

การเป็นผู้ประกอบการในเชื่อมั่นของวิกฤติเศรษฐกิจโลก
 Entrepreneurship in economic confidence.The world crisis.

กิตตินันต์ พิศสุวรรณ

Kittinant Phitsuwan,

นักวิชาการอิสระ

, ธนศักดิ์ สอนไทย,

Thanksak Somthai

ศรินทร์ทิพย์ อบเชย

Sarintilp Obchay

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

บทคัดย่อ

การเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีผลต่อขนาดผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อันเนื่องมาจากการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนจะส่งผลต่อไปยังการทำงานของตัวทวิคูณทางเศรษฐกิจบทความนี้ได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับรายได้ และความสัมพันธ์ของการคาดการณ์ทางเศรษฐกิจกับการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของผู้บริโภค ด้วยการอ้างอิงถึงดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ, ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนและความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค ในปี 2559 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดที่ปรากฏ เพื่อแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจและการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของผู้บริโภคจะส่งผลต่อไปยัง เป้าหมายการดำเนินนโยบายการเงิน การคลัง และการขยายตัวของเศรษฐกิจในท้ายที่สุด

คำสำคัญ : การเป็นผู้ประกอบการ, ความเชื่อมั่น, เศรษฐกิจ

Entrepreneurship, confidence, economy

Abstract

The consumption have importance to economics growth. As a result of the one factor that impact to magnitude of Gross Domestic Product. In consideration of household consumption will transmission to Economics Multiplier.

In this article has proposed of the link between consumption expenditures and income, the involvement of economics expectation and rational expectation of consumer. Hereby

to reference of Business Sentiment Index, Private Consumption Index and consumer confidence index in 2016 to demonstrate the direction relate to indicators. To indicated that the economics confidence and rational expectation of consumer will implied to the target of monetary and fiscal policies and eventually to economics growth

Keywords : Consumption , Confidence , Economy

บทนำ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นผลมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายประการ แต่หนึ่งในปัจจัยที่ขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการของภาคครัวเรือนนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อขนาดของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ทั้งนี้ การเป็นผู้ประกอบการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญด้านอุปสงค์มวลรวม(Demand Sides) โดยค่าใช้จ่ายในการเป็นผู้ประกอบการคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 52.50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2559(สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2560)ดังนั้น การเข้าใจถึงพฤติกรรมและการวางแผนในการใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ ของภาคครัวเรือน จะนำไปสู่การบริหารจัดการสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะมีผลต่อการจัดสรรทรัพยากร การผลิต และการลงทุนได้อีกทางหนึ่ง อันก่อให้เกิดผลต่อเนื่องเป็นทวีคูณต่อระบบเศรษฐกิจ (Multiplier Effect) กล่าวคือการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนจะเปลี่ยนเป็นรายได้ของภาคธุรกิจซึ่งจะก่อให้เกิดการขึ้นในการขยายการลงทุนและการจ้างงานต่อไป ผลดังกล่าวจะเกิดการไหลกลับของวงจรกระแสการหมุนเวียนของปริมาณเงินในด้านรายได้จาก ค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตหรือค่าจ้างกลับไปสู่ภาคครัวเรือนและชักนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการใช้จ่าย เป็นวงจรเช่นนี้เรื่อยไปอย่างไรก็ตามปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ในทางเศรษฐศาสตร์มีหลากหลายปัจจัยได้แก่ รายได้, รสนิยมของผู้บริโภค, วัฒนธรรมจิตวิทยา สิ่งแวดล้อมทางสังคม ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันอิทธิพลของสื่อและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้จ่ายของผู้บริโภคบนพื้นฐานความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ดร.วีรพงษ์ รามางกูร อธิบายว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence) เป็นการประมาณความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อเศรษฐกิจโดยรวม และสถานการณ์เศรษฐกิจส่วนบุคคล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการใช้จ่ายของผู้คนและมักถูกนำไปใช้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตามมีข้อมูลอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลตัวเลขสถิติทางเศรษฐกิจ ที่ชี้ให้เห็นถึงการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนที่มักใช้ในการอ้างอิง ได้แก่ ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค(Consumer Price Index :CPI) ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อนให้ทราบถึงค่าครองชีพของประชาชนซึ่งมักใช้ควบคู่กับเงินเฟ้อ(Inflation) ที่แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวสูงขึ้นของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคหรือ การที่ระดับราคาสินค้าสูงเพิ่มขึ้น อันเป็นผลส่วนหนึ่งที่เกิดจากการใช้จ่ายในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น นั่นเองจากที่กล่าวมาข้างต้นบทความวิชาการนี้ต้องการอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค และการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของผู้บริโภค เนื่องจากในทางเศรษฐศาสตร์การใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของประชาชน จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง ซึ่งในท้ายที่สุดจะส่งผลกระทบต่อขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ เป็นการวัดโดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างตามระเบียบวิธีวิจัยหรือ เป็นการใช้ข้อมูลทางเศรษฐกิจในลักษณะของ ตัวเลขดัชนี ต่างๆ เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทางเศรษฐกิจ ในปัจจุบันมีหลายหน่วยงาน ได้จัดทำขึ้น อาทิ ธนาคารแห่งประเทศไทย, สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฯ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิงประกอบการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะเป็นเครื่องส่งสัญญาณในการส่งผ่านกลไกการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทางเศรษฐกิจที่สำคัญๆ ข้อมูลความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจที่เผยแพร่ในปัจจุบันมีหลายกลุ่มหลายประเภท ขึ้นกับวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำและการนำไปใช้ประโยชน์ หนึ่งในข้อมูลเหล่านั้นคือ เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจ (Economic Indicator) อันเป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคเอกชน โดยเครื่องชี้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic Environment Indicator) หรือบางที่เรียกว่า ดัชนีภาวะเศรษฐกิจ มี 3 ประเภทได้แก่ 1.ดัชนีชี้ภาวะเศรษฐกิจ (Leading Economic Indicator) เป็นข้อมูลสถิติต่างๆที่ปรับตัวล่วงหน้าก่อนการปรับตัวของภาวะเศรษฐกิจส่วนรวม เช่น ดัชนีราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ 2. ดัชนีพร้อมภาวะเศรษฐกิจ (Coincident Economic Indicator) เป็นข้อมูลสถิติต่างๆที่ปรับตัวพร้อมกับการปรับตัวของภาวะเศรษฐกิจส่วนรวม เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค และ 3.ดัชนีชี้ตามภาวะเศรษฐกิจ (Lagging Economic Indicator) เป็นข้อมูลสถิติต่างๆที่ปรับตัวล่าช้ากว่าการปรับตัวของเศรษฐกิจส่วนรวม เช่น ระยะเวลาการว่างงานโดยเฉลี่ย

