

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

ΙΟΥΛΙΟΣ 2007

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥ CYPRUS

COLLEGE ΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ ΤΗΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

(με αποτίμηση της διαφημιστικής εκστρατείας στα ΜΜΕ)

Διεκπεραίωση	:	Κέντρο Ερευνών, Cyprus College
Ανάθεση	:	Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου
Τύπος και Μέθοδος	:	Τυχαία στρωματοποιημένη δειγματοληψία. Τηλεφωνικές συνεντεύξεις με κλειστές και ανοικτές ερωτήσεις
Πληθυσμός	:	Όλοι οι πολίτες της Κύπρου ηλικίας 21-65 χρόνων
Αριθμός συνεντεύξεων	:	789
Αρνήθηκαν συμμετοχή	:	89 (11,3%)
Δείγμα	:	n=700 άτομα
Χρόνος Διεξαγωγής	:	9-11 Ιουλίου 2007
Μέγιστο Δειγματοληπτικό	:	
Σφάλμα	:	±3,7

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

ΜΕΡΟΣ Α

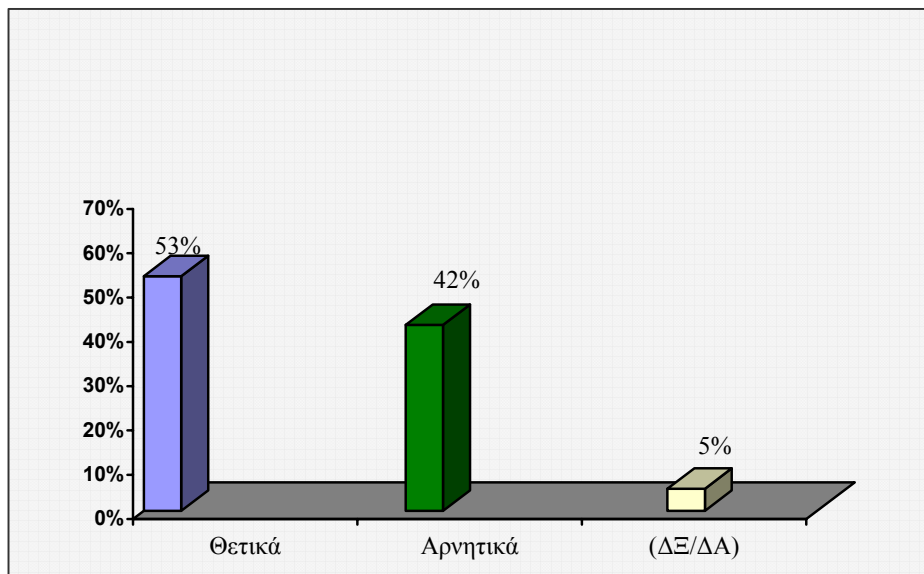
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έρευνα αυτή καταγράφει τις αντιλήψεις των Κυπρίων πολιτών σχετικά με την εισαγωγή του ευρώ στην Κύπρο. Διεξήχθη με την μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων μέσω τηλεφώνου, ενώ οι προηγούμενες παρόμοιες έρευνες έγιναν στα σπίτια των ερωτηθέντων. Ο λόγος για τον οποίο επιλέχθηκε η χρήση του τηλεφώνου είναι το γεγονός ότι μεγάλο μέρος της έρευνας καλύπτει την αποτίμηση της επίσημης εκστρατείας για την εισαγωγή του ευρώ, όπως αυτή εκδηλώνεται στα Μέσα Ενημέρωσης. Έρευνες αποτίμησης διαφημιστικών εκστρατειών είναι προτιμότερο να γίνονται μέσω τηλεφώνου, λόγω της αμεσότητας και της ταχύτητας που εξασφαλίζει η μέθοδος αυτή.

Το δείγμα επιλέχθηκε με την μέθοδο της τυχαίας στρωματοποιημένης δειγματοληψίας και περιελάμβανε 700 άτομα ηλικίας 21-65 χρόνων. Η δειγματοληψία έγινε από τις 9 μέχρι της 11 Ιουλίου 2007.

