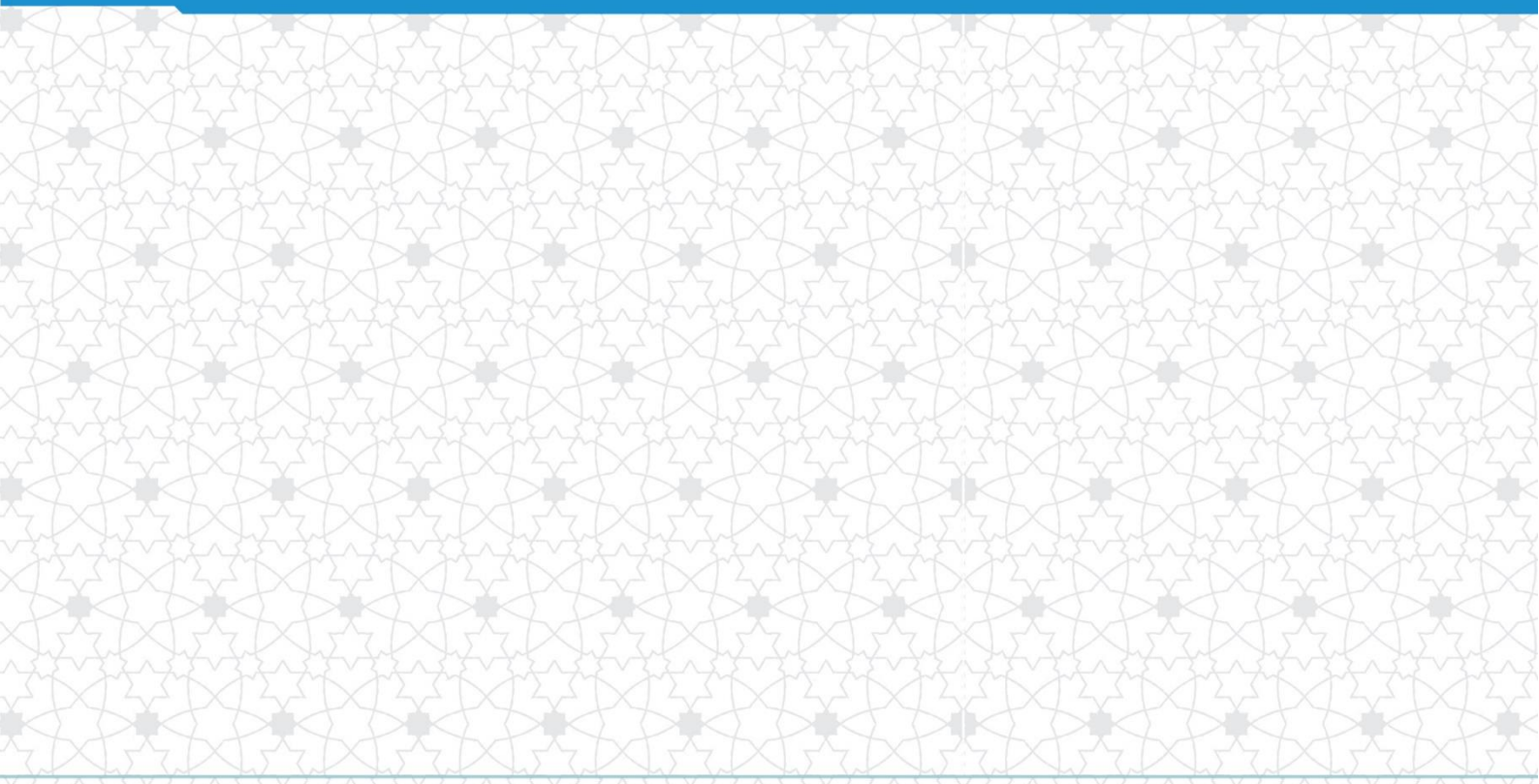


نظر سنجی اعتماد مصرف‌کننده، تابستان ۱۴۰۳





مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۲۰۱۳۰
کدموضوعی: ۲۲۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده، تابستان ۱۴۰۳

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه اقتصاد کلان و مدل‌سازی)

نوع گزارش: طرح/لایحه ، نظارتی ، راهبردی

تهیه و تدوین‌کنندگان: محمدرضا عبداللهی، شیما نمازی‌زواره

ناظر علمی: سیدمهدی بنی‌طبا

همکاران: زهراسادات مشکانی فراهانی و محمدجواد بادین‌فکر

ویراستار ادبی: سیده مرضیه موسوی راد

صفحه‌آرا: منیره حاجی محمدی

واژه‌های کلیدی:

۱. شاخص اعتماد مصرف‌کننده (CCI)

۲. شاخص وضعیت فعلی اقتصادی (CECI)

۳. شاخص انتظارات مصرف‌کننده (CEI)



تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۳/۵/۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۷/۲۸

