ซึ่งถือเป็นอีกส่วนหนึ่งของงานสัมมนานานาชาติครั้งแรกของศูนย์อาเซียน-จีนศึกษาด้วย



ภายในงานสัมมนาวิชาการครั้งนี้ มีการนำเสนอผลงานวิจัยและบทความวิชาการรวม 12 เรื่อง โดยนักวิจัยของศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา จาก PIM และคณะเศรษฐกิจระหว่างประเทศจาก UIBE มีรายชื่อบทความและชื่อผู้วิจัยดังปรากฏในตารางนี้

ชื่อบทความ		ผู้วิจัย	ภาษา
1	Asia-Pacific Regional Economic Cooperation and Development of CAFTA	Prof.Dr.Zhuang Rui, Zhang Guojun	จีน
2	A Study on the Motivation and Mode of Chinese Banks' Entry into EMEs of ASEAN : The Case of Thailand	UIBE & CAS Joint Research Presented by Zhang Xiaojing	จีน
3	RMB Cross Border Trade Settlement between Thailand and China	Prof.Dr.Tang Zhimin, Orrasa Rattana-amornpirom	อังกฤษ
4	RMB Internationalization: Obstacles & Suggestions	Li Yumei	จีน
5	Research of Economic Foundations of China - ASEAN Monetary Cooperation: A VAR Analysis Based on the Symmetry of Economic Shocks	Cai Tongjuan	จีน
6	Capacity of R9 (Mukdahan-Laobao) under region cooperation framework : Gap between institutional framework and practical process	Pisanu Rienmahasarn, Wantanee Pruangvitayangkul	อังกฤษ
7	China-Thailand Investment Cooperation: A perspective on Global FDI Relocation	Li Yumei , Sang Baichuan	จีน
8	The Outward Foreign Direct Investment of China's MNEs in a Cluster Style: Patterns and Features	Yang Liqiang	จีน
9	Chinese MNC in Thailand : Rational and Entry Mode	Prof.Dr.Tang Zhimin, Suparuk Thanapinyo	อังกฤษ
10	Entry Modes Selection for SMEs Entering China Market: The Cases of Thai Processed Food Industry	Tansiny Lertsiriyorapong	อังกฤษ
11	Cooperation between China -Thailand in Development of Food and Tourism Sectors	CAS Research Team Presented by Dr.Prayoon Tosanguan	อังกฤษ
12	Progress and Tendency of CAFTA	Li Guanghui	จีน

บรรยากาศในการสัมมนาครั้งนี้เป็นไปอย่างคึกคัก ผู้ที่มาร่วมงานได้แลกเปลี่ยนซักถามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบูรณาการทางเศรษฐกิจของจีนกับอาเซียน แนวทางและอุปสรรคของการทำธุรกรรมการค้าด้วยเงินสกุลหยวนของจีน ศักยภาพของไทยในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในภูมิภาค กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของกลุ่ม SMEs อาหารแปรรูปของไทย ตลอดจนวิธีการเข้าสู่ตลาดประเทศไทยของบรรษัทข้ามชาติจีน ฯลฯ ซึ่งงานครั้งนี้ถือเป็นเวทีที่เจาะลึกองค์ความรู้ในภาคทฤษฎีเพื่อให้นำไปสู่การใช้ประโยชน์สูงสุดในภาคปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

* ผู้สนใจสามารถติดต่อขอรับเอกสารประกอบการสัมมนาครั้งนี้ได้ที่ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ หรือสอบถามรายละเอียดได้ที่คุณบังอร จันทร์หาบ โทร. 02-832-0991

ผลงานวิจัยของศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา

บทสรุปโครงการวิจัยจาก สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) (ITD) เรื่อง “โอกาสและสู่ทางการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจอาหารแปรรูป และการท่องเที่ยวในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน” ที่ทาง ITD ให้ความไว้วางใจกับทางศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ทำการศึกษาและลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

เพื่อให้การสรุปผลการศึกษาวิจัยนี้ได้ภาพและสาระที่กะทัดรัด ชัดเจน จึงใคร่ขอแนะนำเสนอ ตามหัวข้อและประเด็นที่ ITD ได้กำหนดขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องทำนองเดียวกันกับหลักการของ กลยุทธ์การเจาะตลาด 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้



1. แนวทางตามสินค้า/บริการ (Products/Services Approach)

แนวทางนี้ ITD กำหนดเป็นรายสินค้า คือ อาหารแปรรูป และภาคบริการ คือ การท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 2 รายการถือเป็นจุดแข็งของไทยที่มีศักยภาพการแข่งขันสูงสุด เมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ทั้งหมด จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า

ก. อาหารแปรรูปไทย มีศักยภาพแข่งขันสูงสุดในตลาดจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยูนนาน และมีแนวโน้ม สู่ทางการขยายตลาดดังกล่าวได้แจ่มใสมากที่สุด เนื่องจากอาหารไทย มีรสชาติดีต้องใจ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจีนสูงมาก อีกทั้งอาหารยูนนาน และอาหารไทยมีความใกล้เคียงกันมาก ชาวยูนนาน และชาวไทยมีรสนิยมอาหารใกล้เคียงกัน ที่สำคัญที่สุด คือ อาหารไทยมีคุณภาพมาตรฐานปลอดภัยสูงระดับโลก จึงเป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภคต่างชาติทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวจีนมีความไว้วางใจในคุณภาพอาหารไทยมากกว่าอาหารจีนเอง ปัจจุบันอาหารแปรรูปที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด ของตลาดยูนนานและตลาดจีน คือ อาหารแช่แข็ง และอาหารปรุงรส ประเภท ซอส และน้ำจิ้มต่างๆ รองลงมา คือ อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) และอาหารรสชาติเฉพาะแบบไทย

ข. ด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีพื้นฐาน และปัจจัยหนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่งมากที่สุดในอาเซียน โดยคนไทยมีจิตใจบริการ (Service mind) มากที่สุด มีสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายที่สุด มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประทับใจดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงมาก และมีถนนเชื่อมโยงเส้นทางโลจิสติกส์ เช่น “คุนหมิงกู่” ที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางระหว่างไทย-ยูนนาน โดยเฉพาะทางรถยนต์ได้อย่างสูงสุด และเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีความนิยมชมชอบเดินทางมาไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้วนั้น ให้สามารถเดินทางมาไทยได้สะดวกและกว้างขวางเพิ่มมากขึ้นจากในอดีต



ทีมวิจัยเยี่ยมชมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในคุนหมิง มณฑลยูนนาน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ปี ค.ศ. 2012 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มาเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนสูงมากกว่า 2.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก ปี ค.ศ. 2011 ประมาณร้อยละ 50 อีกทั้งประเภทนักท่องเที่ยวจีน มาไทยได้มีแนวโน้มยกระดับเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพขึ้นสูงจำนวน เพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ และสภาพความเป็นอยู่ของคนจีนที่ดีขึ้นมาก ทั้งคนจีนในตัวเมืองและคนจีนในชนบทต่างหันมาหาความสุขให้กับชีวิตที่เครียดมากจากการตรากตรำเหน็ดเหนื่อยกับการทำงาน มาอย่างหนัก ด้วยการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นการชดเชย

2. แนวทางตามตลาด/ภูมิภาค (Marketing/Region Approach)

แนวทางตามตลาดที่ทาง ITD กำหนดคือ ตลาดยูนนาน นอกจากยูนนานจะมีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ขยายตัวได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด จนกลายเป็นตลาดผู้บริโภคระดับต้นสำหรับคนรวยแล้ว ในเชิงภูมิศาสตร์ที่ตั้งปรากฏว่าจากบ่อฮาน ชายแดนใต้สุดของยูนนานถึงอำเภอเชียงของ จ.เชียงราย โดยผ่านเส้นทาง R3E มีระยะใกล้ที่สุดเพียง 240 ก.ม. ประกอบกับคนจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวยูนนาน และชาวไทยมีขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่มีความใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นยูนนานจึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการเป็นศูนย์กลางเริ่มแรกสำหรับการกระจายสินค้าอาหารแปรรูปและสินค้าอื่นๆ ของไทยเข้าสู่ตลาดยูนนาน และต่อยอดไปยังตลาดจีน ดังเช่นกรณีการตั้งศูนย์กระจายสินค้าไทย ที่ศูนย์การค้าหยุนผิงของคุนหมิง การมีสำนักงานกงสุลฝ่ายการพาณิชย์และสำนักงานการท่องเที่ยวไทยในนครคุนหมิงเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมอาหารแปรรูปไทยเข้ายูนนานและจีน พร้อมๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการชักจูงคนจีนในยูนนาน และในจีนเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจีนสามารถใช้เส้นทาง “คุนหมิงกู่” ขั้วรถยนต์มาเที่ยวไทยได้



บรรยากาศการสัมมนาเผยแพร่ผลงานวิจัย ITD ซึ่งถือว่าโครงการวิจัยครั้งนี้ได้สำเร็จ ลุล่วงตามเป้าหมายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



บรรยากาศการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเข้าอาหารสำเร็จรูปไทย ณ นครคุนหมิง

3 . แนวทางกิจกรรม และมาตรการการค้า (Function and Measure Approach)

ก. ประเภทกิจกรรมส่งเสริมการค้าอาหารแปรรูปจากประเทศไทยเข้าสู่อาเซียนและจีน รวมถึงกิจกรรมการชักจูงนักท่องเที่ยวจากยูนิยามมาเที่ยวในไทยมีหลายรูปแบบที่สามารถใช้ได้ทั้งกับการค้าอาหารแปรรูป และการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การร่วมงานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว การ Road Show การศึกษาข้อมูลตลาดอาหารแปรรูปและการท่องเที่ยวในจีน ศักยภาพการชักจูงนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมาประเทศไทย การพบปะเจรจา (Matching) เกี่ยวกับธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยว การจัดคณะผู้แทนการค้า/การท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายธุรกิจไทย – จีน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามจากการวิจัยพบว่าในปัจจุบัน กิจกรรมที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการติดต่อธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยว ที่ขยายตัวอย่างกว้างขวางมากขึ้นคือ ธุรกิจ E – Commerce ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้น พบว่า ปัจจุบันนักธุรกิจจีนนิยมทำธุรกิจผ่านระบบ Online สูงมาก โดยในยูนิยามมีคนใช้ระบบ Online รวมทั้งหมด 8.4 ล้านคน ซึ่งเป็นการใช้เพื่อทำธุรกิจซื้อขายสินค้า/บริการผ่านระบบ Online นี้จำนวน 4.8 ล้านคนหรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 57 โดยการซื้อขายผ่านระบบ Online นี้ นอกจากจะเกิดผลการทำธุรกิจ สามารถสรุปผลได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นแล้ว ยังเป็นวิธีการที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ ช่วยลดต้นทุนของระบบโลจิสติกส์ทางการค้าลงได้อีกมาก ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขาย online ในประเทศจีนครั้งนี้ จึงถือเป็นประโยชน์ต่อการค้า และการท่องเที่ยวไทยอย่างสูง ซึ่งได้มีการนำเสนอ ITD เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้วงการธุรกิจการค้า การท่องเที่ยวไทยได้รับรู้ และเกิดความตื่นตัว หันมาเน้นให้ความสำคัญในการซื้อ-ขายผ่านระบบ online หรือ E-commerce ดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆโดยเร็ว และอย่างทั่วถึงต่อไป



บรรยากาศการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเข้าอาหารสำเร็จรูปไทย ณ ศูนย์การค้าหยุนผิง

ข. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการลงพื้นที่พบปะภาครัฐ และผู้ประกอบการจีนและไทยที่เกี่ยวข้องโดยตรง จึงได้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคด้านการค้าที่เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กฎระเบียบ คุณภาพมาตรฐานสินค้าอาหารแปรรูปและการบริการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการไทยและยูนิยามต่างประสบอยู่ เช่น กรณีผู้ประกอบการไทยประสบปัญหาขั้นตอนการขนส่งอาหารแช่แข็งด้วยระบบตู้คอนเทนเนอร์เย็น โดยผ่านเส้นทาง R3E ซึ่งยังไม่สามารถรักษาคุณภาพอาหารแช่แข็งให้สดได้ หรือได้รับข้อมูลว่าขณะนี้เวียดนามกำลังกลายเป็นคู่แข่งที่เรียนที่น่ากลัวที่สุดของไทย เพราะเวียดนามสามารถพัฒนาการผลิตทุเรียนพันธุ์เดียวกับไทยได้โดยปลูกในบริเวณทางใต้และเน้นเก็บเมื่อทุเรียนแก่จัดแล้วเท่านั้น ในขณะที่ไทยยังคงเก็บทุเรียนที่ไม่แก่จัด หรือกรณีนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางโดยทางรถยนต์มาไทยยังประสบปัญหาด้านวีซ่า และบัตรผ่านแดน (Border Pass) ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก ปัญหาอุปสรรคที่ศึกษาพบจากการวิจัยครั้งนี้ ได้สรุปนำเสนอมาตรการแก้ไขปัญหาลักษณะต่างๆต่อ ITD เพื่อจะได้นำไปเสนอให้หน่วยงานทั้งไทยและจีนที่เกี่ยวข้อง เร่งร่วมมือกันแก้ไขปัญหา ต่อไป ■

*ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ศูนย์อาเซียนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ cascenter@pim.ac.th

ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา (CAS Center) บนเวทีประชุมการค้าเสรีจีน-อาเซียน



การจัดงานมหกรรมแสดงสินค้าในประเทศจีนนั้น มีตั้งแต่งานระดับโลกที่มีผู้สนใจเข้าร่วมงานนับแสนคน อย่างงาน **Guangzhou Trade Fair** ไปจนถึงงานระดับมณฑลที่มุ่งนำเสนออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น แต่หากจะกล่าวถึงงานแสดงสินค้าในประเทศจีนที่มีความหมายมากที่สุดต่อประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนแล้ว คงไม่มีงานใดสำคัญและยิ่งใหญ่ไปกว่า **งานมหกรรมแสดงสินค้าจีน-อาเซียน (China-ASEAN Expo หรือ CAEXPO)**

งาน CAEXPO จัดขึ้นเป็นประจำในเดือนตุลาคมของทุกปี ณ นครหนานหนิง เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วง กว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งแต่ปี 2004 เป็นต้นมา และติดต่อกันเป็นปีที่ 9 ภายหลังการลงนามกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน (Framework Agreement on ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation) เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2002 ซึ่งกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจดังกล่าว กำหนดเป็นแนวทางสำหรับการเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรีจีน-อาเซียน ที่ครอบคลุมทั้งเรื่องการเปิดเสรีการค้า การบริการและการลงทุน

ทั้งนี้ จากมูลค่าการค้าระหว่างจีนกับกลุ่มประเทศอาเซียนที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดสองทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ความสำคัญของอาเซียนที่มีต่อจีนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ยิ่งเมื่อรวมกับการที่รัฐบาลจีนกำหนดให้ “กว่างซี” เป็น “ประตูสู่อาเซียน” เชื่อมประเทศอื่นๆ ผ่านทางทะเลแล้ว ทำให้ CAEXPO ไม่เป็นเพียงแค่งานมหกรรมแสดงสินค้าและแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจระหว่าง 11 ประเทศเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงการเชื่อมโยงความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก หรือ “10+1 > 11” โดยในปี 2012 วัตถุประสงค์ของการจัดงานยังมุ่งหวังให้ทุกประเทศมาร่วม “สร้างอนาคตที่สดใสยิ่งขึ้นด้วยกัน” (Co-build a brighter future)” ภายใต้แนวคิดที่ว่าด้วย “ความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี” (Science and Technology Cooperation)

สำหรับงาน CAEXPO ในปี 2012 นับได้ว่ามีความพิเศษกว่าทุกปีเนื่องจากเป็นปีเฉลิมฉลองครบรอบ 10 ปีของการลงนามกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน และปีแห่งการเฉลิมฉลองครบรอบปีที่ 2 หลังจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีจีน-อาเซียน ทางสำนักงานเลขาธิการอาเซียนจึงได้เลื่อนการจัด

งานมหกรรมแสดงสินค้าจีน-อาเซียน ให้เร็วขึ้น เพื่อมาควบรวมการจัดงานประชุมการค้าเสรีจีน-อาเซียน (Forum on China-ASEAN Free trade Area) ในช่วงเวลาเดียวกันในเดือนกันยายน ณ นครหนานหนิง

ในพิธีเปิดการประชุมการค้าเสรีจีน-อาเซียน ครั้งที่ 10 “In-depth Cooperation & Sustainable Development-Achieving Higher-level Integration” เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2555 ที่ปรึกษาด้านวิชาการ ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **นายพิษณุ เหรีญมหาสาร** อธิการบดีกระทรวงพาณิชย์ ได้รับเกียรติให้ขึ้นกล่าวสุนทรพจน์ในการเปิดงานประชุมภายใต้หัวข้อ “Exploring potential cooperation sector and improving trade in services”

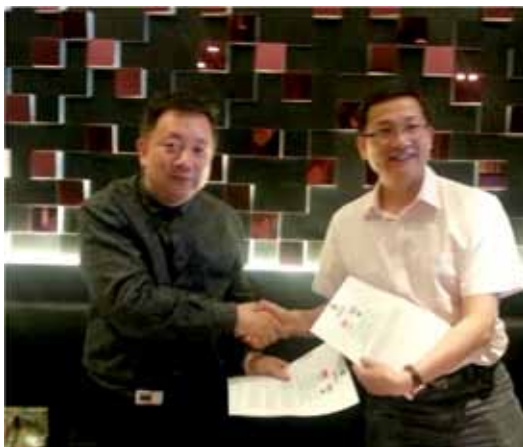
นายพิษณุ เหรีญมหาสาร หรือ Mr.China เมื่อครั้งได้รับแต่งตั้งเป็นหัวหน้าภูมิภาค (Hub) จีน กระทรวงพาณิชย์ ได้ฝากประเด็นที่น่าสนใจไว้บนเวทีระดับโลกนี้สองประการ ประการแรกคือ ความสำคัญของเส้นทางเชื่อมโยงจีน-อาเซียน ผ่านระบบโลจิสติกส์ทางถนน จากกรุงเทพฯ สู่นครหนานหนิง หรือที่ Mr. China เป็นผู้ขนานนามให้ใช้ชื่อว่า “หนานมันกงลู่” โดยในอนาคตอันใกล้นี้ ปลายทางของ “หนานมันกงลู่” มิได้สิ้นสุดเพียงแค่กรุงเทพฯ แต่จะทอดยาวสู่ภาคตะวันตกของไทย มุ่งออกสู่ท่าเรือหวาย ชายฝั่งมหาสมุทรอินเดีย ซึ่งเส้นทางดังกล่าวจะเชื่อมจีนและอาเซียนกับประเทศในแถบเอเชียใต้ ทวีปแอฟริกา ภูมิภาคตะวันออกกลาง ตลอดจนทวีปยุโรปได้อย่างสะดวกมากขึ้น และจะทำให้ไทยและกว่างซีกลายเป็นจุดศูนย์กลางโลจิสติกส์ที่สำคัญของคาบสมุทรอินโดจีน ประการที่สอง ในส่วนของ Trading Logistic สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทย-จีนร่วมมือกันจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าแบรนด์เนมคุณภาพพรีเมียมในไทย อาศัยจุดเด่นของไทยในเรื่องการตั้งอยู่ใจกลางอินโดจีน เหมาะกับเป็นศูนย์กลางระบบโลจิสติกส์ของภูมิภาค มีชื่อเสียงตลอดจนได้รับการยอมรับจากนานาชาติในเรื่องคุณภาพมาตรฐานของสินค้าไทย รวมถึงการคัดเลือกสินค้าแบรนด์เนมจีนคุณภาพสูงมาร่วมจัดจำหน่ายในศูนย์กระจายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้เลือกซื้อ ซึ่งจะเป็นช่องทางยกระดับสินค้าจีนที่มักถูกผู้บริโภคทั่วโลกมองว่าเป็นสินค้าราคาถูก คุณภาพต่ำ ให้กลายมาเป็นสินค้าระดับโลกที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางมากขึ้น ■

วันพีย์ เปรื่องวิทยากร





Prof. Dr. Tang Zhimin ผู้อำนวยการศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ได้รับเชิญเข้าร่วมอภิปรายในหัวข้อ “Fortune-Favored East Asia” ในงานเสวนา “Global Business Dialogue 2012: In Pursuit of Competitiveness” ซึ่งจัดโดย Thailand Management Association (TMA) เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2555



ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษาได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับศูนย์ไทยศึกษา (Center of Thai Studies) แห่งมหาวิทยาลัยยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ทางด้านการศึกษ งานวิจัย และการแลกเปลี่ยนนักศึกษา ร่วมกัน



ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา ได้ร่วมมือกับบริษัท 3เอ็ม ประเทศไทย จัดงานสัมมนา ในหัวข้อ “Innovation in 3M” ให้เกียรติบรรยายโดย Mr. C.M. Hsu (ซ้าย) กรรมการผู้จัดการบริษัท 3เอ็ม ห้างสรรพสินค้า ธาราสวรรค์ เมื่อ 9 ตุลาคม 2555 โดยบรรยายถึงความสำเร็จของบริษัท 3เอ็ม และการก้าวเข้ามาเป็น ผู้นำได้อย่างน่าสนใจ



ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษาได้ร่วมกับหลักสูตร Advanced Retail Business Management (ARM) จัด Field Trip ไปดูงานที่กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างวันที่ 10-14 กันยายน 2555 ที่ผ่านมา โดยได้สร้างประสบการณ์และความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมอบรม ครั้งนั้นเป็นอย่างมาก

สกุลเงินของประเทศในอาเซียน



บรูไนดารุสซาลาม
Brunei Dollar – BND
1 บรูไนดอลลาร์ ≈ 24 บาท



สาธารณรัฐสิงคโปร์
Singapore Dollar – SGD
1 ดอลลาร์สิงคโปร์ ≈ 24 บาท



สาธารณรัฐแห่งสหภาพ
เมียนมาร์ Kyat – MMK
1 จีต ≈ 4 บาท



สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว Kip – LAK
250 กีบ ≈ 1 บาท



ราชอาณาจักรกัมพูชา
Riel – KHR
1,000 เรียล ≈ 7 บาท



ราชอาณาจักรไทย
Baht – THB
30 บาท ≈ 1 USD



สาธารณรัฐฟิลิปปินส์
Peso – PHP
10 เปโซ ≈ 7 บาท



มาเลเซีย
Ringgit – MYR
1 ริงกิต ≈ 10 บาท



สาธารณรัฐอินโดนีเซีย
Rupiah – IDR
1,000 รูเปียร์ ≈ 3 บาท



สาธารณรัฐสังคมนิยม
เวียดนาม
Dong – VND
1,000 ดอง ≈ 1 บาท





ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา

中国东盟研究中心

China ASEAN Studies Center (CAS)

ศูนย์รวมองค์ความรู้และให้
คำปรึกษาถึงข้อดี ทั้งยังช่วย
วิเคราะห์ถึงผลกระทบของ
รวมต่างๆ ที่เกิดจากการรวม
ตัวของกลุ่มประเทศอาเซียน-
จีน รวมถึงให้คำปรึกษา
เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
และข้อมูลนโยบายต่างๆ
ของภาครัฐบาล

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา
China ASEAN Studies Center
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ต.บางตลาด
อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0 2832 0412
Email : cascenter@pim.ac.th

Prof.Dr.Tang Zhi Min
(Ph.D., Cambridge) Vice Dean,
Faculty of Business Administration
Email : zmt66@hotmail.com
Tel : (+66) 80-246-0003

Miss Thitiya Tantiyanukul
(Chen Mei Yao) Coordinator of
China ASEAN Studies Center
Email : thitiyatan@pim.ac.th
Tel : (+66) 90-669-7271

Service

Government Monitor the process and analyze the impacts of ASEAN China integration, and provide policy recommendations
ภาครัฐบาล ตรวจสอบกระบวนการและวิเคราะห์ถึงผลกระทบของกลุ่มประเทศอาเซียน-จีน รวมทั้งให้คำแนะนำต่อนโยบายนั้นๆ
政府 关注中国东盟一体化的进程，分析其影响提出政策建议

Business Analysis the changing ASEAN China environment and future trend, record and disseminate experience and best practice for doing business in China and ASEAN
ภาคธุรกิจ วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงต่อสภาวะแวดล้อมของกลุ่มประเทศอาเซียน-จีน แนวโน้มอนาคต บันทึกและเผยแพร่ประสบการณ์เพื่อประโยชน์ต่อกระบวนการปฏิบัติการ ตลอดจนการทำธุรกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน-จีน
商界 分析中国东盟的环境及其变化趋势收集，传播中国和东盟 商务活动的经验和最佳做法

Academic Generate knowledge on the economic integration at the macro level as well as globalization/regionalization strategy at micro level
นักวิชาการ เสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจในระดับมหภาค ทั้งยังวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ระดับจุลภาค
学界 创造和积累关于经济一体化的机制，企业全球化，区域化战略的知识

Public Create awareness and provide education on how to participate and benefit from ASEAN China integration
สาธารณะชน สร้างความตระหนัก และให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมรวมถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากกลุ่มประเทศอาเซียน-จีน
公众 扩大公众对于中国东盟一体化的了解，使公众能充分受益于中国东盟一体化