นอกจากนี้ยังมีดัชนีที่นิยมใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงอีกชุดหนึ่งคือ ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Business Sentiment Index) ซึ่งเป็น ดัชนีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจัดทำขึ้นจากข้อมูลซึ่งได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจะนำมาจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ 1.ผลประกอบการโดยทั่วไปของบริษัท ที่จะสะท้อนภาพรวมของสภาพการณ์ทางธุรกิจ 2.ปริมาณการผลิต/การคา/การบริการ สะท้อนการใช้กำลังการผลิตของภาคธุรกิจ 3.การจ้างงานของบริษัท สะท้อนภาวะธุรกิจของบริษัทและภาวะตลาดแรงงาน 4.การลงทุนของบริษัทสะท้อนว่าหากบริษัทเพิ่มการลงทุนแสดงว่าเศรษฐกิจดีขึ้น 5.คำสั่งซื้อทั้งหมดสะท้อนความต้องการของตลาดซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไรของบริษัท 6. ต้นทุนของการประกอบการ สะท้อนภาพว่าต้นทุนการผลิตธุรกิจของบริษัทหรือไม่ ค่าดัชนีที่คำนวณขึ้นเป็นค่าดัชนี 2 ตัวคือ ค่าดัชนีความเชื่อมั่น ณ เดือนที่สำรวจ และค่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในเดือนถัดไป ซึ่งเป็นดัชนีความเชื่อมั่นที่สำรวจล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน ค่าดัชนีที่คำนวณหากมีค่าเท่ากับ 50 แสดงถึง ความเชื่อมั่นทางธุรกิจทรงตัว ถ้าดัชนีมีค่ามากกว่า 50 แสดงถึง ความเชื่อมั่นทางธุรกิจดีขึ้นและหากดัชนีมีค่าน้อยกว่า 50 แสดงถึงความเชื่อมั่นทางธุรกิจแยลง(ธนาคารแห่งประเทศไทย,2559)

สำหรับดัชนีที่บ่งชี้ถึงความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของผู้บริโภคได้แก่ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (Consumer Confidence Index) ซึ่งเป็นดัชนีที่ใช้วัดหรือประเมินความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในปัจจุบันและอนาคต รายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต การประเมินความรู้สึกของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสามารถอธิบายแนวโน้ม การว่างงาน อัตราเงินเฟ้อ หรือเงินฝืด ตลอดจนขนาดของรายได้ที่แท้จริงได้ ซึ่งจะช่วยให้รัฐบาลสามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจได้ใกล้เคียงกับความจริงได้มากที่สุด(ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย,2559)

สำหรับดัชนีชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจัดทำขึ้นเพื่อใช้ติดตามภาวะและการประเมินแนวโน้มการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน คือดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index หรือ PCI) เป็นดัชนีชี้ทิศทางการอุปโภคบริโภคของภาคเอกชน โดยคำนวณจาก 5 องค์ประกอบหลักได้แก่ ดัชนีการใช้จ่ายสินค้าไม่คงทน(ประกอบด้วยดัชนีค้าปลีก, ปริมาณการใช้เชื้อเพลิงประเภทต่างๆและปริมาณการใช้ไฟฟ้าภาคครัวเรือน) ดัชนีการใช้จ่ายสินค้าคงทน(ประกอบด้วยยอดค้าปลีกสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม และปริมาณการนำเข้าสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม)ดัชนีการใช้จ่ายสินค้าคงทน(ประกอบด้วย ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง รถจักรยานยนต์และรถยนต์เชิงพาณิชย์)ดัชนีการใช้จ่ายภาคบริการ(ประกอบด้วยภาษีมูลค่าเพิ่มกลุ่มโรงแรมและภัตตาคาร และ