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۱	خلاصه مدیریتی
۲	۱. مقدمه
۳	۲. شاخص‌های کلی
۴	۳. مؤلفه‌های شاخص‌های وضعیت فعلی اقتصادی و انتظارات مصرف‌کننده
۵	۴. شاخص‌های اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های مختلف
۵	۴-۱. گروه‌های مختلف سنی
۶	۴-۲. گروه‌های مختلف درآمدی
۶	۴-۳. براساس وضعیت تحصیلی
۷	۴-۴. براساس وضعیت شغلی
۷	۴-۵. براساس جنسیت
۸	۴-۶. براساس وضعیت تأهل
۹	۵. جمع‌بندی
۹	منبع و مأخذ

فهرست شکل‌ها

۳	شکل ۱. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده
۴	شکل ۲. نمودار شاخص وضعیت فعلی اقتصادی و شاخص انتظارات مصرف‌کننده
۶	شکل ۳. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های سنی مختلف
۸	شکل ۴. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس جنسیت
۸	شکل ۵. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده از نظر وضعیت تأهل

فهرست جدول‌ها

۵	جدول ۱. مؤلفه‌های شاخص وضعیت فعلی و وضعیت آتی
۵	جدول ۲. شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های سنی مختلف
۶	جدول ۳. شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های درآمدی مختلف
۷	جدول ۴. شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس میزان تحصیلات
۷	جدول ۵. شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس نوع اشتغال



نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده،

تابستان سال ۱۴۰۳

چکیده

گزارش حاضر به بررسی و تحلیل «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن یعنی «شاخص وضعیت فعلی اقتصادی» و «شاخص انتظارات مصرف‌کننده» در تابستان سال ۱۴۰۳ در ایران می‌پردازد. نتایج حاصله نشان می‌دهد که شاخص اعتماد مصرف‌کننده در فصل تابستان، (۱۴۲.۴) واحد محاسبه شده که در مقایسه با فصل بهار، (۱۱۴.۷) افزایش یافته و این موضوع منعکس‌کننده افزایش خوش‌بینی مصرف‌کنندگان نسبت به شرایط اقتصاد کلان است. همچنین شاخص وضعیت فعلی اقتصادی براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد و بیکاری در گذشته (۱۲۶.۰) واحد برآورد شده که این میزان در مقایسه با فصل بهار (۱۳۵.۴) کاهش یافته است. کاهش این شاخص نشان از آن دارد که مصرف‌کنندگان وضعیت اقتصاد کلان کشور را نسبت به سه‌ماه گذشته بدتر ارزیابی کرده‌اند. در همین راستا، شاخص انتظارات مصرف‌کننده نیز براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد، بیکاری و قدرت خرید در آینده، (۱۵۳.۳) واحد محاسبه شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۰۰.۹) افزایش قابل‌توجهی یافته است. به‌طورکلی نتایج نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده در تابستان سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد خوش‌بینی نسبت به وضعیت اقتصاد کشور در این فصل افزایش یافته که این موضوع می‌تواند متأثر از تحولات سیاسی و روی کار آمدن دولت جدید و انتظار افراد در خصوص تحقق وعده‌های انتخاباتی باشد.

خلاصه مدیریتی

بیان / شرح مسئله

شاخص اعتماد مصرف‌کننده، یک شاخص اقتصادی است که میزان خوش‌بینی مصرف‌کنندگان نسبت به وضعیت کلی اقتصاد و وضعیت مالی شخصی آنها را اندازه‌گیری می‌کند. اعتماد بیشتر مصرف‌کننده، نشان‌دهنده رشد اقتصادی و منعکس‌کننده مصرف بالاتر بوده؛ درحالی‌که اعتماد پایین مصرف‌کننده، نشان‌دهنده کند شدن رشد اقتصادی و کاهش احتمالی هزینه‌های مصرف‌کنندگان است. شاخص مذکور، که میانگینی از شاخص وضعیت فعلی اقتصادی و شاخص انتظارات مصرف‌کننده است براساس نظرسنجی از مصرف‌کنندگان به‌دست می‌آید. نظرات در مورد شرایط فعلی ۴۰ درصد و انتظارات از شرایط آتی ۶۰ درصد باقی‌مانده شاخص را تشکیل می‌دهند.

شاخص اعتماد مصرف‌کننده، اطلاعات دقیقی در مورد دیدگاه مصرف‌کنندگان با توجه به وضعیت کلی اقتصاد و وضعیت مالی خانوار آنها ارائه می‌دهد. درواقع این شاخص از طریق ارائه اطلاعات مورد نیاز به تصمیم‌گیرندگان و

