

public issue

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΒΑΡΟΜΕΤΡΟ

Οκτώβριος
2009

**Δείκτης καταναλωτικού
κλίματος (CCI)**

**Δείκτες αποτίμησης
της οικονομικής
συγκυρίας**

Η ταυτότητα του Οικονομικού Βαρόμετρου της Public Issue

Ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος (Consumer Climate Index), καθώς και οι υπόλοιποι δείκτες του Οικονομικού Βαρόμετρου, που δημοσιεύονται στην παρούσα ανάλυση, βασίζονται σε μηνιαίες πανελλαδικές τηλεφωνικές έρευνες 1.000 ατόμων, ηλικίας 18 ετών και άνω

Η μέτρηση Οκτωβρίου 2009 πραγματοποιήθηκε, στο χρονικό διάστημα 12-14/10/2009

Η Public Issue ιδρύθηκε το 2001 από τον Γιάννη Μαυρή
Εξειδικεύεται στις πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές έρευνες
κοινής γνώμης, στην Ελλάδα και την Κύπρο
Είναι μέλος της WAPOR (World Association for Public Opinion Research),
της ESOMAR (European Society for Market Research)
& του ΣΕΔΕΑ (Σύλλογος Εταιρειών Δημοσκοπήσεων & Ερευνών Αγοράς)

Διαπιστώσεις με βάση το Οικονομικό Βαρόμετρο Οκτωβρίου 2009 της Public Issue

- **Θεαματική άνοδος του Δείκτη Καταναλωτικού Κλίματος για δεύτερο συνεχή μήνα**
- Ο δείκτης CCI υπερβαίνει για πρώτη φορά τις 100 μονάδες, σημειώνοντας νέο ιστορικό υψηλό (102 μονάδες). Η βελτίωση οφείλεται αποκλειστικά στην αυξημένη επίδραση που άσκησαν οι πρόσφατες εκλογές στις προσδοκίες των καταναλωτών για την οικονομία (βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες), το προσωπικό εισόδημα, και γενικότερα, στις προσδοκίες τους για διέξοδο από την κρίση. Υπό τη συγκεκριμένη οπτική, η εξέλιξη του Δείκτη Καταναλωτικών Προσδοκιών (CEI), κατά την διάρκεια της προεκλογικής και της μετεκλογικής περιόδου, οφείλονται περισσότερο σε πολιτικούς, παρά σε αμιγώς οικονομικούς λόγους. Αντιθέτως, τόσο η ροπή προς αγορά και κατανάλωση όσο και οι εκτιμήσεις για το εισόδημα σημειώνουν μικρή πτώση. Γεγονός, που μετριάζει το φαινομενικά υπεραισιόδοξο καταναλωτικό κλίμα που καταγράφεται κατά το τελευταίο δίμηνο. Οι δείκτες άλλωστε που αναφέρονται στο μικρο-επίπεδο εμπεριέχουν σχετικά πιο αξιόπιστες πληροφορίες για την μελλοντική εξέλιξη της ιδιωτικής κατανάλωσης, σε σχέση με εκείνους που αναφέρονται σε μακροοικονομικά μεγέθη. Συνολικά, έχει διαπιστωθεί ότι η υποχώρηση της «πλασματικής» επίδρασης που ασκούν οι εκλογές στο καταναλωτικό κλίμα εκδηλώνεται σταδιακά εντός μιας περιόδου που μπορεί να διαρκέσει περίπου μέχρι και 9 μήνες. Άνεργοι, συνταξιούχοι και δημόσιοι υπάλληλοι εκφράζουν υψηλότερες προσδοκίες, σε σύγκριση με άλλες ομάδες του πληθυσμού, ως προς τη βελτίωση του εισοδήματός τους. Πιθανόν, το εισόδημα των συγκεκριμένων ομάδων να καθορίζεται -σε συγκριτικά μεγαλύτερο βαθμό- από εξελίξεις και αποφάσεις πολιτικού, παρά οικονομικού χαρακτήρα. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι, για πρώτη φορά, ο δείκτης CCI της Public Issue ξεπερνάει τον δείκτη ICS του Πανεπιστημίου του Michigan.

Σύγκριση του δείκτη CCI της Public Issue και του δείκτη ICS του πανεπιστημίου του Michigan

Από τη σύγκριση του δείκτη CCI της Public Issue με το δείκτη ICS του Πανεπιστημίου του Michigan, κατά τον μήνα Οκτώβριο, προκύπτουν δύο νέα στοιχεία:

- Πρώτον, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, ο εγχώριος δείκτης καταναλωτικού κλίματος ξεπερνάει, για πρώτη φορά, τον αντίστοιχο αμερικανικό.
- Δεύτερον, η παράλληλη εξέλιξη των δύο δεικτών που έχει διαπιστωθεί σε 17 από τις συνολικά 21 μετρήσεις του Οικονομικού Βαρόμετρου), διακόπτεται για δεύτερη φορά, εντός του τελευταίου τριμήνου.

Σύμφωνα με αναλυτές, η μείωση του ICS αποδίδεται περισσότερο στην επιδείνωση των οικονομικών προσδοκιών, κατά 6 περίπου μονάδες, παρά στην αποτίμηση των τρέχουσων οικονομικών συνθηκών, οι οποίες παρουσιάζουν οριακή μείωση.

