



## شاخص اطمینان تجاری<sup>۱</sup> و شاخص اطمینان مصرف کننده<sup>۲</sup>

### ✓ مقدمه

امروزه با توجه به اهمیت کنترل تغییرات اقتصادی و افزایش سرعت فراهم آوردن نشانه های تغییر در فعالیت های اقتصادی برای تحلیل گران، توجه کشورها به شاخص های اقتصادی کوتاه مدت افزایش یافته است. این شاخص ها، به دولت و تصمیم گیرندگان بخش خصوصی کمک می کند تا بهتر بتوانند به ارزیابی عملکرد خود پردازند و برای فعالیت های آینده برنامه ریزی کنند. با توجه به این موضوع، اخیراً برخی از کشورها، برای بهبود سیستم شاخص های اقتصادی خود، به شاخص سازی با استفاده از نظرسنجی از فعالان اقتصادی روی آورده اند. شاخص اطمینان تجاری و شاخص اطمینان مصرف کننده از جمله این شاخص ها هستند که توسط برخی از کشورها مورد استفاده قرار می گیرند. مزیت استفاده از این شاخص ها این است که نتایج نظرسنجی، پیش از انتشار داده های آماری مربوط به فعالیت های اقتصادی، در دسترس قرار می گیرند، بنابراین می توانند به عنوان مکمل آمارهای رسمی در نظر گرفته شوند.

### ✓ شاخص اطمینان تجاری

#### • تعریف

به لحاظ نظری و به مفهوم اقتصادی کلمه، اطمینان تجاری می تواند به عنوان درجه تمایل تولیدکنندگان به ریسک پذیری تعریف شود که این تمایل می تواند به هر دلیلی ایجاد شده باشد. واکنش تولیدکنندگان به شرایط اقتصادی کشورشان، می تواند به عنوان تابعی از تلقی<sup>۳</sup> آن ها و ارزش گذاریشان از شرایط جاری کسب و کار و انتظارات آن ها درباره اتفاقات آینده، تفسیر شود. برداشت ها و انتظارات نسبت به آینده، تاثیر مستقیمی بر رفتار تولیدکنندگان می گذارد و اقدامات اتخاذ شده توسط تولیدکنندگان، می تواند به عنوان اطمینان تجاری آن ها در نظر گرفته شود (Pellissier, ۲۰۰۲).

هدف اصلی از گردآوری این شاخص، تشخیص روند کلی چرخه های تجاری و فراهم آوردن انتظارات نسبت به آینده، برای تصمیم گیرندگان اقتصادی است.

<sup>۱</sup> Business Confidence Index ( BCI )

<sup>۲</sup> Consumer Confidence Index ( CCI )

<sup>۳</sup> Perception



## • روش شناسی

به طور کلی شاخص اطمینان تجاری یک شاخص ترکیبی است که از ترکیب پاسخ های مربوط به یک سری از سوالات نظرسنجی ساخته می شود. با توجه به تفاوت های موجود در ساختارهای اقتصادی کشورها، یک سری از سوالات نظرسنجی که برای یک کشور مناسب است، ممکن است برای کشوری دیگر، مناسب نباشد (Nilsson, ۲۰۰۰)، بنابراین کشورهایی که به گردآوری شاخص اطمینان تجاری می پردازند، بر اساس معیارهای گوناگونی سوالات نظرسنجی را انتخاب می کنند؛ همچنین پس از گردآوری نتایج نظرسنجی، با روش های مختلفی به محاسبه شاخص کل می پردازند. نهادهای گردآوری کننده این شاخص نیز در کشورهای مختلف، متفاوت است. بانک مرکزی (کشور ترکیه)<sup>۱</sup>، اتاق بازرگانی و صنعت (آفریقای جنوبی)<sup>۲</sup>، مرکز آمار (کشور چین)<sup>۳</sup> و ... از جمله نهادهایی هستند که به محاسبه این شاخص می پردازند. به منظور ایجاد یک درک کلی از چگونگی محاسبه این شاخص، روش شناسی کشور ترکیه، به طور مختصر توضیح داده خواهد شد.