پیش‌بینی‌کنندگان اقتصادی در مورد شرایط اقتصادی حال و آینده و در نتیجه تعیین سیاست‌های عمومی و همچنین تصمیم‌گیری‌های تجاری نقش مهمی ایفا می‌کند. در نهایت یکی از شاخص‌های کلیدی در نظر گرفته شده و توسط نهادهای مختلفی در بسیاری از کشورها به‌طور گسترده پیگیری و نظارت می‌شود. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نیز به‌صورت فصلی شاخص اعتماد مصرف‌کننده را محاسبه و بررسی می‌کند. این شاخص می‌تواند به دولت و تصمیم‌گیرندگان بخش خصوصی کمک کند تا بهتر بتوانند به ارزیابی عملکرد خود پرداخته و در جهت فعالیت‌های آینده برنامه‌ریزی کنند.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

- **شاخص اعتماد مصرف‌کننده^۱ (CCI):** شاخص اعتماد مصرف‌کننده در فصل تابستان، (۱۴۲.۴) واحد برآورد شده که در مقایسه با فصل بهار، (۱۱۴.۷) افزایش یافته است. این موضوع افزایش خوش‌بینی مصرف‌کنندگان نسبت به شرایط اقتصاد کلان را نشان می‌دهد.
 - **شاخص وضعیت فعلی اقتصادی^۲ (CECI):** شاخص وضعیت فعلی اقتصادی براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد در گذشته و وضعیت بیکاری گذشته (۱۲۶) واحد برآورد شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۳۵.۴) کاهش داشته است. کاهش این شاخص نشان از آن دارد که مصرف‌کنندگان وضعیت اقتصاد کلان کشور را نسبت به سه‌ماه گذشته بدتر ارزیابی کرده‌اند.
 - **شاخص انتظارات مصرف‌کننده^۳ (CEI):** شاخص انتظارات مصرف‌کننده براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد، بیکاری و قدرت خرید در آینده، (۱۵۳.۳) واحد برآورد شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۰۰.۹) افزایش قابل توجهی یافته و این موضوع نشان می‌دهد؛ خوش‌بینی مصرف‌کنندگان در خصوص شرایط آتی اقتصاد در مقایسه با سه‌ماه قبل روندی صعودی داشته است.
- به‌طور کلی نتایج نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده در تابستان سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد خوشبینی نسبت به وضعیت اقتصاد کشور در این فصل افزایش یافته که این موضوع می‌تواند متأثر از تحولات سیاسی و روی کار آمدن دولت جدید و انتظار افراد در خصوص تحقق وعده‌های انتخاباتی باشد.

۱. مقدمه

نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده^۴ (CCS) ارزیابی ادراکات مصرف‌کنندگان را در مورد شرایط عمومی اقتصاد و وضعیت مالی آنها در دوره جاری و چند ماه آینده ارائه می‌دهد. این نظرسنجی دوره‌ای که از پاییز سال ۱۴۰۰ توسط مرکز افکارسنجی ملت در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی آغاز شد، در هر فصل و به‌صورت تلفنی انجام می‌پذیرد.

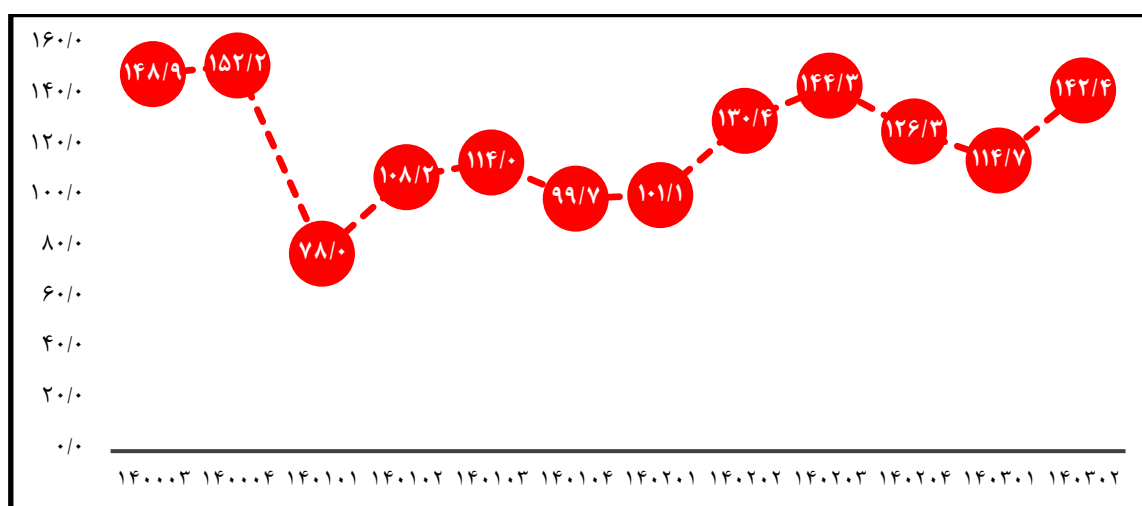
1. Consumer Confidence Index
2. Current Economic Condition Index
3. Consumer Expectation Index
4. Consumer Confidence Survey



دوازدهمین دوره نظرسنجی که در تابستان سال ۱۴۰۳ انجام شد، ۱۰۷۰ پاسخ‌دهنده را پوشش داده و ادراکات فعلی (در مقایسه با سه‌ماه قبل) و انتظارات سه‌ماه آینده مصرف‌کنندگان را در مورد شرایط کلی اقتصاد، وضعیت بیکاری و قدرت خرید آتی به دست می‌آورد. برای دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص نحوه محاسبه شاخص و ادبیات مرتبط با آن به گزارش «شاخص اعتماد مصرف‌کننده؛ مفاهیم و روش محاسبه در ایران» که در سایت مرکز پژوهش‌های مجلس در دسترس است، مراجعه شود [۱].