ยอดขายภาคบริการภาคคมนาคมขนส่ง)และดัชนีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(ประกอบ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ) (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2559)

ส่วนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับการเป็นผู้ประกอบการ ในบทความนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการกับรายได้ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ มีนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นผู้ประกอบการกับรายได้ โดยมีทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการและรายได้ ดังนี้ 1.ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการที่สัมพันธ์กับรายได้สัมบูรณ์ (Absolute Income Theory of Consumption) เป็นทฤษฎีตามแนวคิดของ John Maynard Keynes ซึ่งอธิบายว่าการเป็นผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในเวลาใดเวลาหนึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับรายได้สัมบูรณ์(Absolute Income)ที่เกิดขึ้นในเวลานั้น ซึ่งรายได้สัมบูรณ์ก็คือรายได้สุทธิหลังหักภาระภาษีของบุคคล โดย Keynes ชี้ให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรายได้สัมบูรณ์ในทิศทางเดียวกัน แต่เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้สัดส่วนกัน (Nonproportional relationship) อย่างไรก็ตาม Siman Kutznets ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นผู้ประกอบการกับรายได้ ในช่วงระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น พบว่า ระดับการเป็นผู้ประกอบการกับระดับรายได้ มีความสัมพันธ์ที่ได้สัดส่วนกัน (Proportional Relationship) ชี้ให้เห็นว่า การเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Keynes เป็นการเป็นผู้ประกอบการในระยะสั้น แต่ในระยะยาวครัวเรือนจะใช้จ่ายในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้นกว่าเดิม และเป็นสัดส่วนกันกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น 2.ทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบ(Relative Income Theory of Consumption) James S. Duesenberry ได้พัฒนาทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการที่สัมพันธ์กับรายได้เปรียบเทียบ โดยอธิบายว่าการเป็นผู้ประกอบการมิได้มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้สัมบูรณ์เท่านั้น แต่จะมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้เปรียบเทียบ (relative Income) กับบุคคลอื่นด้วย กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้เมื่อเปรียบเทียบต่ำกว่าระดับรายได้เฉลี่ยของคนในสังคม มีแนวโน้มที่เขาจะใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ของเขา เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะเขาจะพยายามรักษาระดับการเป็นผู้ประกอบการของเขาให้ใกล้เคียงกับระดับการเป็นผู้ประกอบการเฉลี่ยของคนในสังคม ทั้งๆที่ระดับรายได้ของเขาค่อนข้างต่ำก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของแต่ละบุคคลมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะเป็นอิสระจากกัน และอาจเป็นการเลียนแบบหรือการเอาอย่างกันในการเป็นผู้ประกอบการ (Demonstration Effect) ฉะนั้นการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันจะถูกกำหนดโดยแบบแผนของการเป็นผู้ประกอบการในอดีตกล่าวคือ สัดส่วนของรายได้ที่นำไปใช้ในการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้สัมบูรณ์(Absolute Income)แต่ขึ้นอยู่กับรายได้เปรียบเทียบ ทั้งนี้ Duesenberry ชี้ให้เห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าบุคคลจะรักษาแบบแผนการเป็นผู้ประกอบการของตนกับระดับรายได้สูงสุดที่เขาได้รับมาก่อน

ผู้บริโภคจะไม่เต็มใจลดระดับการเป็นผู้ประกอบการของตนมากนัก เพราะความเคยชินกับมาตรฐานการครองชีพเดิม ด้วยเหตุนี้เอง เมื่อรายได้ลดลง บุคคลจะลดการเป็นผู้ประกอบการแต่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่เมื่อเศรษฐกิจขยายตัวรายได้ที่ได้อาจเพิ่มขึ้น การเป็นผู้ประกอบการจะเพิ่มซ้ำลง และการออมจะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานรายได้เปรียบเทียบของ Duesenberry ที่มีลักษณะเป็นผลสะท้อนกลับ (Ratchet effect) 3. ทฤษฎีรายได้ถาวร (Permanent Income Theory of Consumption) Milton Friedman ได้อธิบายการเป็นผู้ประกอบการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง นอกจากจะขึ้นอยู่กับรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับรายได้ในอนาคตที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับอีกด้วย นั่นคือ ในปัจจุบันการใช้จ่ายในการเป็นผู้ประกอบการนั้น ไม่จำเป็นต้องผูกพันกับรายได้ในปัจจุบันตราบเท่าที่ผู้บริโภคสามารถใช้รายได้ในอนาคตโดยการกู้ยืมและยอมเสียดอกเบี้ยตามแนวคิดของ Friedman รายได้ถาวรหมายถึงรายได้เฉลี่ยระยะยาวที่คาดว่าจะได้รับจากการทำงานและจากสินทรัพย์อื่น ๆ ที่บุคคลถือไว้ (ร่ำพิง เวชยันต์วุฒิ ,2540) จากพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการที่สัมพันธ์กับรายได้ ไม่ว่าจะเป็นรายได้สัมบูรณ์ รายได้เปรียบเทียบ หรือรายได้ถาวร สะท้อนให้เห็นว่าระดับการเป็นผู้ประกอบการขึ้นกับรายได้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และการคาดการณ์เกี่ยวกับรายได้ในอนาคต ทั้งนี้ในงานวิจัยของ Karl Whelan (2011) พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรที่มีนัยสำคัญคือการคาดการณ์รายได้ในอนาคต และรายได้ที่แท้จริงในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang Tai Hsieh (2003) ที่พบว่า การตอบสนองของชาวอลาสก้าต่อรายได้ประจำปีที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐ ทำให้การใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นตามการคาดการณ์ของประชาชนถึงรายได้ในอนาคตของเขา จากกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงของรัฐอลาสก้าและ John J. Heim (2009) พบว่ารายได้ที่ใช้จ่ายได้จริงของภาคครัวเรือนเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญในแบบจำลองอุปสงค์ในการเป็นผู้ประกอบการ

ในกรณีของประเทศไทยจากข้อมูลตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจปัจจุบันที่สะท้อนสถานการณ์เศรษฐกิจที่เป็นอยู่และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งได้จากการสำรวจเพื่อสะท้อนความเชื่อมั่นในสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ในปี 2559 ที่ผ่านมามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 49.55 ซึ่งน้อยกว่า 50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นภาคธุรกิจแยลง สอดคล้องกับผลการสำรวจความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคในปี 2559 ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 62.18 ซึ่งต่ำกว่า 100 ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความไม่เชื่อมั่นในภาวะทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับผลสำรวจของสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยเนชั่น ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 58.41 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจในปี 2559 จะแยลง ประกอบกับเมื่อพิจารณาข้อมูลดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ของธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี 2559 พบว่าดัชนีมีค่าเฉลี่ยในระดับร้อยละ 117.82 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ John (2009) ที่พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีผลต่ออุปสงค์ในการใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและการลงทุน

ความสัมพันธ์ของการคาดการณ์ทางเศรษฐกิจกับการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของผู้บริโภค

ในยุคปัจจุบันที่การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ รุดหน้าไปอย่างมาก และผลของความก้าวหน้าในการแพร่กระจายข่าวสาร ส่งผลต่อการคาดการณ์อย่างมีเหตุผล (Rational Expectations) ของประชาชน ซึ่งเป็นสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ในแง่ที่ว่า มนุษย์จะตัดสินใจทางเศรษฐกิจโดยพิจารณาจากข่าวสารที่หาได้ทั้งหมดว่า ผลจากการตัดสินใจจะเป็นอย่างไรในอนาคต การกำหนดการคาดการณ์ของมนุษย์จะกระทำบนพื้นฐานของพฤติกรรมในการเสาะแสวงหาข่าวสารและพิจารณาข่าวสารอย่างมีเหตุผลเพราะมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ ผู้ใช้แรงงาน ผู้บริโภคหรือผู้ลงทุน ก็ล้วนแต่ต้องใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น โดยมนุษย์จะใช้ประโยชน์จากข่าวสารต่างๆที่หาได้ในทางที่ดีที่สุด และพิจารณาถึงสิ่งต่างๆรวมทั้งนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล ในการคาดการณ์ของเขาในอนาคต มนุษย์จะมีการวางแผนในอนาคตทั้งที่รู้ว่าเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนและเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจผิดพลาด แต่มนุษย์จะเรียนรู้จากประสบการณ์และหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่อย่างผิดๆอันจะส่งผลกระทบต่ออนาคตของเขาเอง และกลไกการทำงานทางเศรษฐกิจจะดำเนินไปในลักษณะที่ให้คุณต่อผู้ที่มีการคาดการณ์ที่ดี และให้โทษต่อผู้ที่ไม่มีการคาดการณ์ที่ดี โดยการศึกษาของ Sadullah Celik(2010) พบว่าการตอบสนองของผู้บริโภคมีส่วนถูกชี้้นำจากข้อมูลข่าวสารที่แสดงถึงสภาวะเศรษฐกิจในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sydney C. Ludvigson(2004) ที่พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารล่วงหน้ามีผลต่อเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการเป็นผู้ประกอบการโดยข้อมูลที่มีอิทธิพลได้แก่ ดัชนีชี้วัดทางการเงิน การคาดการณ์ถึงรายได้ในอนาคต และอัตราการว่างงาน ในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกใหม่ (New Classical Economics) ต่อการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลนั้น มนสิศรี พันธุลาภ อธิบายให้เห็นว่านโยบายของรัฐที่มุ่งจะกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นโดยใช้นโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย หรือใช้นโยบายการคลังแบบขยายตัวในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซา ผลของการดำเนินนโยบายดังกล่าวอาจจะไม่มีประสิทธิภาพตามที่คาดหวังไว้ แต่มิได้หมายความว่า นโยบายการเงินการคลังจะไม่มีบทบาทอะไร โดยนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกใหม่เชื่อว่าการดำเนินนโยบายการเงินในการ จัดการภาวะเงินเฟ้อเพื่อควบคุมให้การเพิ่มขึ้นของระดับราคาอยู่ในระดับต่ำพอสมควรระดับหนึ่ง(การใช้นโยบายการเงิน แบบกำหนดเป้าหมายอัตราเงินเฟ้อ) การดำเนินนโยบายลักษณะดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อแผนการผลิต และการจ้างงานของหน่วยเศรษฐกิจ แต่หลังจากที่ได้มีการปรับตัวไประยะหนึ่ง หน่วยเศรษฐกิจก็จะตระหนักถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการควบคุมภาวะเงินเฟ้อและจะวางแผนการผลิต ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ซึ่งเมื่อเป็นไปตาม

นี้แล้วนโยบายการเงินก็จะใช้ในลักษณะของการเพิ่มปริมาณเงินในอัตราที่เหมาะสมและจะไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อระดับการจ้างงานแต่อย่างใด เนื่องจากการคาดการณ์ของประชาชนได้คำนึงถึงผลกระทบทางด้านราคาของนโยบายการเงินอยู่แล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายการดำเนินนโยบายการเงินของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกใหม่ ก็คือการขจัดความไม่แน่นอนของระดับราคาในอนาคตโดยวิธีทางนี้เชื่อว่านโยบายดังกล่าวจะทำให้ระบบเศรษฐกิจเจริญเติบโตไปอย่างมีเสถียรภาพและจะไม่ประสบกับปัญหาการว่างงาน ทั้งนี้จากการศึกษาของ Kelvin A. Sergeant (2011) พบว่าในระยะสั้นดัชนีความเชื่อมั่นในการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรนโยบายที่สำคัญตัวแปรหนึ่งในระบบเศรษฐกิจซึ่งดัชนีความเชื่อมั่นในการเป็นผู้ประกอบการ และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและดัชนีความเชื่อมั่นในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถพยากรณ์ของอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากการที่การเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรายได้ แต่รายได้ดังกล่าวหมายถึง รายได้สัมบูรณ์ตามแนวคิดของเคนส์ หรือรายได้เปรียบเทียบกับแนวคิดของดิวเซนเบอรี หรือรายได้ถาวรตามแนวคิดของฟริดแมน ความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับรายได้ ที่แตกต่างกันนี้จะมีผลทำให้การเปลี่ยนแปลงมาตรการของนโยบายเศรษฐกิจซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อระดับอุปสงค์รวมต่างกัน เช่นในกรณีของการลดอัตราภาษีเงินได้เพื่อกระตุ้นอุปสงค์รวมนั้น ถ้าการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรายได้สัมบูรณ์ตามแนวคิดของเคนส์ จะทำให้รายได้สุทธิหลังหักภาษีเพิ่มขึ้นและจะมีผลต่อไปทำให้การเป็นผู้ประกอบการและอุปสงค์รวมเพิ่มขึ้นได้ แต่ถ้าการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรายได้ถาวรซึ่งขึ้นอยู่กับกระแสรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีจะไม่เกิดผลกระทบต่อกระแสรายได้ในอนาคต ดังนั้นพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของประชาชนในปัจจุบันก็จะคงเดิม การลดอัตราภาษีก็จะมีอิทธิพลกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการและอุปสงค์รวมตามที่ผู้วางนโยบายเศรษฐกิจต้องการ ดังเช่นผลการวิจัยของ Karl Whelan (2011) พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยการคาดการณ์ถึงรายได้ในอนาคต รายได้ที่แท้จริงในปัจจุบัน มูลค่าที่แท้จริงของสินทรัพย์และการคาดการณ์ผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ นอกจากนี้ได้ทำการทดสอบแบบจำลอง Rational Expectations Permanent Income Hypothesis (RE-PIH) พบว่าการคาดการณ์ของผู้บริโภคต่อรายได้ในอนาคตจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้น ในปัจจุบัน และยังชี้ให้เห็นว่า หากครัวเรือนมีการคาดการณ์อย่างมีเหตุผล การที่รัฐใช้นโยบายการคลังแบบขาดดุลด้วยการลดภาษีชั่วคราว จะมีผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันน้อยกว่าหนึ่งเพราะครัวเรือนคาดว่า การลดภาษีในวันนี้จะมีผลต่อการเพิ่มภาษีในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Robert McClelland (2008) ที่ได้ทดสอบผลกระทบของการคืนภาษีให้ผู้เสียภาษี เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนสหรัฐอเมริกา ตามนโยบายในการลดภาษีและเพิ่มงบประมาณการใช้จ่ายของรัฐบาล เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐฯ

โดยที่ประชาชนไม่ได้คาดการณ์การว่างนโยบายการลดภาษี เป็นนโยบายชั่วคราวหรือถาวรและประชาชนไม่ได้คาดการณ์ถึงผลที่อาจมีการเพิ่มภาษี ในอนาคตเพื่อชดเชยการขาดดุลงบประมาณ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่ได้รับเงินคืนจากการเสียภาษีอากร มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 12-30 จากเงินภาษีที่ได้รับคืน จึงเห็นได้ว่าการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจจะต้องคำนึงถึงการคาดการณ์ของประชาชน เพราะผลของการคาดการณ์อย่างมีเหตุผล มีผลต่อเป้าหมายการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ หากประชาชนได้มีการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลโดยใช้ข่าวสารข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีต ปัจจุบัน และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกการส่งผ่านของตัวแปรในระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างดี ดังที่ พงศ์ศักดิ์ เหลืองอร่ามและยุทธนา เศรษฐปราโมทย์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของนโยบายการเงินผ่านการสื่อสารของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า Latent Semantic Analysis และ Wordfish ในการวิเคราะห์เนื้อหาและการคำนวณโดยใช้หลักการทางสถิติ พบว่าการเผยแพร่ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย ซึ่งประกอบด้วยการแถลงข่าวผลการประชุมของคณะกรรมการนโยบายการเงิน, การเผยแพร่รายงานนโยบายการเงิน รายไตรมาสและการเปิดเผยรายงานประชุม กนง.ฉบับย่อ มีผลต่อค่าดัชนีการสื่อสารที่ได้จากรายงานผลการประชุมของ กนง. มีการเคลื่อนไหวที่สอดคล้องกับค่าพยากรณ์แนวโน้มผลผลิตและอัตราเงินเฟ้อล่วงหน้า 4 และ 8 ไตรมาส ตลอดจนมีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการพยากรณ์การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับอัตราดอกเบี้ยนโยบายแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านรายงานผลการประชุมของ กนง.มีส่วนช่วยให้กลไกการส่งผ่านของนโยบายการเงินเกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการตอบสนองของการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยระยะยาวในตลาดเงินและการที่ทำให้ผลผลิตและอัตราเงินเฟ้อ มีขนาดการตอบสนองที่สูงขึ้นในระยะเวลาที่เร็วขึ้น ดังนั้นการที่ประชาชน มีการคาดคะเนผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายเศรษฐกิจและได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตน จะมีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายเศรษฐกิจที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง

สรุป

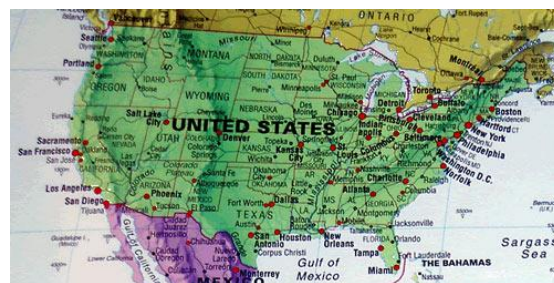
ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค เป็นการประมาณความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่และคาดการณ์ถึงภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ทั้งนี้การวัดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคไม่ว่าจะวัดด้วยการสำรวจความคิดเห็นผ่านดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคหรือเป็นการประเมินแนวโน้มการใช้จ่าย โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติจากดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน เป็นสิ่งที่สะท้อนให้ทราบถึงพฤติกรรม การใช้จ่ายและการวางแผนเพื่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคในอนาคต บนพื้นฐานความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์มีหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดระดับการเป็นผู้ประกอบการคือรายได้ ซึ่งตามทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญ

กับประเภทของรายได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องได้แก่ รายได้สัมบูรณ์ รายได้เปรียบเทียบและรายได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังมีผลของการคาดการณ์อย่างมีเหตุผลของผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้อง ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบายการเงิน นโยบายการคลัง ที่อาจมีประสิทธิภาพในขอบเขตที่จำกัด อย่างไรก็ตาม ในท้ายที่สุดระดับการเป็นผู้ประกอบการ การคาดการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างมีเหตุผลและการใช้นโยบายทางเศรษฐกิจ ในการกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการของภาคครัวเรือน จะมีผลต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

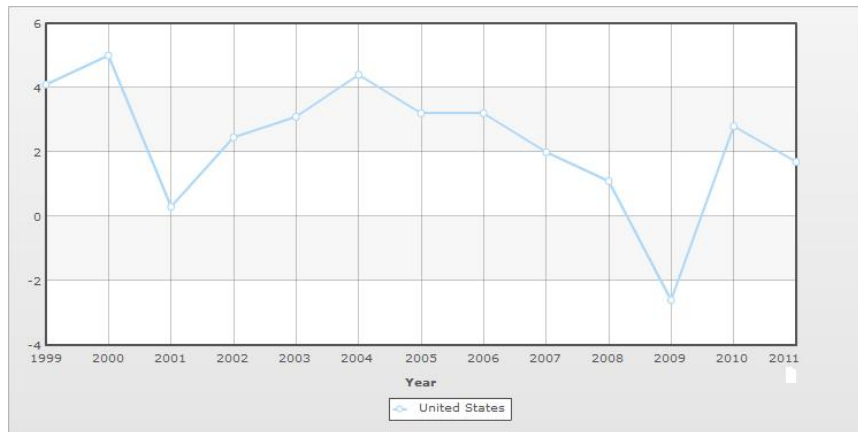
เศรษฐกิจเริ่มเกิดขึ้นที่สหรัฐอเมริกาและส่งผลกระทบต่อเนื่องไปทั่วโลก บางครั้งเรียกว่าวิกฤตซับไพรม์หรือวิกฤตหนี้ดีของคุณภาพ (Sub-Prime Crisis) เนื่องจากเกิดปัญหาการบริหารจัดการสินเชื่อสังหาริมทรัพย์ (Sub-Prime Mortgage) ผิดพลาด และผลของการกำกับดูแลกลุ่มวานิชธนกิจ (Investment Banking) ไม่รัดกุม จนทำให้เกิดปัญหาขาดสภาพคล่องและคุกคามความมั่นคงของสถาบันการเงิน ทำให้บริษัทใหญ่หลายบริษัทในสหรัฐอเมริกาต้องล้มละลายปิดกิจการ และเกิดวิกฤตเศรษฐกิจลูกกลมกระทบไปทั่วโลกนับว่ารุนแรงที่สุดนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1930 ส่งผลให้อำนาจและความน่าเชื่อถือของสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศตะวันตกลดลง โดยเฉพาะชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกาในฐานะผู้นำโลกลดลงด้วย

มีหลายปัจจัยที่ก่อให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจครั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา
2. การบริหารจัดการสินเชื่อสังหาริมทรัพย์คุณภาพต่ำและการเกิดหนี้สูญ
3. การเก็งกำไรของกลุ่มวานิชธนกิจหรือบรรษัทเงินทุนในสหรัฐอเมริกา



GDP - real growth rate (%)



Country	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
United States	4.1	5	0.3	2.45	3.1	4.4	3.2	3.2	2	1.1	-2.6	2.8	1.7

Source: CIA World Factbook - Unless otherwise noted, information in this page is accurate as of January 1, 2011

การบริหารจัดการสินเชื่อสังหาริมทรัพย์คุณภาพต่ำ และการเกิดหนี้สูญ

สินเชื่อสังหาริมทรัพย์คุณภาพต่ำหรือซับไพรม์ (Subprime) เป็นสินเชื่อประเภทหนึ่งที่สถาบันการเงินปล่อยเงินกู้แก่ลูกค้าที่มีทรัพย์สินค้ำประกันมูลค่าน้อยกว่าเงินกู้หรือเป็นลูกค้าที่มีประวัติการเงินไม่ดี มีแนวโน้มผิดนัดชำระหนี้หรือมีความเสี่ยงสูง แต่สามารถคิดอัตราดอกเบี้ยได้สูงกว่าปกติ ทำให้สถาบันการเงินที่ต้องการทำกำไรมากกว่าปล่อยสินเชื่อประเภทซับไพรม์ ผลของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ยิ่งทำให้ปล่อยเงินกู้ได้ง่ายขึ้น ผลปรากฏว่าสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นประเภทซับไพรม์เป็นจำนวนมาก ดังนั้นเมื่อเกิดภาวะเงินเฟ้อ การใช้นโยบายเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อ จึงส่งผลกระทบต่อผู้ที่กู้เงินมาซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อเก็งกำไรขณะที่ราคาอสังหาริมทรัพย์ลดลงเรื่อยๆ ทำให้ไม่สามารถชำระดอกเบี้ยและคืนเงินกู้ได้ ผลสุดท้ายทำให้เกิดหนี้เสียหรือหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เป็นจำนวนมาก

ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจ

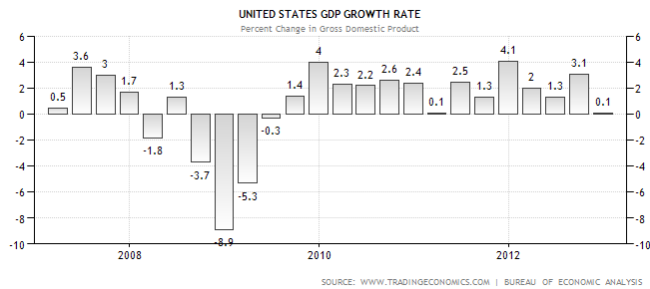
ระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันการลงทุน การค้าระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกันทั่วโลก ดังนั้นระบบการค้า การเงินการคลังและการลงทุนทางด้านต่างๆของแต่ละประเทศจะเชื่อมโยงถึงกันและเมื่อเกิดผลกระทบก็จะทำให้ได้รับผลกระทบลูกกลมแพร่กระจายได้กว้างขวางถึงกันทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศมหาอำนาจเมื่อเกิดปัญหาทางการเงินขาดสภาพคล่อง สถาบันการเงินบางแห่งล้มละลาย

ปิดกิจการจะส่งผลกระทบต่อการค้าและการเดินทางธุรกิจ อุตสาหกรรมอื่นๆที่เชื่อมโยงกันต้องหยุดชะงักหรือขาดทุน เกิดการว่างงาน เศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาอยู่ในภาวะถดถอยส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลกทั้งในตลาดการค้า ตลาดเงิน ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกและระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศที่มีสหรัฐอเมริกาเป็นคู่ค้าที่สำคัญ สำหรับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาสามารถสรุปได้ดังนี้

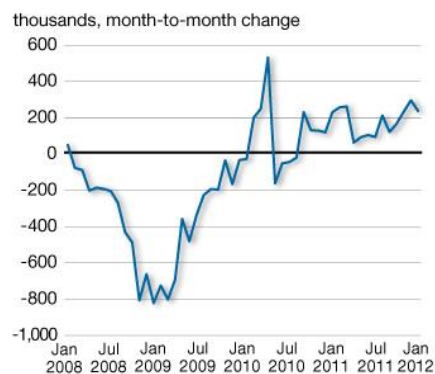
1. ภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก
2. การค้าระหว่างประเทศลดลงทั่วโลก
3. สถาบันการเงินทั่วโลกสิ้นคลอน
4. ตลาดหุ้นทั่วโลกตกลงอย่างรุนแรง

ภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก

การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกามีได้มีผลกระทบต่อประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงประเทศเดียวแต่จะส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงไปทั่วโลกเนื่องจากสหรัฐอเมริกาคือประเทศมหาอำนาจและเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้งทางด้านการค้า การลงทุนและการเงินข้ามชาติ ผลกระทบครั้งนี้ทำให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั่วโลกลดลง โดยเฉพาะในปี 2009 เป็นปีที่ได้รับผลกระทบรุนแรงผลผลิตมวลรวมประชาชาติของสหรัฐอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป และเอเชียลดลง เนื่องจากเมื่อเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาคollapseจะทำให้การบริโภค การลงทุนลดลง ส่งผลให้ประเทศอื่นๆที่เกี่ยวข้องมีอุปสงค์รวมลดลงด้วยจึงทำให้อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศอื่นๆลดลงเช่นกัน ตัวอย่างการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจครั้งนี้มีผลกระทบทำให้อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกา เช่นอุตสาหกรรมรถยนต์ต้องประสบปัญหาขาดทุนอย่างมากเนื่องจากยอดขายลดลงอย่างสูงซึ่งอุตสาหกรรมต้องจ้างแรงงานโดยตรงประมาณ 5 ล้านคนซึ่งรัฐจำเป็นต้องเข้าไปช่วยเหลือให้เงินกู้ ซึ่งปัญหาอุตสาหกรรมรถยนต์ของสหรัฐอเมริกามีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศด้วย เช่นอุตสาหกรรมเหล็กกล้า ชิ้นส่วนรถยนต์ เคมีภัณฑ์ มีผลทำให้บริษัทในยุโรปต้องปิดกิจการตามไปด้วย



เศรษฐกิจถดถอย เกิดการว่างงาน แรงงานทั่วโลกต้องตกงาน เมื่อสถาบันการเงิน ธุรกิจ และอุตสาหกรรมต่างๆ ประสบปัญหาขาดทุนหรือต้องปิดกิจการดังนั้นจึงทำให้มีอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบเชื่อมโยงกันทั่วโลกทำให้แรงงานทั่วโลกตกงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง การบริโภคลดลงและอุปสงค์รวมลดลงเศรษฐกิจทั่วโลกถดถอย



เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย ทีมเศรษฐกิจมหภาค สายนโยบายการเงิน. (2560,กุมภาพันธ์). **ดัชนี**

ความ

เชื่อมั่นทางธุรกิจ.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Monetary>

Policy/ EconomicConditions/EconomicIndices/ Pages/default.aspx

(วันที่ค้นข้อมูล : 24 กุมภาพันธ์ 2560)

พงศ์ศักดิ์ เหลืองอร่าม,ยุทธนา เศรษฐ์ปราโมทย์ (2558). **ประสิทธิผลของนโยบายการเงินผ่านการ**

สื่อสารของธนาคารแห่งประเทศไทย.สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ aBRIDEd Making Research Accesible ฉบับที่ 2, หน้า 1-6.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. (2560,กุมภาพันธ์). **รายงานดัชนี**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://cebf.utcc.ac.th/index_number.php. (วันที่ค้นข้อมูล : 28 กุมภาพันธ์ 2560)

มณีสรี พันธุลาภ. (2540). **เศรษฐศาสตร์มหภาควิเคราะห์:ทฤษฎีและนโยบาย.** พิมพ์ครั้งที่ 2.

: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จำพืด เวชยันต์วุฒิ. (2540). ทฤษฎีและนโยบายเศรษฐศาสตร์มหภาค. พิมพ์ครั้งที่ 1. : หจก.ธนบรรณการพิมพ์.

วีระพงษ์ รามางกูร. (2559,ตุลาคม). **รายงานการประเมินสถานภาพเศรษฐกิจ**. รายงานข่าวเศรษฐกิจและการวิจัย ธนาคารกรุงเทพ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbank.com/BangkokBankThai/BusinessBanking/RatesAndReports/Reports/EconomicNewsAndResearch/Pages/EcoReports.aspx> (วันที่ค้นข้อมูล : 14 พฤศจิกายน 2559)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560 ,มกราคม). **รายได้ประชาชาติของ**

ประเทศไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=ni_page. (วันที่ค้นข้อมูล : 14 มกราคม 2560)