مراحل ساخت این شاخص در کشور ترکیه را می توان به صورت زیر بیان نمود:

۱. گردآوری داده ها و محاسبه سری های نظرسنجی

۲. انتخاب سری های مورد استفاده در محاسبه شاخص کل بر اساس دو معیار:

○ پایه تنوریکی

○ تطابق آماری با سری مرجع<sup>۴</sup>

۳. محاسبه شاخص با استفاده از سری های منتخب

۴. مقایسه سری های شاخص با متغیرهای مرتبط اقتصادی

۵. مقایسه روند شاخص کل با سری مرجع

## ۱. گردآوری داده ها و محاسبه سری های نظرسنجی

پرسش نامه ای حاوی ۳۴ سوال برای مدیران بنگاه های اقتصادی فرستاده می شود. این سوالات در مورد شرایط کلی کسب و کار در صنعت، چشم انداز صادرات، مخارج سرمایه گذاری، میزان سفارشات (کل، داخلی، خارجی)، موجودی کالاهای تمام شده و مواد اولیه، اشتغال، ارزش تولید، هزینه واحد<sup>۵</sup>، قیمت فروش، برنامه تولید،

<sup>۱</sup> <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/eng/>, Business Tendency Survey (BTS) and Real Sector Confidence Index (RSCI)

<sup>۲</sup> [http://www.sacci.org.za/index.php?option=com\\_content&view=article&id=۵۸۷&Itemid=۹۴](http://www.sacci.org.za/index.php?option=com_content&view=article&id=۵۸۷&Itemid=۹۴)

<sup>۳</sup> <http://www.stats.gov.cn/was۵/web/search?channelid=۲۵۰۷۱۰&andsen=business+confidence+index&x=۲۰&y=۱۱>

<sup>۴</sup> Reference Series

<sup>۵</sup> Unit Cost



معاونت بررسی های اقتصادی

محدودیت های تولید، نرخ تورم عمده فروشی و نرخ سود تسهیلات می باشند. در جدول (۱) برخی از این سوالات آورده شده است.

برای هر سوال، سه پاسخ خوش بینانه تر، بدون تغییر و بدبینانه تر وجود دارد. پاسخ خوش بینانه تر ۲ امتیاز، بدون تغییر ۱ امتیاز و بدبینانه تر، امتیاز صفر را به سری مورد نظر اختصاص می دهد. سپس برای هر سری ( سوال )، امتیاز تمام مدیران بنگاه ها با هم جمع می شود و بر تعداد کل پاسخ دهندگان تقسیم می شود. بدین ترتیب عدد مربوط به هر سری در دوره زمانی مورد نظر به دست می آید و با تکرار این فرآیند، روند زمانی مربوط به هر سری ساخته می شود.

## ۲. انتخاب سری های مورد استفاده در محاسبه شاخص کل

در اولین مرحله برای انتخاب سری ها، به پروسه تصمیم گیری در مورد میزان تولید کالاها و خدمات توجه می شود. هر بنگاه برای تصمیم گیری در مورد میزان تولید خود، باید تقاضای بازار را به طور دقیق پیش بینی کند و از کافی بودن میزان تولید خود برای برآوردن تقاضای بازار، اطمینان حاصل کند. به عنوان مثال از آنجا که سطح مواد اولیه به موازات پیش بینی افزایش تقاضا، زیاد می شود، جهت حرکت سطح مواد اولیه بنگاه ها می تواند در مورد ارزیابی بنگاه ها از شرایط تقاضا، اطلاعات مفیدی را ارائه دهد. دائمی یا موقتی بودن تقاضا نیز در تصمیمات بنگاه ها نقش اساسی دارد؛ تنها زمانی که بنگاه ها از دائمی بودن تقاضا اطمینان داشته باشند، ماشین آلات جدید نصب می کنند، ظرفیت خود را زیاد می کنند و نیروی کار خود را گسترش می دهند. بنابراین این گونه برنامه های گسترش اشتغال و سرمایه گذاری نشان دهنده خوش بینی بنگاه ها نسبت به دائمی بودن تقاضای بازار است.