۲. شاخص‌های کلی

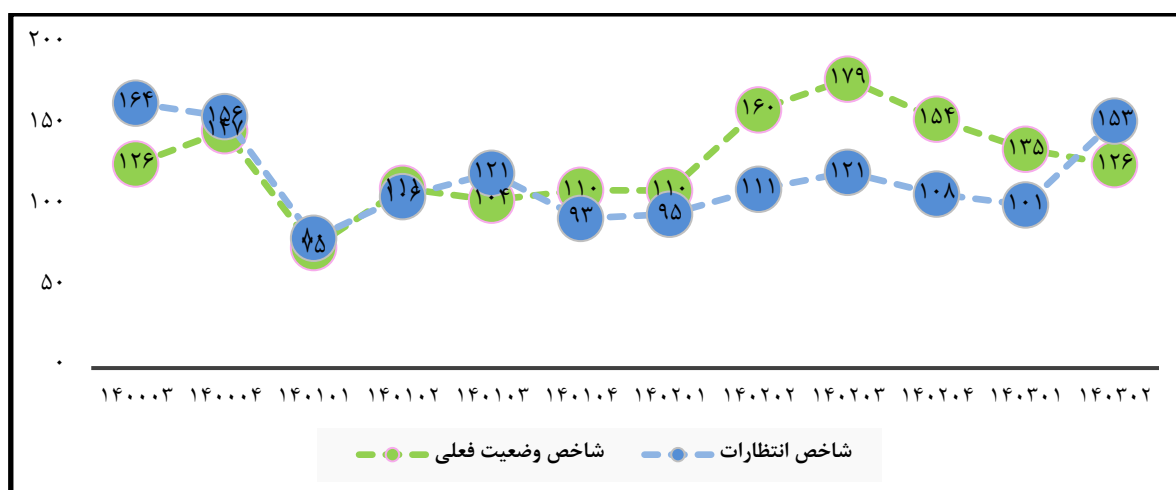
همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، با ثبات بیشتر شرایط کلی اقتصاد ایران از بهار سال ۱۴۰۲، شاخص اعتماد مصرف‌کننده روندی صعودی داشته است. این شاخص براساس نتایج نظرسنجی، از فصل زمستان روند نزولی پیدا کرده، اما در تابستان سال ۱۴۰۳ مجدداً افزایش یافته و به (۱۴۲.۴) واحد رسیده است.



شکل ۱. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده

مأخذ: محاسبات مرکز پژوهش‌های مجلس.

شاخص وضعیت فعلی اقتصادی که براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت فعلی نسبت به وضعیت گذشته اقتصاد و بیکاری گذشته برآورد می‌شود؛ در تابستان سال ۱۴۰۳، (۱۲۶.۰) واحد محاسبه شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۳۵.۴) کاهش یافته است. کاهش این شاخص نشان از آن دارد که مصرف‌کنندگان وضعیت اقتصاد کلان کشور را نسبت به سه‌ماه گذشته بدتر ارزیابی کرده‌اند. همچنین شاخص انتظارات مصرف‌کننده که براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت اقتصاد، بیکاری و قدرت خرید در آینده محاسبه می‌شود؛ (۱۵۳.۳) واحد برآورد شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۰۰.۹) افزایش قابل توجهی یافته و این موضوع نشان‌دهنده افزایش خوش‌بینی مصرف‌کنندگان در خصوص شرایط آتی اقتصاد است.



شکل ۲. نمودار شاخص وضعیت فعلی اقتصادی و شاخص انتظارات مصرف‌کننده

مأخذ: همان.