Σύγκριση CECI με CEI

Ως αποτέλεσμα των πρόσφατων αυτών εξελίξεων, η απόκλιση μεταξύ, αφενός, των προσδοκιών και, αφετέρου, της αποτίμησης των τρεχουσών οικονομικών συνθηκών διευρύνεται σημαντικά. Ενδεικτικά, το χάσμα μεταξύ του Δείκτη Καταναλωτικών Προσδοκιών (CEI) και του Δείκτη Τρέχουσας Οικονομικής Συγκυρίας (CECI) ανέρχεται σήμερα στις 68 μονάδες έναντι μόλις 6 μονάδων τον Αύγουστο του 2009, ενώ σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2008, η απόκλιση μεταξύ των δύο δεικτών παρουσιάζεται αυξημένη κατά 46 μονάδες. Με βάση την μέχρι σήμερα εμπειρία, εκτιμάται ότι η εξέλιξη του δείκτη τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας δύναται να συλλάβει με καλύτερο τρόπο την καταναλωτική συμπεριφορά των νοικοκυριών κατά το επόμενο διάστημα:

- Ο δείκτης καταναλωτικών προσδοκιών είναι ο κύριος αποδέκτης της εμπειρικά διαπιστωμένης επίδρασης που ασκούν οι εκλογές στην ψυχολογία των καταναλωτών¹. Υπό το συγκεκριμένο πρίσμα, η πορεία του CEI, κατά την διάρκεια της εκλογικής περιόδου, οφείλεται περισσότερο σε πολιτικούς παρά σε αμιγώς οικονομικούς όρους.
- Όπως προκύπτει από την θεωρητική και εμπειρική βιβλιογραφία, οι δείκτες που αναφέρονται σε μικρο-επίπεδο (ροπή προς αγορά, εκτίμηση και προσδοκίες προσωπικού εισοδήματος) εμπεριέχουν «ποιοτικότερες» πληροφορίες, ως προς την πρόβλεψη της ιδιωτικής κατανάλωσης, σε σύγκριση με τους δείκτες που σχετίζονται με μακροοικονομικά μεγέθη (προσδοκίες για την οικονομία, την ανεργία, τον πληθωρισμό)^{2 3}.

¹ Για την σχέση μεταξύ εκλογών και καταναλωτικών ερευνών, βλέπε, Hardouvelis, G., Thomakos, D. (2007) "Consumer Confidence and Elections", Available at SSRN: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=962427

² Jonsson, A., Linden, Staffan. (2009), "The quest for the best consumer confidence indicator", Economic Paper 372, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, European Commission.

³ Αξίζει να σημειωθεί ότι τρεις από τους πέντε συνολικά δείκτες που συνθέτουν τον CCI αναφέρονται σε «μικρο» στοιχεία (έναντι δύο για τον δείκτη καταναλωτικής εμπιστοσύνης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής).

Ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος (Consumer Climate Index - CCI)

Αξιοσημείωτες εξελίξεις καταγράφονται κατά τον μήνα Οκτώβριο ως προς την μέχρι σήμερα πορεία του Δείκτη Καταναλωτικού Κλίματος της Public Issue:

- Η βελτίωση του καταναλωτικού κλίματος κατά 16,2 μονάδες αντιστοιχεί στην μεγαλύτερη μέχρι σήμερα μηνιαία μεταβολή του δείκτη. Συνολικά, ο CCI έχει αυξηθεί, εντός του τελευταίου διμήνου, κατά 28 συνολικά μονάδες.
- Ο δείκτης CCI σημειώνει νέο ιστορικό υψηλό για δεύτερο συνεχόμενο μήνα (102 μονάδες).
- Ο αριθμός αισιόδοξων απαντήσεων υπερτερεί, για πρώτη φορά, έναντι των απαισιόδοξων (ο δείκτης υπερβαίνει δηλαδή την τιμή των 100 μονάδων).
- Όπως παρατηρείται για πρώτη επίσης φορά, η τιμή του δείκτη CCI της Public Issue υπερέχει έναντι της τιμής του δείκτη ICS του Πανεπιστημίου του Michigan. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαφορά υπέρ του CCI αγγίζει τις 11 μονάδες, την στιγμή που η μέση διαφορά μεταξύ ICS και CCI (υπέρ του πρώτου) κυμαινόταν στις 16 περίπου μονάδες, κατά μέσο όρο, από τον Δεκέμβριο του 2007 μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2009.

Όπως προκύπτει από την ανάλυση που ακολουθεί, η εντυπωσιακή βελτίωση του καταναλωτικού κλίματος στηρίζεται αποκλειστικά στην βελτίωση των οικονομικών προσδοκιών που εκφέρουν οι καταναλωτές.

Ο δείκτης τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας (Current Economic Conditions Index - CECI)

Σε αντίθεση με τον CCI, ο Δείκτης Τρέχουσας Οικονομικής Συγκυρίας CECI ακολουθεί πτωτική πορεία κατά τον μήνα Οκτώβριο. Συγκεκριμένα, ο CECI σημειώνει μια απώλεια 2,4 μονάδων, υποχωρώντας στις 61,2 μονάδες. Η τιμή Οκτωβρίου παρουσιάζει βελτίωση κατά 13,7 μονάδες σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2008. Παρά ταύτα, πρέπει να επισημανθεί ότι ο δείκτης ακολουθεί καθοδική πορεία, για δεύτερο συνεχή μήνα (συνολική απώλεια 10 περίπου μονάδων), με αποτέλεσμα η τιμή Οκτωβρίου να είναι η χαμηλότερη από τον Ιανουάριο του 2009.