معیار دیگر برای انتخاب سری های شاخص کل، تطابق این سری ها با یک سری مرجع است. یک متغیر اقتصادی که نشان دهنده سطح فعالیت های اقتصادی باشد، سری مرجع نامیده می شود. از آنجا که هدف از ارائه شاخص اطمینان تجاری، پیش بینی دوره های رونق و رکود فعالیت های اقتصادی است، یک شاخص کلیدی به عنوان سری مرجع، برای مقایسه باید وجود داشته باشد. در کشور ترکیه، شاخص تولید صنعتی به عنوان سری مرجع مورد استفاده قرار می گیرد، زیرا هم به صورت ماهانه منتشر می شود و هم دارای همبستگی بالایی با تولید ناخالص داخلی است.

پس از انتخاب سری مرجع، به مقایسه دوره های تجاری سری های نظرسنجی و سری مرجع پرداخته می شود، همچنین رابطه زمانی آن ها مورد بررسی قرار می گیرد. به عنوان نمونه، ضریب همبستگی بین سری های نظرسنجی و سری مرجع محاسبه می شود، نقاط اوج و حوضیض سری ها با یکدیگر مقایسه می شود، میانه و میانگین ها با یکدیگر مقایسه می گردند، تفاوت تعداد دوره های تجاری سری های نظرسنجی با سری مرجع در نظر گرفته می شود و ...



معاونت بررسی های اقتصادی

در مرحله نهایی انتخاب سری های نظرسنجی، به ترکیب دو معیار تئوری و تطابق آماری با سری مرجع پرداخته می شود. مثلاً اگر برای مشخص شدن تقاضای داخلی، چندین سری وجود داشته باشد، سوالی (سری) انتخاب می شود که بیشترین تناسب آماری را با سری مرجع داشته باشد.

**۳. محاسبه شاخص با استفاده از سری های منتخب**

برای به دست آوردن یک شاخص ترکیبی واحد، می توان وزن های متفاوتی به سری های منتخب داد. این وزن ها می تواند بر اساس اهمیت تئوریک سری ها و یا تناسب آماری آن ها با سری مرجع باشد؛ اگرچه این کار می تواند قابلیت اتکا به شاخص را کاهش دهد، زیرا عملکرد برخی از سری ها ممکن است در یک چرخه تجاری خوب باشد، ولی در چرخه دیگر خوب نباشد. بنابراین اکثر کشورها از وزن های یکسان استفاده می کنند ( Nilsson, ۱۹۹۹).

سپس شاخص اطمینان تجاری از میانگین وزنی این سری ها به دست می آید. هرچه این شاخص بیشتر باشد نشان دهنده این است که تعداد بیشتری از بنگاه ها چشم انداز مطمئن تری نسبت به شرایط اقتصادی دارند.

**۴. مقایسه سری های شاخص با متغیرهای مرتبط اقتصادی**

برای بررسی سازگاری سری های شاخص اطمینان تجاری، به محاسبه ضریب همبستگی این سری ها با متغیرهای اقتصادی متناظر پرداخته می شود. به عنوان مثال سری مربوط به شرایط کلی اقتصاد با میزان تولیدات صنعتی، چشم انداز صادرات با میزان صادرات صنعتی، مخارج سرمایه گذاری با میزان واردات کالاهای سرمایه ای و ... مقایسه می شوند. در جدول (۲) برخی از این متغیرها نشان داده شده اند.

**۵. مقایسه روند شاخص کل با سری مرجع**

در مرحله آخر برای بررسی کارایی شاخص کل، به مقایسه ویژگی های آماری شاخص اطمینان تجاری با سری مرجع (شاخص تولیدات صنعتی) پرداخته می شود.

**۷. شاخص اطمینان مصرف کننده**

**• تعریف**

شاخص اطمینان مصرف کننده، سطح خوش بینی مصرف کنندگان را نسبت به شرایط جاری اقتصاد اندازه گیری می کند (هیئت کنفرانس کانادا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). به عبارت دیگر این شاخص، بارومتر سلامت اقتصاد، از دیدگاه مصرف کننده است.