۳. مؤلفه‌های شاخص‌های وضعیت فعلی اقتصادی و انتظارات مصرف‌کننده

شاخص وضعیت فعلی اقتصادی از میانگین شاخص‌های وضعیت کلی اقتصاد و بیکاری در گذشته برآورد می‌شود. همچنین شاخص انتظارات مصرف‌کننده از میانگین شاخص‌های وضعیت کلی اقتصاد، بیکاری و قدرت خرید در آینده برآورد می‌شود که در جدول ذیل این زیرشاخص‌ها ارائه شده است. همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، شاخص وضعیت کلی اقتصاد در گذشته در فصل تابستان (۱۱۵.۲) واحد محاسبه شده که نسبت به فصل بهار (۱۲۰.۳) کاهش یافته است. نکته قابل‌تأمل آنکه این شاخص در زمستان سال ۱۴۰۱ به میزان قابل‌توجهی کاهش یافته، اما از بهار سال ۱۴۰۲ روند صعودی چشمگیری به‌دست آورده است. با این حال، مجدداً از زمستان سال ۱۴۰۲ روند کاهشی به‌خود گرفته است. شاخص وضعیت کلی اقتصاد در آینده نیز در فصل تابستان (۱۵۲.۶) واحد محاسبه شده که نسبت به فصل بهار که (۹۰.۳) واحد بوده به میزان قابل‌توجهی بیشتر شده است. نکته قابل‌تأمل آنکه روند صعودی این شاخص، منعکس‌کننده خوش‌بینی بیشتر نسبت به شرایط کلی اقتصاد در آینده است و مقایسه روند آن با شاخص وضعیت کلی اقتصاد در گذشته، نشان می‌دهد اطمینان به آینده بسیار بیشتر از اطمینان نسبت به شرایط فعلی است. شاخص وضعیت بیکاری گذشته در فصل تابستان (۱۳۶.۹) واحد محاسبه شده که نسبت به فصل بهار (۱۵۰.۵) کاهش یافته است. همچنین شاخص وضعیت بیکاری آینده در فصل تابستان (۱۴۴.۸) واحد محاسبه شده که نسبت به فصل بهار که (۱۱۱.۰) واحد بوده که افزایش داشته است. شاخص قدرت خرید آینده نیز در فصل تابستان (۱۶۲.۴) واحد محاسبه شده که نسبت به فصل بهار (۱۰۱.۶) افزایش قابل‌توجهی یافته است.



جدول ۱. مؤلفه‌های شاخص وضعیت فعلی و وضعیت آتی

شاخص وضعیت قدرت خرید در آینده	شاخص وضعیت بیکاری در آینده	شاخص وضعیت کلی اقتصاد در آینده	شاخص وضعیت بیکاری در گذشته	شاخص وضعیت کلی اقتصاد در گذشته	فصل	سال
۱۶۸	۱۵۹	۱۶۵	۱۱۵	۱۳۸	پاییز	۱۴۰۰
۱۶۱	۱۴۹	۱۵۷	۱۲۱	۱۷۳	زمستان	
۷۲	۸۶	۸۳	۸۴	۶۵	بهار	۱۴۰۱
۱۱۴	۹۸	۱۰۷	۱۰۱	۱۲۲	تابستان	
۱۲۰	۱۱۴	۱۲۹	۸۷	۱۲۱	پاییز	
۹۴	۱۰۳	۸۱	۱۲۸	۹۲	زمستان	
۹۵	۱۰۲	۸۹	۱۲۸	۹۲	بهار	۱۴۰۲
۱۰۲	۱۱۴	۱۱۶	۱۴۸	۱۷۱	تابستان	
۱۱۴	۱۳۰	۱۲۰	۱۶۹	۱۸۹	پاییز	
۱۰۸	۱۲۵	۹۱	۱۶۰	۱۴۸	زمستان	
۱۰۲	۱۱۱	۹۰	۱۵۱	۱۲۰	بهار	۱۴۰۳
۱۶۲	۱۴۵	۱۵۳	۱۳۷	۱۱۵	تابستان	

مأخذ: همان.

