



## เมื่อเพลงที่เราฟัง อาจบอกได้ว่าเรากำลังใช้เงินกันด้วยอารมณ์ ไม่ใช่เหตุผล

9.9 ที่ผ่านมา มีใครเจ็บหนักบ้างไหม? เวลาที่เราคิดจะใช้เงินกับอะไรสักอย่าง ไม่ว่าจะเป็อาหาร เสื้อผ้า แก้วเจ็ดตัวของแต่บ้าน หรืออะไรก็แล้วแต่ เราอาจจะ (พยายาม) บอกตัวเองว่า เรามีการคิดคำนวณด้วยเหตุผลมาแล้วแหละ เช่นคิดว่าของที่ซื้อมันเป็ของที่จำเป็นจริงใจใหม่ หรือจ่ายไปเท่านี้แล้วสิ่งที่ได้กลับมามันคุ้มค่าหรือเปล่า แต่จริงๆ แล้ว เรื่องการใช้จ่ายของคนเรา อาจจะถูกขับเคลื่อนด้วยอารมณ์มากกว่าที่เราคิด ไม่ว่าจะเป็นักช้อปออนไลน์แบบเราๆ หรือนักลงทุนที่ดูจะเต็มไปด้ด้วยตรรกะเหตุผลในตลาดหุ้นก็ตาม

ในตลาดการเงินการลงทุน แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพตลาด (Market Efficient) บอกว่า การเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้นนั้นมาจากการคำนวณอย่างมีเหตุผลของนักลงทุนในตลาด (หลายคนที่ลงทุนผ่านโบรกเกอร์ก็คงอยากมั่นใจเช่นนั้น) แต่อย่าลืมว่า.. บรรดานักลงทุนเหล่านั้นก็เป็มนุษย์ที่มีอารมณ์เหมือนกัน แล้วอารมณ์เหล่านั้นล่ะ มีผลแค่ไหนกับการลงทุนในตลาดหุ้น?

การตอบคำถามนี้นับเป็เรื่องยาก เพราะเราไม่สามารถวัดค่าอารมณ์ของนักลงทุนทุกคนได้อย่างแน่ชัด อารมณ์ของคนเป็เรื่องซับซ้อน คนอื่นจะรู้ว่าเรารู้สึกอะไรอยู่จากสิ่งที่เราบอกหรือแสดงออกเท่านั้น และไม่ใช่ทุกคนที่จะแสดงออกทุกอย่าง (ลองนึกถึงตอนที่ม่คนถามเราว่า “เป็อะไรใหม่” แล้วเรามากจะตอบไปว่า “ม่เป็ไร” สิ) ดังนั้น เรียกได้ว่าม่มีข้อมูลใดๆ ที่สามารถบ่งบอกอารมณ์ที่แน่ชัดของคนเราได้ แม้จะเดินไปถามเรียงตัวก็ตาม

แต่นักวิจัยกลุ่มหนึ่งมองว่า เราสามารถวัด

ค่าอารมณ์ของคนได้ ในยุคที่มี Spotify



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

งานวิจัยของพวกเขาที่ตีพิมพ์ใน Journal of Financial Economics มองว่าเพลงที่เลือกฟัง สามารถสะท้อนถึงอารมณ์ของแต่ละคนได้ เช่น เราจะฟังเพลงเศร้ามากขึ้นเมื่ออกหัก เราจะได้ยินเพลงรักในงานแต่งงาน หรือเราจะเลือกเพลงที่สนุกๆ เต้นได้เปิดในงานปาร์ตี้ ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือตั้งใจหรือไม่ก็ตาม เพราะฉะนั้น ตามแนวคิด ‘ความสอดคล้องทางอารมณ์’ (Mood Congruence) แล้ว เพลงที่เราฟังควรจะเป็นตัวชี้วัดอารมณ์ของเราแต่ละคนได้ หลายคนอาจจะบอกว่า พวกตัวชี้วัดอย่างอัตราความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ก็อาจเป็นตัววัดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากสภาพจิตใจคนได้เหมือนกัน แต่อย่าลืมตัวชี้วัดเหล่านั้นก็มาจากการเดินไปถาม และมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาคิดคำนวณด้วยอยู่ดี ไม่ใช่การวัดค่าอารมณ์อย่างเดียว

และก็เคยมีงานวิจัยก่อนหน้านี้ ที่ลองดูว่าเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น เกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักลงทุนไหม อย่างเช่น ผลการแข่งขันกีฬานัดสำคัญๆ แต่อย่าลืมว่าในช่วงเวลานั้น อาจจะมีเหตุการณ์อื่นเกิดขึ้นและมีผลต่ออารมณ์ได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น วันที่ประเทศได้เหรียญทองโอลิมปิก อาจจะเป็นวันที่มีคนเสียชีวิตจาก COVID-19 พุ่งสูงขึ้นในประเทศ

ดังนั้น ทีมวิจัยนี้จึงเชื่อว่า การวัดมวลรวมของอารมณ์จากเพลงฮิต (Top 200) บน Spotify ที่คนในแต่ละประเทศ ฟังในแต่ละวัน จึงน่าจะเป็นตัวแทนของอารมณ์ส่วนใหญ่ของคนในประเทศนั้นๆ ได้ดีกว่า อย่างไรก็ตาม อย่าลืมความเป็นไปได้ว่า คนเราอาจเลือกเพลงเพื่อบำบัดหรือเยียวยาอารมณ์ มากกว่าที่จะเป็นการสะท้อนอารมณ์ที่แท้จริงก็ได้ เช่น ฟังเพลงสนุกๆ แก่เซ็งหรือแก่เศร้า

ADVERTISEMENT





ที่มิวิจัยเองก็กังวลถึงความเป็นไปได้นี้ พวกเขาเลยหยิบเอามวลรวมของอารมณ์ที่ได้จากข้อมูลไปทดสอบกับปัจจัยอื่นๆ อย่างสภาพอากาศในวันนั้นๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นดูก่อน แล้วสิ่งที่พบก็ยิ่งเป็นข้อยืนยันว่า ข้อมูลภาพรวมเพลงในแต่ละวันนั้นก็ยิ่งสะท้อนอารมณ์ได้ดีทีเดียว เช่น คนก็ยังฟังเพลงให้ความรู้สึกเชิงบวกในวันที่อากาศแจ่มใสหรือในวันที่ประเทศชนะฟุตบอลนัดใหญ่ หรือฟังเพลงที่ให้ความรู้สึกหดหูในช่วงเวลาที่มาตรการล็อกดาวน์ถูกยกระดับขึ้น

เมื่อที่มิวิจัยลองเอาข้อมูลชุดเดียวกันนี้ไปเชื่อมโยงกับความเชื่อมั่นในตลาดหุ้น ก็พบว่าในช่วงที่อารมณ์ทางดนตรีที่เป็นบวกมากขึ้น (ซึ่งหมายถึงคนในประเทศอารมณ์ดี) ผลตอบแทนต่อตลาดหุ้นของประเทศก็จะสูงขึ้นเช่นกัน ในช่วงสัปดาห์เดียวกัน แถมการที่ผลตอบแทนนั้นลดลงในสัปดาห์ถัดไป ก็อาจจะเป็นการบ่งชี้ได้ว่า การขึ้นลงของความเชื่อมั่นในตลาดหุ้นนั้น ถูกขับเคลื่อนด้วยอารมณ์ของประเทศซึ่งทำให้เกิดปฏิกิริยาเพียงชั่วคราวแน่นอนว่า หลายคนออกมาโต้แย้งว่าผลการศึกษานี้แสดงเพียงความสอดคล้องของความสัมพันธ์เท่านั้น การที่ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน (Correlation) อาจจะได้ไม่ได้แปลว่ามันเป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน (Causation) และอาจจะคล้ายกับการถกเถียงกรณี Superbowl Effect ที่บอกว่าผู้ชนะ Superbowl มีผลต่อการผันผวนของตลาด



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

หุ่นสหรัฐ แต่ทีมวิจัยก็ยังยืนยันความน่าเชื่อถือกับงานศึกษาว่า พวกเขาได้ลองวิเคราะห์ผลลัพธ์มาแล้วใน 40 ประเทศและแยกทดสอบกับสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ด้วย

อย่างไรก็ตาม ทีมวิจัยก็บอกว่า จุดประสงค์ในการทำงานวิจัยชิ้นนี้ ไม่ใช่เพื่อให้เอาข้อมูลเพลงจาก Spotify นี้ไปใช้ในการคาดเดาตลาดหุ้นหรือคิดเรื่องกลยุทธ์การลงทุนใดๆ พวกเขาเพียงอยากแสดงให้เห็นว่า อารมณ์ของคนเรามีผลต่อการตัดสินใจใช้เงินหรือลงทุนจริงๆ และอาจทำให้เราแต่ละคนยังงุนงงและยังมีมือสั่นก่อนคิดตัดสินใจใดๆ ในการใช้เงินครั้งหน้า

รวมถึงว่า งานวิจัยชิ้นนี้ก็ได้แสดงให้เห็นถึงพลังของข้อมูลขนาดใหญ่ที่ทำให้เห็น *Insight* หลากๆ อย่างได้ หากเพียงแต่คนเราเรียนรู้ที่จะใช้ประโยชน์จากมัน เป็นไปได้ว่า.. ในอนาคตเราอาจจะมองหาข้อมูลอื่นๆ นอกเหนือจากเพลงที่ฟังมาเป็นตัวชี้วัดอารมณ์ที่แท้จริงของเราก็ได้

ที่มา <https://thematter.co/science-tech/are-music-we-listen-relate-with-how-we-spending-money/154890>

[#เราจะฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน](#)

[#SocialDistancing](#)

[#สำนักวิทยบริการฯมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม](#)

หรือ <http://arit.npru.ac.th/>

<http://www.npru.ac.th/>