<sup>۱</sup> The Conference Board Of Canada



## • روش شناسی

این شاخص نیز همانند شاخص اطمینان تجاری، از ترکیب پاسخ های مربوط به یک سری از سوالات ساخته می شود که این سوالات، بر اساس شرایط اقتصادی هر کشور، می تواند تغییر کند. همچنین در کشورهای مختلف نهادهای مختلفی مانند بانک مرکزی، مسئولیت گردآوری این شاخص را بر عهده دارند. به عنوان مثال در کشور کانادا از تعداد زیادی از مصرف کنندگان که به صورت تصادفی انتخاب می شوند، چهار سوال زیر پرسیده می شود:

۱. با در نظر گرفتن تمام جوانب، آیا فکر می کنید که وضعیت خانواده شما به لحاظ تامین مالی، نسبت به شش ماه پیش، بهتر یا بدتر شده است؟
۲. با در نظر گرفتن تمام جوانب، آیا فکر می کنید که وضعیت خانواده شما به لحاظ تامین مالی، در شش ماه آینده نسبت به الآن، بهتر می شود، بدتر می شود و یا بدون تغییر می ماند؟
۳. فکر می کنید که وضعیت اشتغال در جامعه، در شش ماه آینده چگونه خواهد بود؟
۴. آیا فکر می کنید که الآن، زمان مناسبی برای خرید مواردی مانند خانه، اتومبیل و ... برای یک فرد با درآمد متوسط است؟

سپس برای هر سوال، درصد افرادی که پاسخ مثبت به آن سوال داده اند، محاسبه می شود و شاخص کل از میانگین این نسبت ها برای چهار سوال به دست می آید.

## پیشنهاد سیاستی

با توجه به اهمیت تسریع در فراهم آمدن نشانه های رکود و رونق در اقتصاد، به منظور واکنش به موقع سیاست گذاران و فعالان اقتصادی، در کشور ایران هم یکی سازمان های اقتصادی مانند اتاق بازرگانی تهران می تواند مسئولیت تهیه شاخص های بررسی شده را بر عهده بگیرد. در این راستا باید با مطالعات کارشناسی مناسب، سوالات مناسب برای تهیه پرسش نامه گردآوری شود و با روش آماری مناسب، به انتخاب نمونه پرداخته شود و محاسبه شاخص انجام بگیرد.

## منابع

۱. Oral, E, Ece, D and Hamsici, T, ۲۰۰۵, Central Bank Review, ۲۳-۵۴
۲. South African Chamber of Commerce and Industry Business Confidence Index, ۲۰۱۴
۳. Central Bank of the Republic of Turkey Research and Monetary Policy Department, ۲۰۰۶
۴. The Conference Board Of Canada, ۲۰۱۰



## ضمیمه

جدول (۱): سوالات پرسش نامه بررسی تمایلات تجاری<sup>۱</sup> بانک مرکزی کشور ترکیه

ردیف	سری
۱	شرایط کلی اقتصاد ( در مقایسه با ماه قبل )
۲	فرصت های صادراتی ( سه ماه آینده )
۳	ظرفیت تولید ( دوازده ماه آینده )
۴	میزان ذخایر ماهانه کالاهای تمام شده ( ماه جاری )
۵	اشتغال ( روند سه ماه گذشته )
۶	درآمد فروش ( در مقایسه با ماه گذشته )

منبع: ۲۳-۵۴، Central Bank Review, ۲۰۰۵، Oral, E, Ece, D and Hamsici, T

جدول (۲): برخی از سری های مورد استفاده در شاخص اطمینان تجاری و متغیرهای اقتصادی متناظر

متغیر اقتصادی	سری
تولیدات صنعتی	شرایط کلی اقتصاد
ارزش صادرات صنعتی	چشم انداز صادرات
ارزش واردات کالاهای واسطه ای	موجودی مواد اولیه
مصرف خصوصی	فروش کالاها در بازار داخلی

منبع: ۲۳-۵۴، Central Bank Review, ۲۰۰۵، Oral, E, Ece, D and Hamsici, T

<sup>۱</sup> Business Tendency Survey ( BTS )