۴. شاخص‌های اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های مختلف

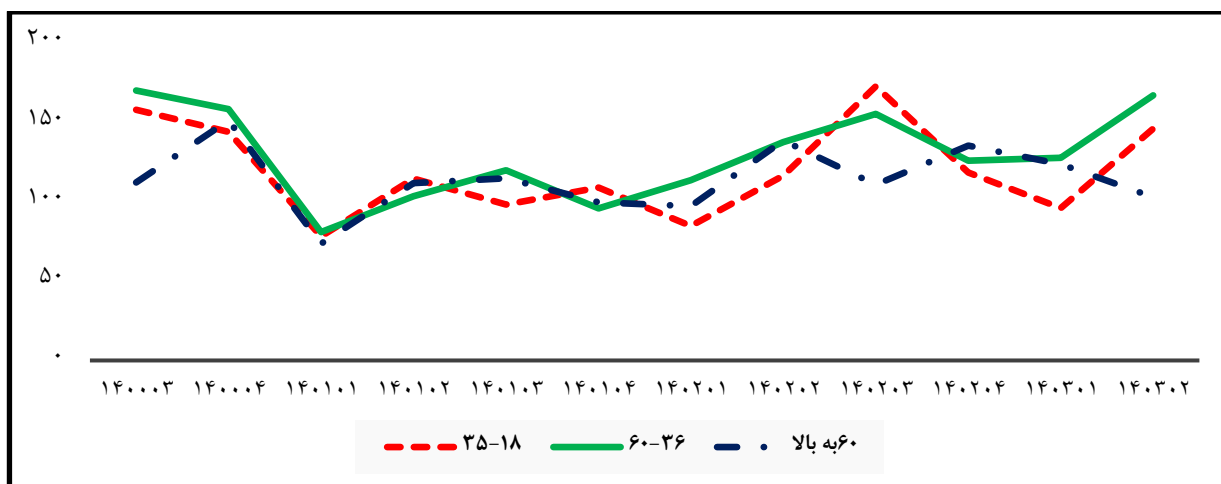
۴-۱. گروه‌های مختلف سنی

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های سنی مختلف نشان می‌دهد خوش‌بینی گروه سنی ۱۸-۳۵ و گروه سنی ۶۰- سال ۳۶ در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش یافته است، اما شاخص اعتماد مصرف‌کننده گروه سنی ۶۱ سال به بالا نزولی بوده که به معنای بدبین‌تر شدن این گروه نسبت به شرایط اقتصاد کلان در مقایسه با فصل بهار است.

جدول ۲. شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های سنی مختلف

۱۴۰۳		۱۴۰۲				۱۴۰۱				۱۴۰۰		سال
تابستان	بهار	زمستان	پاییز	تابستان	بهار	زمستان	پاییز	تابستان	بهار	زمستان	پاییز	فصل
۱۴۶.۵	۹۶.۰	۱۱۸.۴	۱۷۲.۷	۱۱۶.۴	۸۴.۸	۱۰۹.۰	۹۸.۳	۱۱۴.۵	۷۸.۲	۱۴۴.۰	۱۵۷.۹	۱۸-۳۵
۱۶۷.۳	۱۲۷.۸	۱۲۵.۹	۱۵۵.۴	۱۳۷.۶	۱۱۳.۶	۹۵.۸	۱۱۹.۹	۱۰۳.۴	۸۰.۹	۱۵۸.۴	۱۷۰.۱	۳۶-۶۰
۱۰۳.۲	۱۲۳.۷	۱۳۵.۵	۱۱۰.۹	۱۳۸.۶	۹۷.۲	۹۹.۸	۱۱۴.۸	۱۱۱.۹	۷۳.۶	۱۵۱.۳	۱۱۲.۳	۶۱ به بالا

مأخذ: همان.



شکل ۳. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های سنی مختلف

مأخذ: همان.

۲-۴. گروه‌های مختلف درآمدی

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های درآمدی مختلف نشان می‌دهد در همه گروه‌های درآمدی خوش‌بینی در خصوص شرایط اقتصاد کلان در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش داشته که این روند افزایش در افراد با درآمد متوسط در مقایسه با سایر گروه‌ها بیشتر بوده است.

جدول ۳. شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های درآمدی مختلف

سال	۱۴۰۰		۱۴۰۱		۱۴۰۲		۱۴۰۳	
	پاییز	زمستان	بهار	تابستان	پاییز	زمستان	بهار	تابستان
درآمد خیلی کم	۱۳۸.۲	۱۳۰.۳	۶۶.۶	۱۳۲.۸	۹۶.۲	۱۰۴.۴	۹۳.۷	۱۱۸.۲
درآمد کم	۱۵۰.۵	۱۴۵.۳	۸۳.۷	۸۵.۰	۱۲۷.۱	۱۰۴.۲	۱۰۶.۵	۱۰۲.۸
درآمد متوسط	۱۴۸.۳	۱۶۰.۳	۷۰.۶	۱۱۰.۸	۱۲۷.۳	۹۱.۳	۹۶.۹	۱۵۴.۳
درآمد بالا	۱۴۹.۲	۱۳۱.۷	۶۶.۷	۱۰۷.۹	۱۱۷.۶	۱۰۷.۹	۸۹.۰	۱۴۰.۱

مأخذ: همان.

۳-۴. براساس وضعیت تحصیلی

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های تحصیلی مختلف نشان می‌دهد در همه گروه‌های تحصیلی خوش‌بینی در خصوص شرایط اقتصاد کلان در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش داشته که این روند افزایش در افراد با مدرک تحصیلی فوق دیپلم و کارشناسی در مقایسه با سایر گروه‌ها بیشتر بوده است.



جدول ۴. شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس میزان تحصیلات

سال فصل	۱۴۰۰		۱۴۰۱				۱۴۰۲		۱۴۰۳	
	پاییز	زمستان	بهار	تابستان	پاییز	زمستان	بهار	تابستان	بهار	تابستان
کارشناسی ارشد و دکتری	۱۱۹.۰	۱۴۷.۰	۶۹.۴	۱۴۳.۶	۷۴.۰	۱۱۳.۱	۱۰۴.۵	۱۴۰.۵	۲۰۹.۷	۱۳۳.۶
فوق‌دیپلم و کارشناسی	۱۸۰.۹	۱۷۵.۰	۷۸.۰	۱۱۲.۳	۱۱۹.۲	۹۰.۵	۹۸.۳	۱۴۳.۳	۱۴۹.۳	۱۴۸.۴
دیپلم و پیش‌دانش گاهی	۱۵۵.۶	۱۷۴.۷	۸۱.۰	۱۰۲.۸	۱۱۳.۲	۱۰۲.۹	۹۹.۰	۱۲۹.۲	۱۴۳.۶	۱۰۰.۷
زیر دیپلم	۱۱۶.۴	۱۲۱.۴	۷۴.۳	۱۰۲.۳	۱۲۲.۱	۱۰۱.۲	۱۰۴.۶	۱۱۸.۱	۱۲۶.۱	۱۱۵.۸

مأخذ: همان.

