

.....
 รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์
 อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
 E-mail: sompopman@pim.ac.th

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เป็นการจัดตั้งเขตการค้าเสรีภายใต้ AEC ที่จะช่วยให้อาเซียนกลายเป็นเขตการผลิตเดียว ตลาดเดียว (Single Market and Production Base) เพราะแต่ละประเทศในอาเซียนมีขนาดเล็กเกินกว่าจะมี บทบาทในภูมิภาคได้ เมื่อเทียบกับประเทศจีน อินเดีย และประเทศอื่นๆ ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่ไม่ใช่ลักษณะของ ASEAN Union เพราะปัจจุบันปัญหาที่เกิดขึ้นในยุโรปเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ อย่างเด่นชัด อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ อาเซียนในตลาดโลก เพราะเป็นการเคลื่อนย้ายปัจจัย การผลิตได้อย่างเสรีระหว่างประเทศสมาชิกที่กว้างขวาง มากยิ่งขึ้นในด้านสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน แรงงาน และความร่วมมือด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า และการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้า การลงทุน ให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การลดอากรขาเข้าสำหรับสินค้า บางประเภทเป็น 0% สำหรับสมาชิกอาเซียนเดิม (Core ASEAN Members) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 และ สำหรับสมาชิกอาเซียนใหม่ คือ ประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV: Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 นอกจากนี้ ยังเปิดให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้นถึง 70% ในธุรกิจบริการ

ด้านโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ สุขภาพ การท่องเที่ยว และการขนส่งทางอากาศ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 การถือหุ้นได้ถึง 51% ในธุรกิจโลจิสติกส์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 และเพิ่มเป็น 70% ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ตลอดจนการเปิดเสรีการลงทุนและ ให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติเดียวกันแก่นักลงทุนอาเซียน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553

การเปิดเสรีการค้าอาเซียนในปี 2558 จึงเป็นสิ่งที่ ภาครัฐกิจอุตสาหกรรม ภาควิชาการ และภาครัฐ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่อ เผชิญกับผลกระทบจากมาตรการด้านต่างๆ รวมถึงการ แข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นโยบายอาเซียนตลาดเดียว

บทสรุปจากการพิจารณาสถานการณ์รอบโลก โดยเฉพาะวิกฤติด้านการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกา และวิกฤติด้านหนี้สาธารณะในยุโรป ประกอบกับการ เปิดเสรีการค้าอาเซียนในปี 2558 ส่งผลให้ต่อไปนี้จะเป็ นยุคสมัยที่อาเซียนต้องมีบทบาททางเศรษฐกิจที่เด่นชัด ในระดับโลกมากขึ้น สาเหตุเพราะอาเซียน 10 ประเทศ มีประชากรรวมประมาณ 600 ล้านคน หรือประมาณ 9% ของประชากรโลก แต่มี GDP รวมกันประมาณ 2.5% ของ GDP รวมของโลก หรือเท่ากับ GDP ของ

เกาหลีใต้เพียงประเทศเดียว นับว่าเล็กมากสำหรับประชากร 600 ล้านคน ฉะนั้นเมื่อ GDP เล็กมากโอกาสเติบโตจึงมีสูง ถ้ามีนโยบายทางเศรษฐกิจที่ถูกต้อง ดังเช่นการกำเนิดของ ASEAN Economic Community: AEC หรือสามารถเรียกง่ายๆ ได้ว่า อาเซียนตลาดเดียว (ASEAN Single Market) นั่นเอง

กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป (European Union: EU) ดำเนินการสร้าง EU Single Currency หรือเงินสกุลยูโร (Euro Zone) แล้ว แต่ AEC เป็นเพียงตลาดเดียวของตลาดการค้าระหว่างประเทศ การลงทุนและภาคบริการระหว่างกันภายในประชาคมอาเซียน ในทางกลับกันอาเซียนไม่ได้มีเฉพาะจุดแข็งอย่างเดียว แต่ประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีขนาดเล็ก และมีความหลากหลายด้านความแตกต่างของชาติพันธุ์ ศาสนา สังคม วัฒนธรรม ภาษา และระดับขั้นของเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดเป็นจุดด้อย ซึ่งสามารถพิจารณาจากข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่