Ο δείκτης καταναλωτικών προσδοκιών (Consumer Expectations Index - CEI)

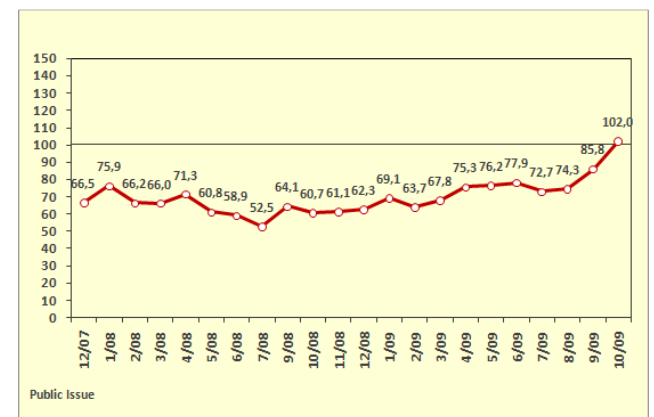
Η ραγδαία αύξηση του δείκτη τρεχουσών οικονομικών συνθηκών αποτελεί απόρροια της μεγάλης βελτίωσης που παρουσιάζουν, κατά το τελευταίο δίμηνο, οι προσδοκίες των καταναλωτών τόσο για την οικονομία (για το προσεχές 12μηνο και την επόμενη 5ετία) όσο και για το προσωπικό εισόδημα. Υπενθυμίζεται ότι ο δείκτης CECI είχε σημειώσει, ήδη από τον περασμένο μήνα, νέο ιστορικό υψηλό, έπειτα από αύξηση 24 περίπου μονάδων.

Διατηρώντας την ίδια δυναμική, οι προσδοκίες των καταναλωτών παρουσιάζουν ραγδαία βελτίωση και κατά τον μήνα Οκτώβριο. Συγκεκριμένα, ο CECI προσεγγίζει την τιμή των 129,3 μονάδων, κατόπιν αυξήσεως της τάξης των 29 περίπου μονάδων. Ως αποτέλεσμα των εξαιρετικά αυξημένων διακυμάνσεων του τελευταίου διμήνου (+52,7 μονάδες), η βελτίωση των καταναλωτικών προσδοκιών, σε σύγκριση με τον συνολικό μέσο όρο του δείκτη, ανέρχεται στις 53 μονάδες. Σε σύγκριση δε, με την αντίστοιχη τιμή Οκτωβρίου του 2008, η διαφορά πλησιάζει τις 60 συνολικά μονάδες.

Δείκτης καταναλωτικού κλίματος & αναλυτικοί δείκτες, Οκτώβριος 2009 – Μηνιαίες μεταβολές

	10/09	Μηνιαία μεταβολή	Μέσος όρος 12/07-10/09
Δείκτης καταναλωτικού κλίματος - CCI	102	+16,2	69,6
Ροπή προς αγορά & κατανάλωση	71,9	-1,6	66,2
Εκτιμήσεις για το εισόδημα	50,4	-3,4	53
Προσδοκίες για την οικονομία	122,6	+39,1	58,6
Προσδοκίες για την ανεργία	103,3	+33,8	46,5
Προσδοκίες για την αποταμίευση	47,1	+9,4	36,7
Προσδοκίες για το εισόδημα	121,8	+29,7	76,6
Προσδοκίες για την οικονομία την προσεχή 5ετία	143,5	+17,2	93,7
Προσδοκίες για τον πληθωρισμό	65,6	+15,6	50,8

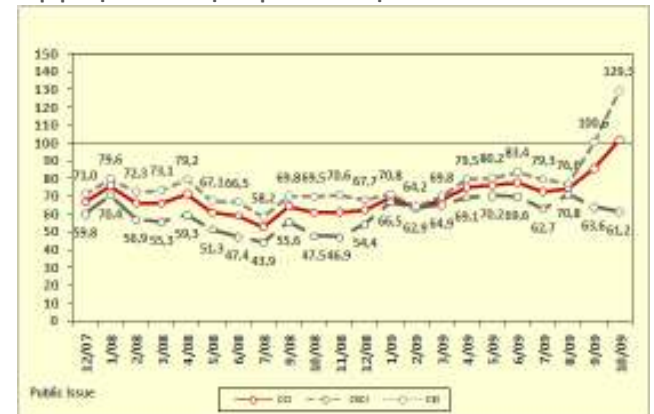
Δείκτης καταναλωτικού κλίματος - CCI (Οκτώβριος 2009)



Σύγκριση του Δείκτη CCI της Public Issue με το Δείκτη ICS του πανεπιστημίου του Michigan



Σύγκριση του Δείκτη CEI με το Δείκτη CECI



Αναλυτικοί δείκτες

1. Ροπή προς αγορά και κατανάλωση

Όπως είχε διαπιστωθεί, ήδη από τον μήνα Σεπτέμβριο, η εξέλιξη της ροπής προς αγορά και κατανάλωση διαφοροποιείται από τους υπόλοιπους δείκτες του Οικονομικού Βαρόμετρου. Υπενθυμίζεται ότι κατά την διάρκεια του Σεπτεμβρίου, ο συγκεκριμένος δείκτης ήταν ο μοναδικός που παρουσίασε πτώση. Κατά τον μήνα Οκτώβριο, η καταναλωτική ροπή συνεχίζει να απέχει από το κλίμα υπεραισιοδοξίας που καταγράφεται στους άλλους δείκτες. Συγκεκριμένα, η ροπή προς αγορά και κατανάλωση παρουσιάζει μικρή σχετικά μείωση, της τάξης της μιάμισης περίπου μονάδας. Εντούτοις, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η τιμή Οκτωβρίου παραμένει σε υψηλά σχετικά επίπεδα σε σύγκριση με την τιμή του δείκτη κατά την αντίστοιχη περίοδο του 2008 (+23,6 μονάδες). Διάφοροι παράγοντες φαίνεται σήμερα να περιορίζουν τις πιθανότητες ανάκαμψης της καταναλωτικής ροπής κατά το επόμενο διάστημα, χωρίς να αποκλείεται και το ενδεχόμενο περαιτέρω μείωσής της:

- Οι προσπάθειες σταθεροποίησης του δημόσιου ελλείμματος δυσχεραίνουν την εφαρμογή εκτεταμένων μέτρων στήριξης της κατανάλωσης (π.χ. επιδοτήσεις), την στιγμή που, τα δύο πρώτα τρίμηνα του 2009, η ιδιωτική κατανάλωση παρουσιάζει μείωση⁴.
- Η αύξηση του πληθωρισμού και ειδικότερα των πρώτων υλών και του πετρελαίου επηρεάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την αγοραστική δύναμη των ελληνικών νοικοκυριών, εξαιτίας (α) της υψηλότερης πετρελαϊκής έντασης της ελληνικής οικονομίας, (β) του επίσης υψηλού ποσοστού νοικοκυριών που χρησιμοποιούν το πετρέλαιο ως κύρια πηγή οικιακής θέρμανσης, (γ) της αυξημένης χρήσης των Ι.Χ για την μετακίνηση στον χώρο εργασίας σε σύγκριση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.
- Η περαιτέρω αύξηση της ανεργίας όπως προκύπτει από τις προβλέψεις των διεθνών οργανισμών⁵.
- Η επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης των μισθών ως αποτέλεσμα της υψηλής ανεργίας.

2. Εκτιμήσεις για το εισόδημα

Οι εκτιμήσεις των καταναλωτών για την πορεία του εισοδήματός τους, κατά το τελευταίο 12μηνο, υποχωρούν στην χαμηλότερη τιμή τους από τον Δεκέμβριο του 2008. Ειδικότερα, ο δείκτης καταγράφει μείωση 3,4 μονάδων. Παρά ταύτα, η νέα τιμή του δείκτη, στις 50,4 μονάδες,

⁴ Σύμφωνα με την ΕΣΥΕ, η κατανάλωση των νοικοκυριών μειώθηκε σε ποσοστό 0,2% και 2% το πρώτο και δεύτερο τρίμηνο του 2009 αντίστοιχα.

⁵ Οι προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΟΟΣΑ για την Ελλάδα διαβλέπουν αύξηση της ανεργίας το 2010, στο 9,7% και 10,3%, αντίστοιχα (δηλαδή συνολική αύξηση του αριθμού ανέργων σε σύγκριση με το 2008, κατά 2% και 2, 6%).

παρουσιάζεται βελτιωμένη κατά 4 περίπου μονάδες σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2008. Η εν λόγω διαφορά είναι ιδιαίτερως περιορισμένη σε σύγκριση με την αντίστοιχη βελτίωση των άλλων δεικτών του Οικονομικού Βαρόμετρου (πλην των προσδοκιών για την αποταμίευση). Το μικρότερο εύρος των διακυμάνσεων που παρουσιάζουν συνολικά οι εκτιμήσεις για το εισόδημα -σε σύγκριση με άλλους δείκτες του βαρόμετρου- αποδίδεται σε δύο παράγοντες:

- Πρώτον, ο συγκεκριμένος δείκτης έχει αναδρομικό χαρακτήρα (retrospective), γεγονός που επιτρέπει στο καταναλωτή να έχει μια σαφή και ρεαλιστική εικόνα για την εξέλιξη των εισοδημάτων του, σε σύγκριση με την αβεβαιότητα που διέπει τους δείκτες προσδοκιών. Όπως έχει διαπιστωθεί σε προηγούμενες εκδόσεις του Οικονομικού Βαρόμετρου, οι μακροπρόθεσμες προσδοκίες για την οικονομία φαίνεται να λειτουργούν, παράλληλα, ως μέσο διεξόδου από την επιδεινούμενη οικονομική συγκυρία.
- Δεύτερον, οι καταναλωτές είναι καλύτερα πληροφορημένοι για τους παράγοντες που καθορίζουν το προσωπικό τους εισόδημα, σε σύγκριση με την εξέλιξη μεγεθών όπως η ανεργία και το ΑΕΠ.

Συνεπώς, η περιορισμένη μεταβλητότητα του συγκεκριμένου δείκτη δεν μειώνει σε καμία περίπτωση την αναλυτική του αξία. Αντιθέτως, η μεγαλύτερη σχετικά σταθερότητα φαίνεται να υποδεικνύει ότι ο συγκεκριμένος δείκτης δεν επηρεάζεται παρά οριακά από παράγοντες και εξελίξεις που είναι σε θέση να διαμορφώσουν μια στρεβλή εικόνα για το καταναλωτικό κλίμα (π.χ. εκλογές, υπέρμετρη προβολή ορισμένων θεμάτων από τα ΜΜΕ, εποχικοί παράγοντες). Συμπερασματικά, ο συγκεκριμένος δείκτης εκτιμάται ότι εμπεριέχει ιδιαίτερως «αξιόπιστες» πληροφορίες για την αποτύπωση της πραγματικής οικονομικής κατάστασης των ελληνικών νοικοκυριών.

3. Προσδοκίες για την οικονομία

Η ραγδαία βελτίωση των προσδοκιών για την οικονομία, που είχε ήδη καταγραφεί τον προηγούμενο μήνα, επιταχύνεται κατά τον μήνα Οκτώβριο. Αναλυτικότερα, ο δείκτης παρουσιάζει αύξηση 39 περίπου μονάδων έναντι αύξησης 26,6 μονάδων κατά τον Σεπτέμβριο. Συνολικά, εντός του τελευταίου διμήνου, οι προσδοκίες των καταναλωτών για την εξέλιξη της οικονομίας σημειώνουν συνολική αύξηση 65,6 μονάδων. Διάφοροι παράγοντες μπορούν να ερμηνεύσουν αυτές τις εξαιρετικά υψηλές διακυμάνσεις:

- Πρώτον, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι μετρήσεις που αφορούν σε προσδοκίες ή/και σε μακροοικονομικά μεγέθη υφίστανται, εξ ορισμού, μεγαλύτερες μεταβολές.