۴-۴. براساس وضعیت شغلی

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده در گروه‌های مختلف شغلی نشان می‌دهد در همه گروه‌های شغلی خوش‌بینی در خصوص شرایط اقتصاد کلان در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش داشته که این روند افزایش در شاغلان بخش خصوصی و تعاونی در مقایسه با سایر گروه‌ها بیشتر بوده است.

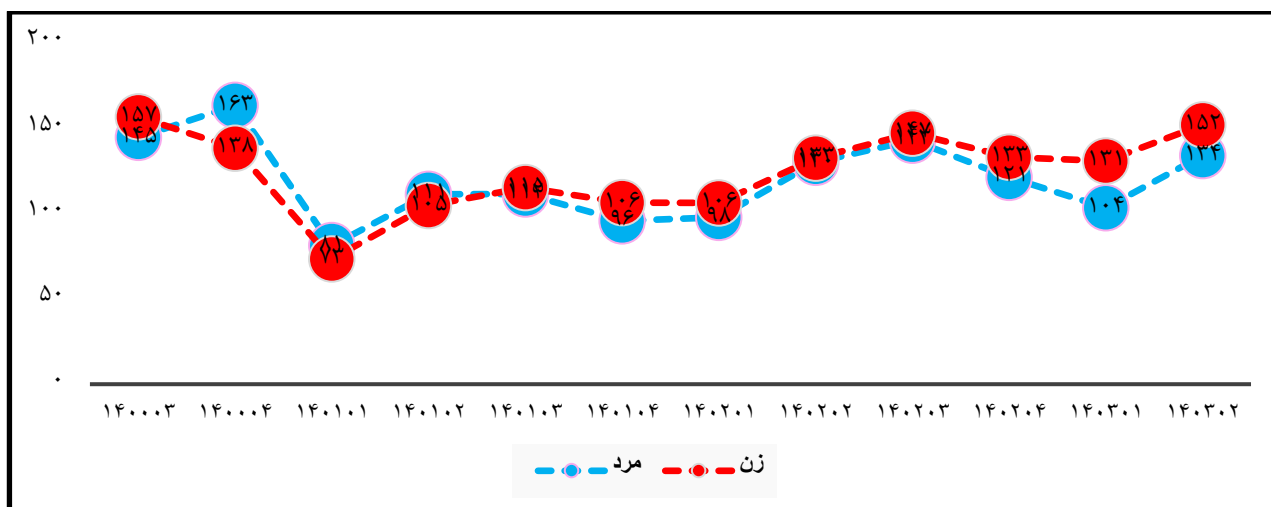
جدول ۵. شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس نوع اشتغال

سال فصل	۱۴۰۰		۱۴۰۱				۱۴۰۲		۱۴۰۳	
	پاییز	زمستان	بهار	تابستان	پاییز	زمستان	بهار	تابستان	بهار	تابستان
شاغلان بخش خصوصی و تعاونی	۱۶۸.۱	۱۴۷.۲	۹۲.۹	۱۱۹.۲	۹۹.۳	۸۸.۶	۹۵.۱	۱۴۰.۰	۱۶۵.۹	۱۱۹.۴
شاغلان بخش دولتی و عمومی	۱۶۱.۰	۱۶۷.۶	۱۱۷.۲	۱۱۰.۵	۹۱.۲	۸۱.۱	۱۳۶.۶	۱۵۰.۵	۱۶۹.۹	۱۳۹.۳
بازنشسته	۱۲۴.۵	۱۷۰.۱	۶۴.۳	۱۰۷.۲	۱۲۴.۹	۱۰۳.۶	۱۰۰.۴	۱۳۴.۷	۱۰۵.۰	۱۱۶.۷
خانه‌دار	۱۵۶.۹	۱۳۳.۸	۷۱.۶	۱۰۱.۰	۱۱۶.۱	۱۱۱.۴	۹۶.۹	۱۲۳.۳	۱۴۹.۱	۱۲۵.۴

مأخذ: همان.

۴-۵. براساس جنسیت

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده نشان می‌دهد در هر دو گروه مردها و زن‌ها خوش‌بینی در خصوص شرایط اقتصاد کلان در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش داشته، اما خوش‌بینی مردها افزایش بیشتری را تجربه کرده است.