- เวียดนามมีประชากร 90 ล้านคน ส่วนของไทยมีประชากร 65 ล้านคน มากกว่าไทยกว่า 10% แต่ GDP ของเวียดนามเป็น 1 ใน 3 ของไทย คือประมาณ 1 แสนล้านเหรียญ ขณะที่ของไทยมากกว่า 3 แสนล้านเหรียญ
- พม่ามีประชากรน้อยกว่าไทยไม่มากจนวนรวมประมาณ 60 ล้านคน แต่ GDP ของพม่าเป็น 1 ใน 11 ของไทย คือประมาณ 30,000 ล้านเหรียญเท่านั้น จะเห็นได้ว่า ไทยใหญ่กว่าพม่า 11 เท่าตัว
- กัมพูชามี GDP ประมาณ 11,000 ล้านเหรียญ ฉะนั้นไทยใหญ่กว่ากัมพูชา 33 เท่าตัว
- ลาวมี GDP ประมาณ 6,000 ล้านเหรียญ ในขณะที่ไทยใหญ่กว่าลาวประมาณ 50-60 เท่าตัว

อาเซียนเป็นแกนของความเชื่อมโยงในภูมิภาค

จุดแข็งของอาเซียนมีความคล้ายคลึงกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ว่า “จิวแต่แจ่ว” ซึ่งอาเซียนมีหลายสิ่งๆ ที่เข้าข่ายจิวแต่แจ่ว เช่น อาเซียนเป็นหนึ่งในเอเชีย

ที่มีความเป็นภูมิภาคนิยม หมายถึง การรวมตัวเป็นภูมิภาคนิยมแล้วกว่า 40 ปี เพราะอาเซียนเกิดขึ้นตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 1967 ขณะเดียวกันไม่มีภูมิภาคนิยมอื่นใดในเอเชียที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ เช่น อินเดียและปากีสถานไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและเป็นเพื่อนกันยาก ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ประเทศเหล่านี้ก็ไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน จึงเป็นการยากที่ประเทศเหล่านี้จะเกิด FTA ขึ้นมาได้ ฉะนั้นเมื่อพิจารณาอย่างนี้แล้วถึงแม้อาเซียนจะเล็กแต่ก็เรียกว่า “เล็กพริกขี้หนู” เพราะเป็นแกนของความเชื่อมโยงให้ประเทศต่างๆ เข้าหาอาเซียน รวมถึงมีปัจจัยที่เรียกว่า Push Factors และ Pull Factors ที่ผลักดันให้ประเทศเหล่านั้นออกมา และปัจจัยของอาเซียนที่ดึงดูดให้ประเทศเหล่านั้นเข้ามาด้วย

การลงทุนของญี่ปุ่นในอาเซียนตลาดเดียว

กรณีประเทศญี่ปุ่นที่จะมีแนวโน้มออกมาในประชาคมอาเซียนก่อน เพราะญี่ปุ่นสร้างเครือข่ายไว้แล้วหลาย 10 ปี ซึ่งสาเหตุที่ญี่ปุ่นต้องออกมา ก็เพราะ ประการแรก ญี่ปุ่นไม่สามารถแก้เกมปัญหาพลังงานนิวเคลียร์ได้สำเร็จ โดยง่ายอย่างแน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังเหตุการณ์ฟูกูชิมะ ประการที่สอง เหตุการณ์ Post Tsunami ทำให้คนญี่ปุ่นจำนวนมากรู้สึกว่าการอยู่ในประเทศของตัวเองต่อไปจะมีความปลอดภัยมีน้อยลง ประการที่สาม เงินเยนแข็งค่าขึ้น จึงมีอำนาจซื้อของเงินมาก ฉะนั้นต้องหาประโยชน์จากการแข็งค่าของเงินเยน ซึ่งก็คือการไปลงทุนที่ประเทศอื่นเพราะลงทุนที่ประเทศไหนก็ได้ประโยชน์มากโดยเฉพาะอย่างยิ่งลงทุนในอาเซียน ประการที่สี่ ขณะนี้ญี่ปุ่นทั้งประเทศเต็มไปด้วยคนสูงอายุที่ไร้เสื่อสายเดียว ที่เป็นประเภทสายเดี่ยวเซียงเพียวอ้าวหรือสายเดี่ยวเคี้ยวหมาก เพราะคนญี่ปุ่นประมาณ 30% ของประเทศมีอายุกว่า 60 ปี ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน ญี่ปุ่นจึงต้องหาแหล่งแรงงานและแหล่งลงทุนใหม่ด้วย ดังนั้น ต่อไปนี้จะมีการปรับเปลี่ยนของห่วงโซ่

อุปทาน (Supply Chain) ของญี่ปุ่นกับเอเชียค่อนข้างมาก นั่นคือจะปรับเปลี่ยน Regional Supply Chain ใหม่ค่อนข้างชัดเจน แต่เดิมจะมีการควบคุมบางส่วนอยู่ที่ญี่ปุ่น ดังเช่นกรณีก่อนเหตุการณ์ซึนามิ ญี่ปุ่นรักษาการผลิตบางประเภทในประเทศ ได้แก่ การผลิตชิ้นส่วนราคาสูงๆ เทคโนโลยีสูงๆ ตัวอย่าง เช่น การผลิตรถไฮบริด และสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ หลังจากเหตุการณ์ซึนามิแล้วจะเห็นว่าการทำ Regional ASEAN Supply Chain แบบเดิมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ คงมีการย้ายฐานการผลิตที่มีประสิทธิภาพที่ดีกว่า เช่น จีนและประชาคมอาเซียน เพราะอาเซียนมีเครือข่ายกับญี่ปุ่นค่อนข้างดี และอาเซียนไม่ค่อยมีอคติกับคนญี่ปุ่น หากพิจารณาจากเหตุการณ์ซึนามิแล้ว ญี่ปุ่นคงจะเพิ่มขึ้นแน่นอน

พลังทางการเงินและเครือข่ายของจีนในอาเซียน

ขณะเดียวกันจีนจะเข้ามาในประชาคมอาเซียนเพิ่มมากขึ้นด้วย เนื่องจากมีเงินทุนในประเทศจำนวนมากมายมหาศาลและมีโอกาสการลงทุนมาก ขณะนี้จีนอาจไม่กล้าขยายการลงทุนในอเมริกาและยุโรป เพราะสถานการณ์เศรษฐกิจกำลังวิกฤติ ดังนั้น จีนจะลงทุนในประชาคมอาเซียนเพิ่มขึ้นแน่นอน และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ทั่วโลกไม่มีภูมิภาคไหนที่มีสิ่งที่เรียกว่า หัวเดียว Network หรือเครือข่ายของจีนโพ้นทะเลมากกว่าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (South East Asia) หรือกลุ่มอาเซียนนั่นเอง เพราะทุกประเทศมีคนเชื้อสายจีนอยู่เป็นจำนวนมาก คนเชื้อสายจีนเหล่านี้มีบทบาท และพลังทางเศรษฐกิจ รวมถึงในหลายประเทศจะมีพลังทางการเมืองด้วย ฉะนั้นจีน ญี่ปุ่น เกาหลี และได้หวัน จะมาแข่งขันลงทุนในอาเซียนเพิ่มมากขึ้น พลังของการสร้างเครือข่าย (Networking Power) จะเป็นพลังตัวหนึ่งของอาเซียนที่มีพลังมาก ทำให้อาเซียนเป็นแกนนำไปสู่การเข้ามา โดยเฉพาะประเทศที่ยกตัวอย่างข้างต้นเท่านั้น ชาวตะวันตกประเทศอื่นก็จะมาเพิ่มมากขึ้น จึงไม่แปลกใจว่าทำไมอาเซียนมีขนาดเล็ก และมี GDP เพียง 2.5 %

ของ GDP โลก แต่กลับมีแรงดึงดูดมาก เป็นทั้งอาเซียน+1 อาเซียน+3 อาเซียน+6 และขณะนี้กำลังต่อยอดถึงอาเซียน+8 นั่นคือรัสเซียกับสหรัฐอเมริกาจะให้ความสนใจอาเซียนมากขึ้นด้วย ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่านี่คือพลังของอาเซียนหรือ AEC อย่างไรก็ตามหากทำการวิเคราะห์เรื่องอาเซียน จะวิเคราะห์เฉพาะเรื่อง AEC อย่างเดียวคงไม่ได้ ต้องวิเคราะห์ให้เห็นพลวัต ความเปลี่ยนแปลงทั้งเอเชีย (Asian Regional Prospective) และต้องดูแนวโน้มของโลก (Global Prospective) ด้วยว่าขณะนี้ประเทศตะวันตกอย่างยุโรป สหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มด้านเศรษฐกิจที่ติดลบเป็นอย่างไร ซึ่งมีความเป็นไปได้มากที่สถานการณ์จะวิกฤติมากกว่านี้อีกจนบางคนบอกว่ายุคสมัยนี้เป็นยุคสมัยของการผงาดขึ้นมาของอาเซียน (ASEAN Rising) จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ต้องหาทางใช้ประโยชน์ให้มาก

ตัวแปรสำคัญด้านแรงงาน ฐานการผลิต และพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแปรหลายๆ ตัวที่ต้องคำนึงถึงในภาคที่เล็กลงไป ประเด็นแรกก็คือ มีการแบ่งงานกันทำใหม่ (Division of labor) อย่างชัดเจน ประเด็นที่สอง มีการจัดสรรทรัพยากรใหม่ (New Resource Allocation) ประเด็นที่สาม เกิดการย้ายฐานการผลิตใหม่ (Economic Relocation) หรือการย้ายฐานธุรกิจใหม่ (Business Relocation) ภายในกลุ่มประเทศอาเซียน ประเด็นที่สี่ มีการเปลี่ยนแปลงของฐานทางการตลาดใหม่ (New Market Base) ภายในอาเซียน ฉะนั้นแล้วเมื่อดูฐานทางการตลาดใหม่ จะดูเฉพาะองค์ประกอบของอุปทาน (Supply Factors) อย่างเดียวยังไม่พอ ต้องดูที่องค์ประกอบของอุปสงค์ (Demand Factors) ด้วย เป็นต้นว่า ผู้บริโภคมีรสนิยมบริโภคอะไร เขาตัดสินใจบริโภคอย่างไร ฉะนั้นเมื่อพิจารณาจากกรณีนี้แล้ว คำว่า “Segmentation Management” จึงมีความสำคัญมาก ทั้งนี้ จะแบ่งกลุ่มใหม่ในอาเซียนอย่างไรจึงจะนำไปสู่การพัฒนาตลาดใหม่ เพราะเมื่อกล่าวถึง AEC ก็มักจะ

กล่าวถึงองค์ประกอบของอุปทาน (Supply Factors) ด้วย เช่น พิจารณาเรื่องการผลิต ภาษี Rule of Origin, Standard เป็นต้น ขณะเดียวกันองค์ประกอบของอุปสงค์ (Demand Factors) ก็มีความสำคัญมาก เช่น พฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behavior) ของอาเซียนเป็นอย่างไรภายใต้ AEC และ Post AEC ซึ่งจำเป็นต้องแยกแยะว่าพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มประเทศสมาชิกเดิม (Core ASEAN Members) คืออาเซียนเก่า 6 ประเทศที่มีระดับขั้นการพัฒนามากกว่าเป็นอย่างไร และต้องวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการบริโภคของประเทศสมาชิกใหม่ (New ASEAN Members) ว่ามีพฤติกรรมการบริโภคเป็นอย่างไร สิ่งหนึ่งที่ต้องตั้งข้อสังเกต และพยายามหาทางใช้ประโยชน์ให้เพิ่มมากขึ้น ก็คือ ประเทศสมาชิกใหม่ (New ASEAN Members) หลายๆ ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว และพม่า ซึ่งอาจไม่รวมเวียดนามด้วย ดูทีวี ละคร โฆษณาไทย และประชากรของประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้มาทำงานในเมืองไทยมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 4-5 ล้านคน ฉะนั้นแรงงานเหล่านี้จะไม่ได้ใช้จ่ายในประเทศของเขา แต่จะเข้าออกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโกโลตัสเป็นประจำ จึงผูกพันและเคยชินกับพฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behavior) หรือแบบอย่างการใช้ชีวิต (Lifestyle) แบบนี้ ฉะนั้นแล้วเมื่อแรงงานเหล่านี้กลับไปประเทศของเขา หรือแม้แต่การติดต่อกับญาติพี่น้องของเขาที่อยู่ในประเทศที่กำลังเปิดประเทศและขยายตัวมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจะใช้ประโยชน์จากสิ่งนี้ได้อย่างไร เพราะนักธุรกิจไทยจำนวนมากเป็นบริษัทคู่ค้า (Suppliers) ที่จัดส่งสินค้าให้ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ร้านดิสเคาน์สโตร์ (Discount Store) รวมทั้งโช่วยต่างๆ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบจากการมีปฏิสัมพันธ์กับแรงงานเหล่านั้นต่อเนื่องกันมา และจะขยายความได้เปรียบนี้อย่างไรที่จะทำให้นักธุรกิจไทยได้รับประโยชน์ดังเช่นประเทศอื่นที่เป็นอาเซียนเก่า เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ที่ไม่มีความได้เปรียบนี้ ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านนี้ค่อนข้างมากเพราะกลุ่มอาเซียนใหม่เป็นประเทศ

ที่เรียกได้ว่าเป็นประเทศที่อยู่ในบาทโซน เป็นประเทศที่ใช้เงินบาท และรับเงินบาท ซึ่งร้านค้าในอย่างกุ่ม พนมเปญ เวียงจันทน์ก็ยินดีรับเงินบาทกันอย่างกว้างขวาง

บทบาทของไทยและศูนย์กลางโลจิสติกส์ (Logistics Hub) ของอาเซียนใหม่

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นส่วนเชื่อมโยงกับประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ ก็คือประเทศไทยเป็น Inland Logistics Hub หรือเป็นศูนย์กลางของอาเซียนใหม่ด้านการเดินทางขนส่งทางบก (Inland Transportation) เพราะไทยเป็นประเทศเดียวในอาเซียนเก่าที่มีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ ซึ่งสามารถพัฒนาระบบโลจิสติกส์หรือใช้ประโยชน์จากโลจิสติกส์ ดังเช่นระบบการขนส่งได้เพิ่มมากขึ้น ฉะนั้นไทยจะขยายความได้เปรียบในหลายๆ ตัวแปรเหล่านี้ให้เพิ่มมากขึ้นได้อย่างไร สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การต่อยอด และเป็นสิ่งที่นักธุรกิจไทยต้องศึกษาอย่างละเอียดให้เข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อสร้างธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ ประการแรก แนวโน้มพฤติกรรมของการบริโภคของประเทศเหล่านี้ ประการที่สอง แบบอย่างการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของประเทศเหล่านี้ และประการสำคัญที่สาม พฤติกรรมการบริโภคของประเทศอื่นที่มีเครือข่ายกับไทยอยู่แล้ว จีน ญี่ปุ่น หรือชาวตะวันตกก็จะเข้าสู่ประเทศไทย และผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ก็จะเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคดังกล่าวเข้ามาแล้ว จะมีพลังการบริโภคเกิดขึ้น ประเทศไทยจะได้รับประโยชน์ และหาประโยชน์จากพลังการบริโภคเหล่านี้อย่างไร

การพัฒนาและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอาเซียน

สิ่งสำคัญประการสุดท้ายที่ต้องให้ความสนใจมากที่สุด ก็คือทุกอย่างจะสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรมนุษย์ หรือ Human Resource ถ้าทรัพยากรมนุษย์เก่งจะมีโอกาสเก็บเกี่ยวช่วงชิงผลประโยชน์จากความได้เปรียบด้านการแข่งขันต่างๆ ที่จะเป็นผลตอบแทนได้ง่ายขึ้น ถ้าไม่เก่งจะแก้ไขปัญหาได้น้อยลง บางครั้งทำให้ไม่สามารถ

เปิดรับประโยชน์ได้มากเท่าที่ควร ฉะนั้นเมื่อเข้าใจอย่างนี้ แล้วการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) จึงเป็นเรื่องที่

สำคัญอย่างมาก ดังนั้น การลงทุนให้บุคลากรทั้งภาค ธุรกิจ หรือการสร้างระบบการศึกษาขึ้นมาเพื่อพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับพลวัตการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้น จึงนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด



Sompop Manarungsan received his Ph.D. in Development Economics in 1989 from Groningen University, The Netherlands, Master of Art in Economics, (English Language Program) in 1978 from Thammasat University, Thailand, Master of Art in Agricultural and Rural Development in 1982 from Institute of Social Studies. The Hague, The Netherlands and Bachelor of Art in Economics in 1975 from Thammasat University, Thailand. Sompop Manarungsan is currently the President of Panyapiwat Institute of Management, Thailand. His research interest covers International economics, development strategies, economics crisis management, China-Japan-USA economics.