- Δεύτερον, έχει διαπιστωθεί εμπειρικά ότι, τόσο στην Ε.Ε-15 όσο και στις ΗΠΑ, η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην οικονομία αυξάνεται σημαντικά στην διάρκεια της προεκλογικής περιόδου ενώ, κατόπιν της διεξαγωγής των εκλογών, ακολουθεί σταδιακή μείωση (της ίδιας περίπου έκτασης)⁶. Προφανώς, η αυξητική τάση των δεικτών του Οικονομικού Βαρόμετρου, παρά το πέρασμα των εκλογών, σημαίνει ότι δεν έχει ακόμα εκδηλωθεί το συγκεκριμένο φαινόμενο. Ειδικότερα για την Ελλάδα, έχει διαπιστωθεί ότι η επιστροφή των δεικτών στα επίπεδα που ίσχυαν πριν από την επίδραση των εκλογών πραγματοποιείται, σταδιακά, εντός μια περιόδου που δύναται να διαρκέσει μέχρι και 9 μήνες.
- Τρίτον, έχει επίσης παρατηρηθεί ότι η Ελλάδα παρουσιάζει τις υψηλότερες προεκλογικές και μεταεκλογικές διακυμάνσεις μεταξύ των χωρών της Ε.Ε-15, γεγονός που συμπίπτει με τις πρωτοφανείς αυξήσεις του τελευταίου διμήνου.

Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί ότι με βάση την ανάλυση των προσδοκιών ανά κοινωνικό-επαγγελματική ομάδα, η μεγαλύτερη μεταβολή εντοπίζεται στους ανέργους (+ 50 μονάδες). Το γεγονός αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον εφόσον ληφθεί υπόψη ότι η συγκεκριμένη ομάδα ήταν, κατά τον Σεπτέμβριο, μεταξύ των λιγότερο αισιόδοξων για τις προοπτικές βελτίωσης της οικονομίας.

4. Προσδοκίες για την ανεργία

Ενδεικτικό της υπέρμετρης αισιοδοξίας που επικρατεί μεταξύ των καταναλωτών αποτελεί το γεγονός ότι οι προσδοκίες για την ανεργία, ήτοι ο δείκτης που έχει σημειώσει τις χαμηλότερες μέχρι σήμερα τιμές στο σύνολο των δεικτών του βαρόμετρου (20,9 μονάδες τον Φεβρουάριο του 2009), ξεπέρασε την τιμή των 100 μονάδων. Συγκεκριμένα, ο δείκτης παρουσιάζει αύξηση 34 περίπου μονάδων (60,4 από τον Αύγουστο), προσεγγίζοντας τις 103,3 μονάδες. Σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2008, οι προσδοκίες καταγράφουν βελτίωση της τάξης των 54 περίπου μονάδων. Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός ότι, σε σύγκριση με τον προηγούμενο μήνα, παρατηρείται εξαιρετικά μεγάλη βελτίωση των προσδοκιών που εκφράζουν οι άνεργοι και οι φοιτητές. Συνολικά, εκτιμάται ότι η εξέλιξη του δείκτη κατά το επόμενο διάστημα θα εξαρτηθεί από την ικανότητα των μέτρων της οικονομικής πολιτικής, να στηρίξουν την ανάπτυξη και την απασχόληση εν μέσω ιδιαίτερως δυσμενών συνθηκών, εξαιτίας:

- Αφενός, των περιορισμών που συνεπάγεται η επιδείνωση των δημόσιων οικονομικών, η αύξηση του κόστους δανεισμού του Δημοσίου και οι πιέσεις για

συρρίκνωση του ελλείμματος εκ μέρους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

- Αφετέρου, της αυξημένης διαπραγματευτικής δύναμης των επιχειρήσεων αλλά και της μεγαλύτερης ευελιξίας της αγοράς εργασίας σε σύγκριση με προγενέστερους οικονομικούς κύκλους⁷.

5. Προσδοκίες για την αποταμίευση

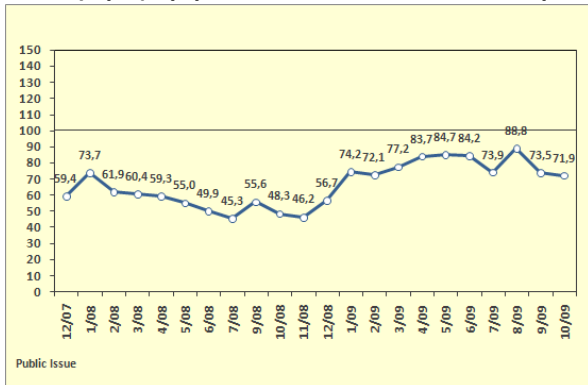
Αύξηση 9,3 μονάδων καταγράφουν, κατά τον μήνα, Οκτώβριο, οι προσδοκίες των καταναλωτών για την αποταμίευση. Η νέα τιμή του δείκτη, στις 47,1 μονάδες, υπερβαίνει κατά 6,6 μονάδες την μέχρι πρότινος υψηλότερη τιμή του, που είχε σημειωθεί ακριβώς ένα έτος ωρίτερα (Οκτώβριος του 2008).

⁶ Hardouvelis & Thomakos (2007), ο.π.

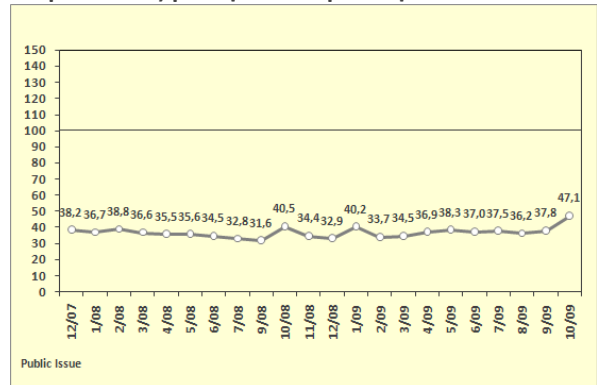
⁷ Artus, P. (2009) "How to revive the economies of OECD countries", Flash Economics No 454, 14 October 2009, Natixis Economic Research.

public issue

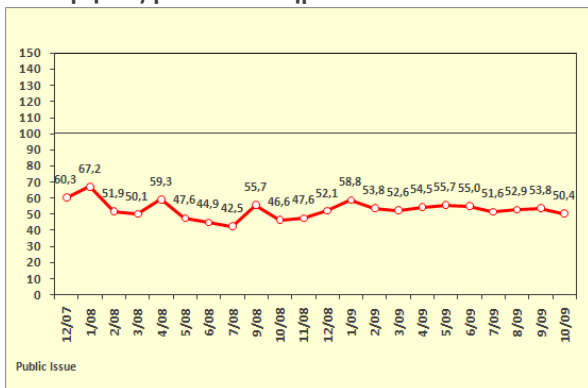
1. Ροπή προς αγορά οικιακών καταναλωτικών αγαθών



5. Προσδοκίες για την αποταμίευση



2. Εκτιμήσεις για το εισόδημα



6. Προσδοκίες για το εισόδημα



3. Προσδοκίες για την οικονομία



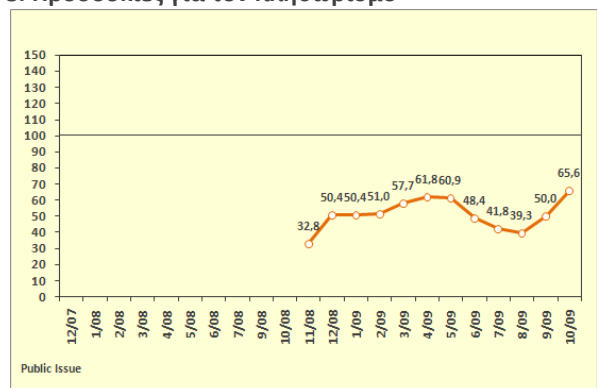
7. Προσδοκίες για την οικονομία την προσεχή 5ετία



4. Προσδοκίες για την ανεργία



8. Προσδοκίες για τον πληθωρισμό



6. Προσδοκίες για το εισόδημα

Όπως είχε παρατηρηθεί κατά τον μήνα Σεπτέμβριο, η βελτίωση των προσδοκιών για το προσωπικό εισόδημα ήταν μικρότερη σε σύγκριση με άλλους δείκτες. Κατά τον μήνα Οκτώβριο ωστόσο, η αύξηση των σχετικού δείκτη πλησιάζει την αύξηση που εμφανίζουν οι προσδοκίες για την ανεργία και την οικονομία (βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες).

Ειδικότερα, οι δείκτης καταγράφει αύξηση 30 περίπου μονάδων, προσεγγίζοντας τις 122 περίπου μονάδες. Σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2008, ο δείκτης παρουσιάζει βελτίωση 50 συνολικά μονάδων περίπου. Η εξέλιξη του δείκτη κατά τον τρέχοντα μήνα χρήζει ιδιαίτερης προσοχής δεδομένου ότι οι προσδοκίες για το προσωπικό εισόδημα παρουσιάζουν, σε γενικές γραμμές, μικρότερες σχετικά μεταβολές, σε σύγκριση με δείκτες όπως οι προσδοκίες για την οικονομία και την ανεργία. Τις υψηλότερες προσδοκίες, κατά τον τρέχοντα μήνα, εκφράζουν οι συνταξιούχοι (+38,6 μονάδες), οι άνεργοι (+34,8) και οι μισθωτοί στον δημόσιο τομέα (+33,7). Πιο συγκρατημένες είναι οι προσδοκίες σε άλλες κοινωνικό-επαγγελματικές κατηγορίες όπως οι ελεύθεροι επαγγελματίες (+24,4) και οι μισθωτοί στον ιδιωτικό τομέα (27,3). Οι συγκεκριμένες αποκλίσεις δεν προκαλούν έκπληξη δεδομένου ότι το εισόδημα των τριών πρώτων ομάδων καθορίζεται, κυρίως, υπό το πλαίσιο της κοινωνικής και εισοδηματικής πολιτικής της κυβέρνησης, σε αντίθεση με τα εισοδήματα ελεύθερων επαγγελματιών / ιδιωτικών υπαλλήλων, που καθορίζονται μέσω των μηχανισμών της αγοράς. Ήτοι, η ενδεχόμενη επίδραση των εκλογών είναι μικρότερη σε αυτές τις κατηγορίες, λόγω του ότι το εισόδημα τους καθορίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό από τις οικονομικές, παρά τις πολιτικές συνθήκες και προοπτικές.

7. Προσδοκίες για την οικονομία την προσεχή 5ετία

Από τον Οκτώβριο του 2008 μέχρι και σήμερα, ο δείκτης μακροπρόθεσμων προσδοκιών για την οικονομία καταγράφει τις υψηλότερες τιμές, στο σύνολο των δεικτών του Οικονομικού Βαρόμετρου. Υπενθυμίζεται ότι ο συγκεκριμένος δείκτης ήταν ο πρώτος που υπερέβη τις 100 μονάδες, τον Μάρτιο του 2009 (σε πλήρη αντίθεση με τους υπόλοιπους δείκτες του βαρόμετρου που κυμαίνονταν σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα κατά την συγκεκριμένο περίοδο). Τον Οκτώβριο, οι προσδοκίες των καταναλωτών για την πορεία της οικονομίας στην διάρκεια της επόμενης 5ετίας διατηρούν τον τίτλο του πιο «αισιόδοξου» δείκτη, προσεγγίζοντας τις 143,5 μονάδες.

8. Προσδοκίες για τον πληθωρισμό

Οι προσδοκίες για τον πληθωρισμό καταγράφουν, κατά τον μήνα Οκτώβριο, σημαντική βελτίωση της τάξης των 15,6 μονάδων. Η εξέλιξη του δείκτη κατά τους επόμενους δείκτες θα εξαρτηθεί, μεταξύ άλλων, από:

- Τις τιμές του πετρελαίου (που προβλέπονται ανοδικές).
- Ενδεχόμενες παρεμβάσεις ικανές να οδηγήσουν σε εντατικοποίηση του ανταγωνισμού, κυρίως σε κλάδους που παρέχουν βασικά αγαθά (τρόφιμα, ένδυμα κλπ). Όπως έχει διαπιστωθεί και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η επιβράδυνση του πληθωρισμού κρίνεται περιορισμένη σε σύγκριση με την μείωση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Το φαινόμενο αυτό αποδίδεται στην διαμόρφωση ολιγοπωλιακών συνθηκών τόσο σε κλάδους της βιομηχανίας όσο και των υπηρεσιών, ως αποτέλεσμα της εντατικοποίησης των συγχωνεύσεων και εξαγορών κατά την διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας⁸.
- Τις προσπάθειες για βελτίωση της ποιότητας και προσβασιμότητας των δημόσιων υπηρεσιών υγείας, παιδείας και πρόνοιας που θα επιτρέψει σε χαμηλά και μεσαία εισοδήματα να μην προσφεύγουν στον ιδιωτικό τομέα για την κάλυψη βασικών τους αναγκών, και, ως εκ τούτου, να μην υφίστανται τις σημαντικές αυξήσεις – σε σχέση με τον γενικό δείκτη τιμών- στις υπηρεσίες του ιδιωτικού τομέα υγείας και παιδείας.

⁸ Artus (2009), ο.π.

Η μεθοδολογία υπολογισμού του δείκτη καταναλωτικού κλίματος (Consumer Climate Index –CCI)

1. Γενική περιγραφή του δείκτη

Ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος (CCI) αποτυπώνει τη γνώμη που έχουν διαμορφώσει οι καταναλωτές, σχετικά με την προσωπική τους οικονομική κατάσταση, καθώς και την οικονομική κατάσταση της χώρας. Αποτελεί μέτρο αποτύπωσης αφενός των κοινωνικών αντιλήψεων για την τρέχουσα οικονομική συγκυρία και αφετέρου της αισιοδοξίας, με την οποία οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν τις υφιστάμενες προοπτικές της προσωπικής τους οικονομικής κατάστασης, καθώς και το οικονομικό μέλλον της χώρας. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται ένα ιδιαίτερα χρήσιμο ερευνητικό εργαλείο για την εμπειρική αποτύπωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στην οικονομία. Για τον υπολογισμό του δείκτη CCI, η Public Issue έχει υιοθετήσει τις βασικές αρχές και τη μεθοδολογία του δείκτη εμπιστοσύνης καταναλωτή του Πανεπιστημίου του Michigan (Index of Consumer Sentiment - ICS). Ο δείκτης του Πανεπιστημίου του Michigan αποτελεί διεθνώς τον πλέον γνωστό και μακροβιότερο δείκτη καταναλωτικής εμπιστοσύνης. Ο εν λόγω δείκτης κατασκευάστηκε για πρώτη φορά το 1940 και, αρχικά, υπολογιζόταν σε ετήσια βάση. Το 1952 άρχισε να υπολογίζεται σε τριμηνιαία βάση, ενώ από το 1978 υπολογίζεται πλέον σε μηνιαία βάση. Σήμερα, ο δείκτης του Michigan χρησιμοποιείται, εκτός από τις ΗΠΑ και σε αρκετές άλλες χώρες, όπως πχ: ο Καναδάς, η Ρωσία, η Αυστραλία, η Αργεντινή, το Μεξικό, το Χονγκ Κονγκ κ.α.

2. Οι μεταβλητές του δείκτη

Ο δείκτης βασίζεται σε πέντε μεταβλητές, που αποτυπώνουν τις βασικές παραμέτρους της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και οι οποίες μετρώνται με τις ακόλουθες ερωτήσεις:

E1) Εκτιμήσεις για την προσωπική οικονομική κατάσταση το χρόνο που πέρασε

[Στο χρόνο που πέρασε, (τους τελευταίους 12 μήνες), η προσωπική σας οικονομική κατάσταση, έχει καλύτερη πολύ, έχει καλύτερη λίγο, έχει μείνει ή ίδια, έχει χειρότερη λίγο, ή έχει χειρότερη πολύ;]

E2) Προσδοκίες για την προσωπική οικονομική κατάσταση τον επόμενο χρόνο

[Στο χρόνο που έρχεται, δηλαδή στους επόμενους 12 μήνες, πιστεύετε ότι η προσωπική σας οικονομική κατάσταση θα καλύτερη πολύ, θα καλύτερη λίγο, θα μείνει ίδια, θα χειρότερη λίγο, ή θα χειρότερη πολύ;]

E3) Προσδοκίες για την κατάσταση της οικονομίας τον επόμενο χρόνο

[Στο χρόνο που έρχεται, δηλαδή, μέσα στους επόμενους 12 μήνες, πιστεύετε ότι η οικονομική κατάσταση της χώρας θα καλύτερη πολύ, θα καλύτερη λίγο, θα μείνει ίδια, θα χειρότερη λίγο, ή θα χειρότερη πολύ;]

E4) Προσδοκίες για την κατάσταση της οικονομίας κατά την προεχόμενη 5ετία

[Στα επόμενα 5 χρόνια, πιστεύετε ότι η οικονομική κατάσταση της χώρας θα καλύτερη πολύ, θα καλύτερη λίγο, θα μείνει ίδια, θα χειρότερη λίγο, ή θα χειρότερη πολύ;]

E5) Γενική ροπή προς αγορά οικιακών καταναλωτικών αγαθών

[Για κάποιον που θέλει να κάνει μεγάλες αγορές για το σπίτι (όπως έπιπλα, μεγάλες ηλεκτρικές συσκευές κλπ), πιστεύετε ότι είναι μία μάλλον καλή περίοδος, ούτε καλή – ούτε κακή περίοδος, ή μία μάλλον κακή περίοδος;]

3. Ο υπολογισμός του δείκτη

Για κάθε επιμέρους μεταβλητή υπολογίζεται ο σχετικός δείκτης, προσθέτοντας τη διαφορά των αρνητικών από τις θετικές απαντήσεις, στο 100. Η τιμή κάθε επιμέρους δείκτη κυμαίνεται, από 0 έως 200. Τιμή του δείκτη πάνω από το 100 σημαίνει, ότι όσοι δίνουν θετικές απαντήσεις είναι περισσότεροι από εκείνους που δίνουν αρνητικές απαντήσεις. Τιμή του δείκτη κάτω από το 100 σημαίνει, ότι όσοι δίνουν αρνητικές απαντήσεις είναι περισσότεροι από εκείνους που δίνουν θετικές απαντήσεις. Στη θεωρητική περίπτωση, κατά την οποία όλες οι απαντήσεις των ερωτώμενων είναι θετικές, ο δείκτης θα ελάμβανε την τιμή 200, ενώ εάν όλες οι απαντήσεις των ερωτώμενων ήταν αρνητικές, ο δείκτης θα ελάμβανε την τιμή 0.

Ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος (CCI) υπολογίζεται ως ο μέσος όρος των επιμέρους δεικτών των πέντε μεταβλητών. Τιμή του δείκτη μεγαλύτερη από 100 σημαίνει, ότι όσοι δείχνουν εμπιστοσύνη στην οικονομία είναι περισσότεροι από όσους δεν δείχνουν εμπιστοσύνη. Αντιστοίχως, τιμή του δείκτη μικρότερη από 100 σημαίνει, ότι όσοι δείχνουν εμπιστοσύνη στην οικονομία είναι λιγότεροι, από όσους δεν δείχνουν εμπιστοσύνη.

Η μεθοδολογία υπολογισμού των υπολοίπων δεικτών

1. Δείκτης τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας (Current Economic Conditions Index - CECI)

Η μεθοδολογία υπολογισμού του δείκτη τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας είναι παρόμοια με εκείνη του δείκτη καταναλωτικού κλίματος, με τη διαφορά ότι στην κατασκευή του δείκτη CECI συμμετέχουν μόνον οι μεταβλητές E1 και E5. Ο δείκτης αποτυπώνει τις εκτιμήσεις των καταναλωτών για την τρέχουσα οικονομική συγκυρία.

2. Δείκτης καταναλωτικών προσδοκιών (Consumer Expectations Index - CEI)

Η μεθοδολογία υπολογισμού του δείκτη καταναλωτικών προσδοκιών είναι παρόμοια με εκείνη του δείκτη καταναλωτικού κλίματος, με τη διαφορά ότι ο δείκτης CEI κατασκευάζεται μόνον από τις ερωτήσεις E2, E3, και E4. Ο δείκτης αποτυπώνει την αισιοδοξία, ή την απαισιοδοξία των καταναλωτών για το προσωπικό εισόδημα και την οικονομική κατάσταση της χώρας.

3. Λοιποί δείκτες του Οικονομικού Βαρόμετρου

Η μεθοδολογία υπολογισμού των υπόλοιπων δεικτών του Οικονομικού Βαρόμετρου είναι παρόμοια με τη μεθοδολογία υπολογισμού των επιμέρους δεικτών του CCI. Οι τιμές για τον υπολογισμό του δείκτη της ανεργίας αντιστρέφονται, καθώς θετικές απαντήσεις θεωρούνται εκείνες που προβλέπουν τη μείωση της ανεργίας.

public issue

©PUBLIC ISSUE, Οικονομικό Βαρόμετρο, 10/2009
B. Κωνσταντίνου 16, 116 35, Αθήνα, T: 210-7575 000, F: 210-7575 100,
E: info@publicissue.gr, W: www.publicissue.gr

«Copyright 2009 της Public Issue - Επιτρέπεται η αντιγραφή επί λέξει και η διανομή των συμπερασμάτων που περιλαμβάνονται στην παρούσα έκδοση, χωρίς να απαιτείται καταβολή χρηματικής αποζημίωσης, υπό την προϋπόθεση ότι υπάρχει ευκρινής και διακριτή αναφορά στην πηγή προέλευσης»