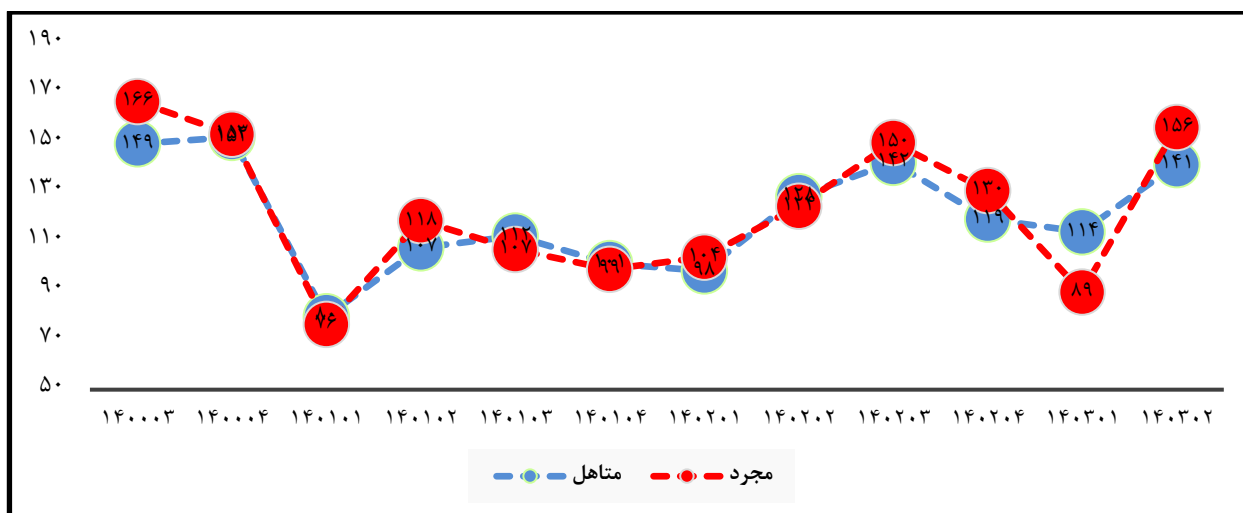


شکل ۴. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده براساس جنسیت

مأخذ: همان.

۴-۶. براساس وضعیت تأهل

بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده نشان می‌دهد در هر دو گروه افراد متأهل و افراد مجرد خوش‌بین در خصوص شرایط اقتصاد کلان در فصل تابستان نسبت به فصل بهار افزایش یافته، اما گروه افراد مجرد افزایش خوش‌بینی بیشتری را تجربه کرده است.



شکل ۵. نمودار شاخص اعتماد مصرف‌کننده از نظر وضعیت تأهل

مأخذ: همان.



۵. جمع‌بندی

شاخص اعتماد مصرف‌کننده که میانگینی از شاخص وضعیت فعلی اقتصادی و شاخص انتظارات مصرف‌کننده است؛ میزان خوش‌بینی مصرف‌کنندگان را نسبت به وضعیت کلی اقتصاد و وضعیت مالی شخصی آنها اندازه‌گیری کرده و به دولت و تصمیم‌گیرندگان بخش خصوصی کمک می‌کند تا بهتر بتوانند به ارزیابی عملکرد خود پرداخته و جهت فعالیت‌های آینده برنامه‌ریزی کنند. در گزارش حاضر، شاخص اعتماد مصرف‌کننده و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن با استفاده از دوازدهمین دوره نظرسنجی که ۱۰۷۰ پاسخ‌دهنده را پوشش می‌دهد در تابستان سال ۱۴۰۳ مورد بررسی قرار گرفته است. برآوردهای حاصل از این گزارش نشان می‌دهد، شاخص اعتماد مصرف‌کننده در تابستان سال ۱۴۰۳، (۱۴۲.۴) واحد محاسبه شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۱۴.۷) افزایش یافته است. این موضوع، منعکس‌کننده افزایش خوش‌بینی مصرف‌کنندگان نسبت به شرایط اقتصاد کلان و در نتیجه افزایش هزینه‌های احتمالی آنهاست. همچنین شاخص وضعیت فعلی اقتصادی براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد در گذشته و وضعیت بیکاری گذشته (۱۲۶) واحد برآورد شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۳۵.۴) کاهش یافته است. شاخص انتظارات مصرف‌کننده نیز براساس ارزیابی مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصاد، بیکاری و قدرت خرید در آینده (۱۵۳.۳) واحد محاسبه شده که در مقایسه با فصل بهار (۱۰۰.۹) افزایش قابل توجهی یافته است.

منبع و مأخذ

[۱]. عبداللهی محمدرضا، نمازی‌زواره، شیما. (۱۴۰۳). «شاخص اعتماد مصرف‌کننده؛ مفاهیم و روش محاسبه در ایران»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۹۹۵۱.

گزیده سیاستی

برآورد «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» نشان می‌دهد؛ این شاخص در فصل تابستان (۱۴۲۰۴) واحد بوده که در مقایسه با فصل بهار (۱۱۴۰۷) افزایش یافته و این موضوع منعکس‌کننده افزایش خوش‌بینی مصرف‌کنندگان نسبت به شرایط اقتصاد کلان است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir