

ความเชื่อมั่นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักธุรกิจเป็นเครื่องชี้เศรษฐกิจที่ได้รับการติดตามอย่างกว้างขวางทั้งจากผู้ประกอบธุรกิจและผู้ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ ผลสำรวจความเชื่อมั่นที่เป็นที่รู้จักกันเป็นการทั่วไป ได้แก่ ผลสำรวจผู้บริโภคในสหรัฐฯ ของมหาวิทยาลัยมิชิแกน ผลสำรวจของสถาบันเพื่อการบริหารงานจัดซื้อ (Institute for Supply Management หรือ ISM) ของสหรัฐฯ และผลสำรวจ Tankan Business Survey ของธนาคารกลางญี่ปุ่น เป็นต้น

จากประสบการณ์ในต่างประเทศ การประกาศตัวเลขความเชื่อมั่นที่ต่างไปจากที่ตลาดได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้ามีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ในวันที่มีการประกาศตัวเลข และโดยทั่วไปแล้ว หากผู้บริโภคและนักธุรกิจมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคต ย่อมมีการใช้จ่ายมากกว่าผู้บริโภคและนักธุรกิจที่ไม่มีความเชื่อมั่นภายใต้สภาวะแวดล้อมเดียวกัน ส่งผลต่อเนื่องไปถึงการขยายตัวของการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชน อันเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่หลายประเทศนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคหรือของภาคธุรกิจไปใช้เป็นตัวประกอบย่อยองค์ประกอบหนึ่งของดัชนีชี้นำเศรษฐกิจ (Index of Leading Economic Indicators)

นอกจากนี้ การเผยแพร่ที่รวดเร็วเมื่อเทียบกับเครื่องชี้เศรษฐกิจอื่น ช่วยเพิ่มความสำคัญให้กับดัชนีความเชื่อมั่น ตัวอย่างเช่น ผลสำรวจผู้บริโภคของมหาวิทยาลัยมิชิแกนในแต่ละเดือนจะเผยแพร่ในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของเดือนนั้น ๆ ในขณะที่ข้อมูลการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค (Personal Consumption Expenditure Report) ของเดือนเดียวกันจะเผยแพร่ในสิ้นเดือนถัดไป

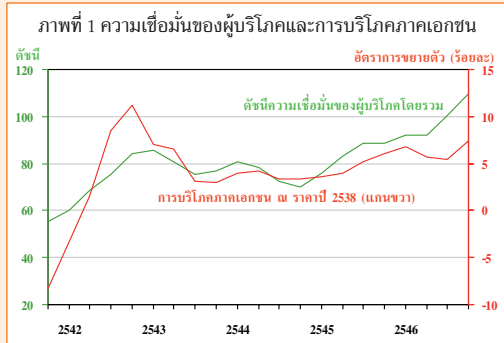
อย่างไรก็ดี นักเศรษฐศาสตร์มีความเห็นไม่ตรงกันต่อประโยชน์ของตัวเลขความเชื่อมั่น โดยนักเศรษฐศาสตร์จำนวนหนึ่งเห็นว่าความเชื่อมั่นไม่ได้เป็นเครื่องชี้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ หนึ่งในจำนวนนั้น ได้แก่ Glen Hubbard อดีตประธาน Council of Economic Advisors ของประธานาธิบดี George W. Bush ซึ่งเคยให้สัมภาษณ์ถึงผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ว่า นักเศรษฐศาสตร์สนใจในสิ่งที่ผู้บริโภคทำมากกว่าสิ่งที่ผู้บริโภคพูด

สาเหตุหนึ่งที่นักเศรษฐศาสตร์กลุ่มนี้เชื่อเช่นนั้น เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นไม่สามารถอธิบายได้ง่ายด้วยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พื้นฐาน โดยเฉพาะในกรณีภาวะทศุติกรรมของผู้บริโภคและผู้ผลิต ปัจจัยความเชื่อมั่นมีบทบาทน้อยมาก แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่สามารถอธิบายได้ ซึ่ง John Maynard Keynes เรียกปัจจัยเบื้องหลังการใช้จ่ายภาคเอกชนที่เศรษฐศาสตร์ไม่สามารถอธิบายนี้ว่า จิตวิญญาณสัตว์ หรือ Animal Spirits

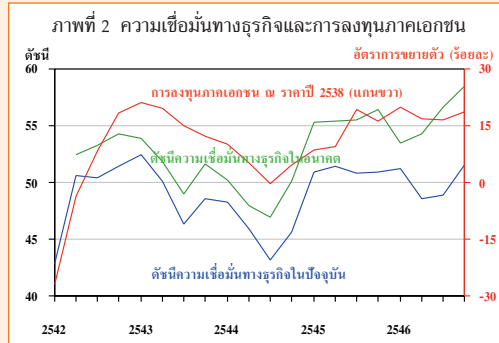
การจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างจิตวิทยาและเศรษฐศาสตร์ (Psychological Economics) ซึ่งแบ่งปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายภาคเอกชนออกเป็นสองส่วนด้วยกัน ได้แก่ ความสามารถในการใช้จ่าย (ability to spend) และความเต็มใจในการใช้จ่าย (willingness to spend) ซึ่งส่วนหลังนี้ขึ้นอยู่กับความมั่นใจของผู้บริโภคและนักธุรกิจต่อฐานะทางการเงินในอนาคตของแต่ละบุคคล ในบริบทนี้ ตัวเลขความเชื่อมั่นสะท้อนถึงผลที่ได้จากการประเมินความเสี่ยงต่อฐานะทางการเงินในอนาคตของผู้ตอบแบบสำรวจจากปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ทิศทางอัตราดอกเบี้ย หรือปัจจัยอื่น ๆ เช่น การเมืองและสงคราม เป็นต้น

ในประเทศไทย การสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจอย่างเป็นระบบเริ่มมีขึ้นหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 โดยมีจุดประสงค์ในการสร้างดัชนีความเชื่อมั่นฯ เพื่อเป็นเครื่องมือให้ทั้งภาครัฐและเอกชนใช้เป็นข้อมูลประกอบการติดตามภาวะธุรกิจและภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ปัจจุบันมีผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจทั้งหมด 3 ชุดที่คณะกรรมการฯ ติดตามและใช้เพื่อประกอบดุลยพินิจในการประมาณการภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มเงินเฟ้อ ได้แก่ ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผลสำรวจความเชื่อมั่นทางธุรกิจของ ธปท. และผลสำรวจความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจทั้ง 3 ชุด เป็นดัชนีที่เรียกว่าดัชนีกระจาย (Diffusion Index) ซึ่งดัชนีประเภทนี้ จะกำหนดค่ากลางหรือเกณฑ์ปกติอยู่หนึ่งค่า หากค่าของดัชนีสูงกว่าค่ากลาง หมายความว่า ความเชื่อมั่นดีขึ้น หากค่าของดัชนีเท่ากับค่ากลาง หมายความว่า ความเชื่อมั่นเท่าเดิมหรือไม่เปลี่ยนแปลง และหากค่าของดัชนีต่ำกว่าค่ากลาง หมายความว่า ความเชื่อมั่นแย่ลง โดยดัชนีของ ธปท. มีค่ากลางที่ 50 ขณะที่ดัชนีอีกสองชุดมีค่ากลางที่ 100

การนำดัชนีความเชื่อมั่นมาใช้ในการอธิบายการใช้จ่ายภาคเอกชน



ที่มา: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาพที่ 1 และ 2 สนับสนุนการนำดัชนีความเชื่อมั่นมาใช้ในการอธิบายการใช้จ่ายภาคเอกชน ทั้งนี้ สังเกตได้ว่าอัตราการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชนและอัตราการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนในบัญชีรายได้ประชาชาติมีความเคลื่อนไหวที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (ข้อมูลรายไตรมาส คำนวณจากค่าเฉลี่ยของดัชนีรายเดือน)

หากพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ทหาความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ และการขยายตัวของการใช้จ่ายภาคเอกชน ได้ผลดังตารางที่ 1 และ 2 ซึ่งอธิบายได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมนั้นมีลักษณะเป็นดัชนีพ้องของการบริโภคภาคเอกชน (ดัชนีมีสหสัมพันธ์สูงสุดกับอัตราการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชนในไตรมาสเดียวกัน) ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจมีลักษณะเป็นดัชนีชี้นำของการลงทุนภาคเอกชน (ดัชนีมีสหสัมพันธ์สูงสุดกับอัตราการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนใน 1 ไตรมาสถัดไป)

ตารางที่ 1 สหสัมพันธ์ของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมกับอัตราการขยายตัวของภาคเอกชน ณ ราคาคงที่ (%ΔC) ในช่วงเวลาต่าง ๆ (ข้อมูลระหว่างไตรมาสที่ 4 ปี 2541 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2546)

	%ΔC(-3)	%ΔC(-2)	%ΔC(-1)	%ΔC	%ΔC(+1)	%ΔC(+2)	%ΔC(+3)
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	0.572	0.673	0.706	0.720	0.577	0.057	0.531

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บหลัง %ΔC หากเป็นลบ หมายถึง ไตรมาสก่อนหน้า หากเป็นบวก หมายถึง ไตรมาสถัดไป ถ้าไม่มีวงเล็บ หมายถึงไตรมาสเดียวกัน ช่องที่แรเงามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด

ตารางที่ 2 สหสัมพันธ์ของดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจกับอัตราการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชน ณ ราคาคงที่ (%ΔI) ในช่วงเวลาต่าง ๆ (ข้อมูลระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี 2542 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2546)

	%ΔI(-3)	%ΔI(-2)	%ΔI(-1)	%ΔI	%ΔI(+1)	%ΔI(+2)	%ΔI(+3)
ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจในปัจจุบัน	-0.010	0.178	0.404	0.685	0.794	0.649	0.274
ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจในอนาคต	-0.091	-0.036	0.169	0.543	0.793	0.763	0.555

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บหลัง %ΔI หากเป็นลบ หมายถึง ไตรมาสก่อนหน้า หากเป็นบวก หมายถึง ไตรมาสถัดไป ถ้าไม่มีวงเล็บ หมายถึงไตรมาสเดียวกัน ช่องที่แรเงามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด

โดยสรุปความเชื่อมั่นกับการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างมากดังที่เห็นได้จากความสัมพันธ์ทางสถิติและการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกันระหว่างดัชนีความเชื่อมั่นต่างๆ และการใช้จ่ายภาคเอกชน ซึ่งผลการวิเคราะห์เบื้องต้นนี้ ไม่แตกต่างไปจากผลการศึกษาในประเทศอื่นมากนัก