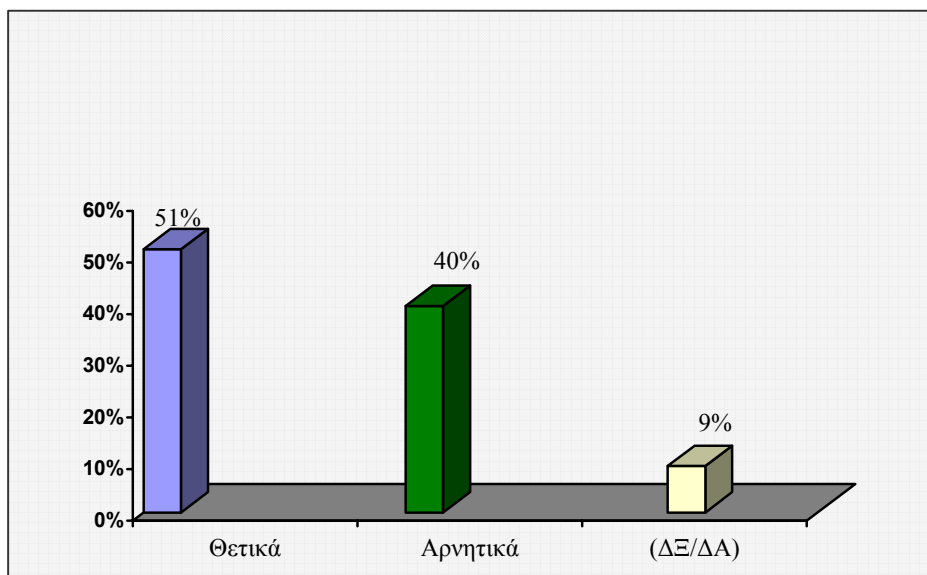
2. ΠΩΣ ΘΑ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ Η ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΡΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΥΡΩ...;

α) Την Κύπρο γενικά;



Το ποσοστό των ατόμων οι οποίοι θεωρούν ότι η Κύπρος θα επηρεαστεί θετικά από την εισαγωγή του ευρώ ανέρχεται στο 53%. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το αντίστοιχο ποσοστό σε παρόμοια έρευνα της Κεντρικής Τράπεζας πριν ένα χρόνο (Ιούλιος 2006) ήταν 27%). Για πρώτη φορά από την έναρξη καταγραφής των αντιλήψεων των πολιτών για το ευρώ καταγράφεται θετικό αποτέλεσμα ως προς την πιθανολογούμενη επίδραση της εισαγωγής του κοινού νομίσματος στην οικονομία της Κύπρου. Το ποσοστό όσων αναμένουν αρνητική επίδραση στην κυπριακή οικονομία έχει μειωθεί στο 42% σε σχέση με 60% τον Ιούλιο του 2006. Η μόνη κατηγορία πολιτών η οποία εξακολουθεί κατά πλειοψηφία να αναμένει αρνητική επίδραση στην οικονομία από την εισαγωγή του ευρώ είναι τα άτομα με μορφωτικό επίπεδο μέχρι το δημοτικό σχολείο.

β) Εσάς προσωπικά:

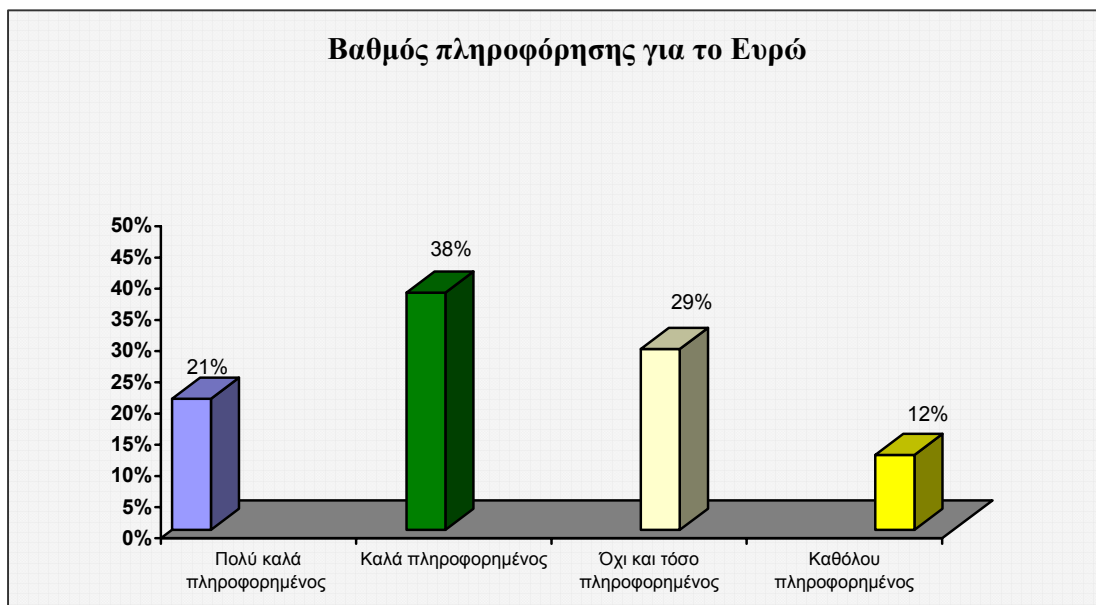


Παρόμοια αλλαγή στις αντιλήψεις του κοινού παρουσιάζεται και στο θέμα του πως θα επηρεάσει τον κάθε πολίτη προσωπικά η εισαγωγή του ευρώ. Τον Ιούλιο του 2006 65% των πολιτών πίστευαν ότι η αντικατάσταση της λίρας από το ευρώ θα τους επηρεάσει προσωπικά κατά τρόπο αρνητικό. Σήμερα το ποσοστό αυτό έχει μειωθεί στο 42%. Η δε πλειοψηφία των πολιτών (51%) εκφράζουν την πεποίθηση ότι οι ίδιοι θα επηρεαστούν θετικά από την εισαγωγή του κοινού νομίσματος.

3. ΒΑΘΜΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΩ

Για πρώτη φορά από την έναρξη καταμέτρησης των αντιλήψεων για την εισαγωγή του ευρώ, η πλειοψηφία των Κυπρίων πολιτών θεωρούν εαυτούς πολύ καλά ή καλά πληροφορημένους για το ευρώ. Το ποσοστό όσων δεν θεωρούν ότι είναι καλά πληροφορημένοι για το ευρώ έχει μειωθεί από 55% τον Ιούλιο του 2006 σε 41% σήμερα. Συγκριτικά πιο πληροφορημένοι αυτοχαρακτηρίζονται οι άντρες, τα νεαρότερα άτομα, οι κάτοικοι αστικών περιοχών και οι πιο μορφωμένοι. Μη πληροφορημένους εξακολουθούν να θεωρούν εαυτούς όσοι έχουν χαμηλή μόρφωση (μέχρι Δημοτικό).

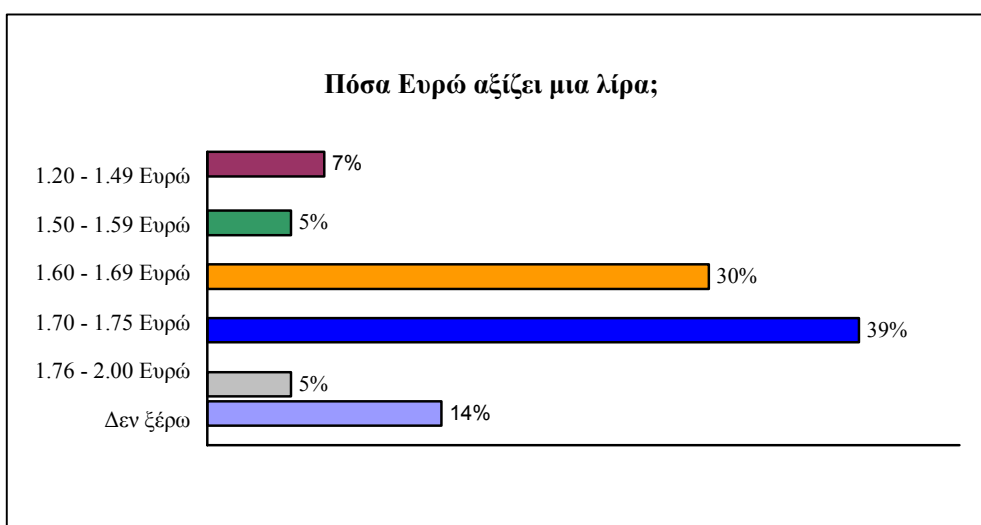
Από την ανάλυση των στατιστικών πινάκων, είχε διαφανεί από την αρχή αυτής της σειράς ερευνών ότι υπάρχει σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο βαθμό πληροφόρησης και τη θετική στάση απέναντι στην εισαγωγή του ευρώ. Τα άτομα που θεωρούν εαυτούς επαρκώς πληροφορημένους, γενικά πιστεύουν ότι το ευρώ θα ωφελήσει την Κύπρο γενικά και τους ίδιους προσωπικά. Επίσης, ανησυχούν σε χαμηλότερα ποσοστά από τους υπόλοιπους.



Με αυτήν την έννοια, το γεγονός ότι για πρώτη φορά πλειοψηφούν όσοι είναι καλά πληροφορημένοι σχετικά με το ευρώ είναι σημαντικό ως προς τη γενικότερη τοποθέτηση του κοινού απέναντι στο κοινό νόμισμα.

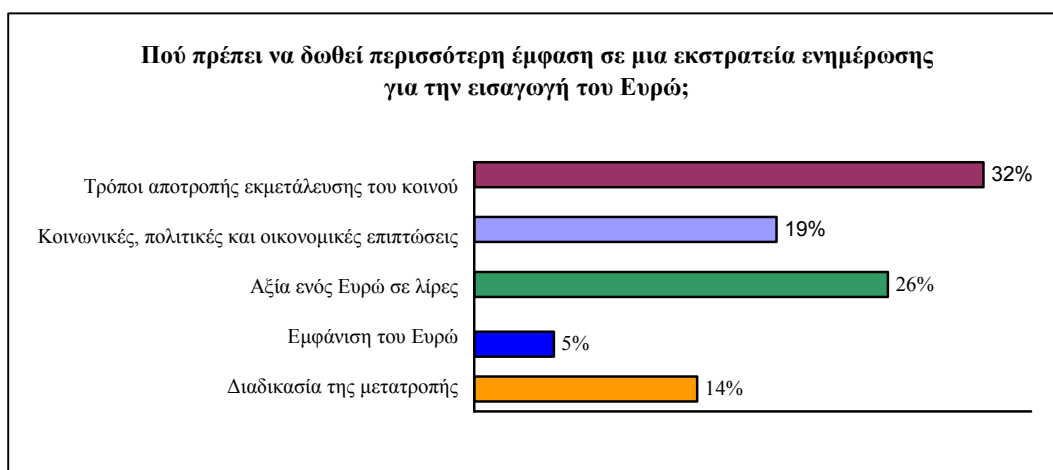
4. ΠΟΣΑ ΠΕΡΙΠΟΥ ΕΥΡΩ ΑΞΙΖΕΙ ΜΙΑ ΛΙΡΑ ΣΗΜΕΡΑ;

Το ποσοστό των πολιτών που εξακολουθεί να μην είναι σε θέση να αναφέρει την ισοτιμία λίρας – ευρώ έχει μειωθεί στο 14% από 34% τον Ιούλιο του 2006. Ανάμεσα σε αυτούς που δηλώνουν μια τιμή, ένα μικρό ποσοστό πολιτών βρίσκονται σχετικά μακριά από την πραγματική ισοτιμία, γενικά όμως η διάμεσος τιμή της ισοτιμίας που αναφέρθηκε βρίσκεται στο 1,70 και ο μέσος όρος στο 1,67 (2% πιο κάτω από την πραγματική ισοτιμία).

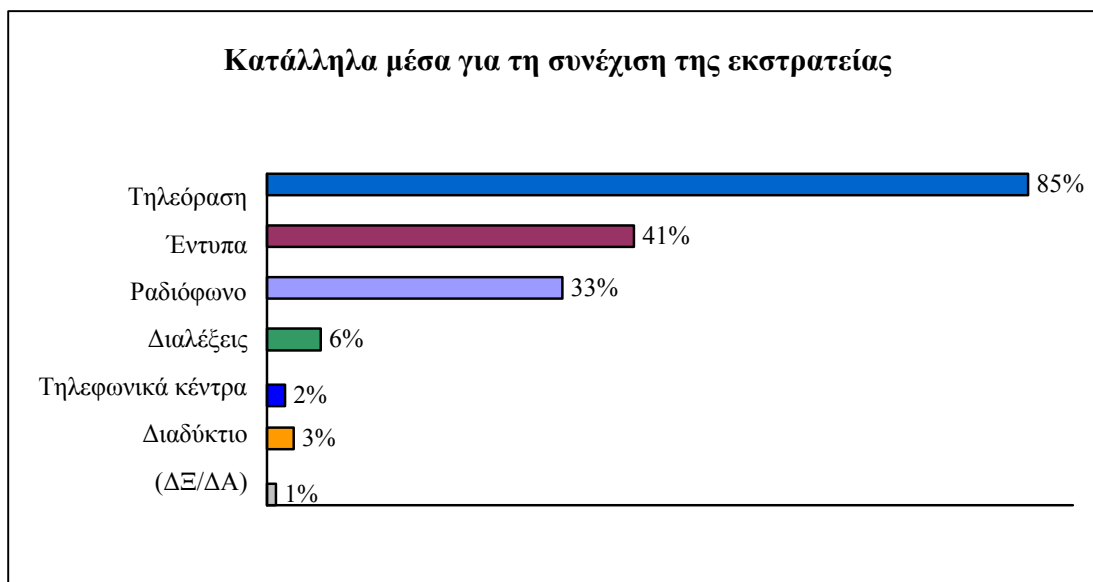


5. ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΩΘΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΜΙΑ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΩ;

Η επεξήγηση τρόπων αποτροπής της εκμετάλλευσης του κοινού παραμένει πρώτη επιλογή για περισσότερη έμφαση, αλλά με μειωμένα ποσοστά, 32% έναντι 48% τον Ιούλιο του 2006. Σημαντική μερίδα του κοινού και ειδικά τα πιο μεγάλα σε ηλικία άτομα και τα λιγότερο πληροφορημένα για ευρώ ζητούν περισσότερη έμφαση στην ενημέρωση για την αξία ενός ευρώ σε λίρες.



6. ΚΑΤΑΛΛΗΛΑ ΜΕΣΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΧΙΣΗ ΤΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ (ΜΕΧΡΙ ΔΥΟ ΕΠΙΛΟΓΕΣ)



Η τηλεόραση παραμένει το κύριο μέσο προτίμησης του κοινού για την συνέχιση της εκστρατείας για το ευρώ. Ακολουθούν τα έντυπα (εφημερίδες και περιοδικά) (41% έναντι 42% τον Ιούλιο του 2006) και το ραδιόφωνο με 33%.

Άλλα μέσα ενημέρωσης, όπως το διαδίκτυο, οι διαλέξεις και η λειτουργία τηλεφωνικών κέντρων, λαμβάνουν χαμηλό έως και αμελητέο βαθμό προτίμησης.

ΜΕΡΟΣ Β: ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ

ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩ

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

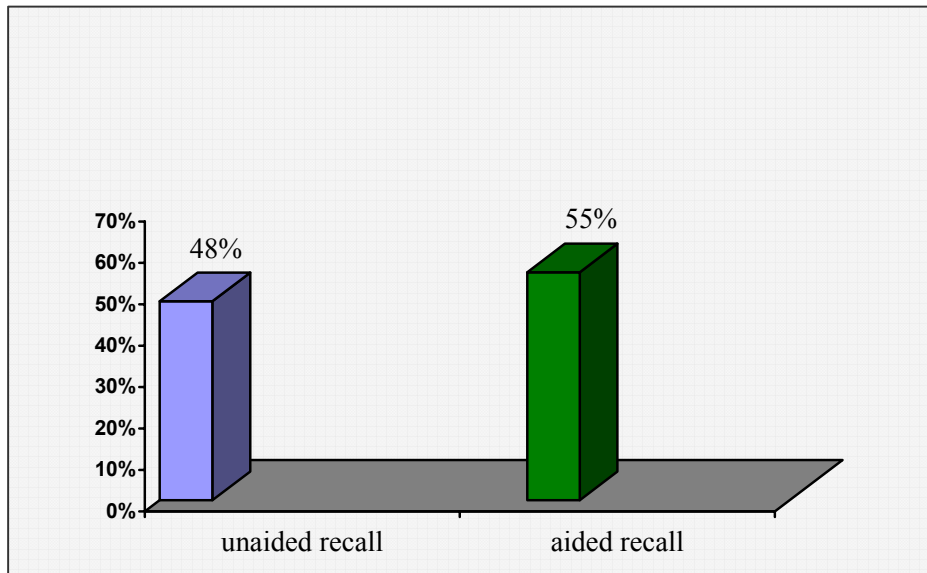
Μέσα στα πλαίσια της παρούσας έρευνας της Κεντρικής Τράπεζας με αντικείμενο την εισαγωγή του ευρώ (9 ως 11 Ιουλίου 2007), έγινε αποτίμηση της εκστρατείας όπως αυτή «έτρεχε» κατά τις ημέρες διεξαγωγή της έρευνας. Μάλιστα, ο χρόνος διεξαγωγής της έρευνας, καθώς και η μορφή της (τηλεφωνική) σχεδιάστηκαν ώστε να δώσουν τα πιο έγκυρα αποτελέσματα όσον αφορά την εκστρατεία στα ΜΜΕ. Κατά το χρόνο διεξαγωγής της έρευνας τελείωναν δύο κομμάτια της επίσημης εκστρατείας για το ευρώ στα ΜΜΕ. Με ειδικές ερωτήσεις που συμπεριλήφθησαν για πρώτη φορά στο ερωτηματολόγιο η έρευνα κατέγραψε:

- Τη χωρίς βοήθεια αναμνησιμότητα (unaided recall) των διαφημίσεων σε τηλεόραση, ράδιο και έντυπα.
- Τη με βοήθεια αναμνησιμότητα (aided recall) των πιο πάνω διαφημίσεων.
- Την αναμνησιμότητα των συνθημάτων (slogans) της εκστρατείας.
- Την αποτίμηση των διαφημίσεων σε τηλεόραση, ράδιο και έντυπα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας ως προς τα πιο πάνω σημεία παρατίθενται αναλυτικά πιο κάτω.

2. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

α) Αναμνησιμότητα διαφημίσεων



Το ποσοστό που ανέφεραν ότι είδαν στην τηλεόραση διαφημίσεις από την επίσημη εκστρατεία για το ευρώ ήταν 48%. Το ποσοστό αυτό ήταν περίπου το ίδιο στις διάφορες ομάδες του πληθυσμού με κάποια εξαίρεση τα άτομα με χαμηλή μόρφωση (μέχρι Δημοτικό) ανάμεσα στους οποίους ήταν 35%.

Όταν παρατηρήσαμε σε όσους είπαν ότι δεν είδαν τέτοιες διαφημίσεις ότι πρόκειται για τις διαφημίσεις με τα ανθρωπάκια του Πιν (καρτούν) το ποσοστό αναμνησιμότητας ανέβηκε στο 55%.

Δηλαδή ένας στους δύο περίπου Κύπριους θυμάται να έχει δει διαφήμιση στην τηλεόραση από την επίσημη εκστρατεία για το ευρώ.

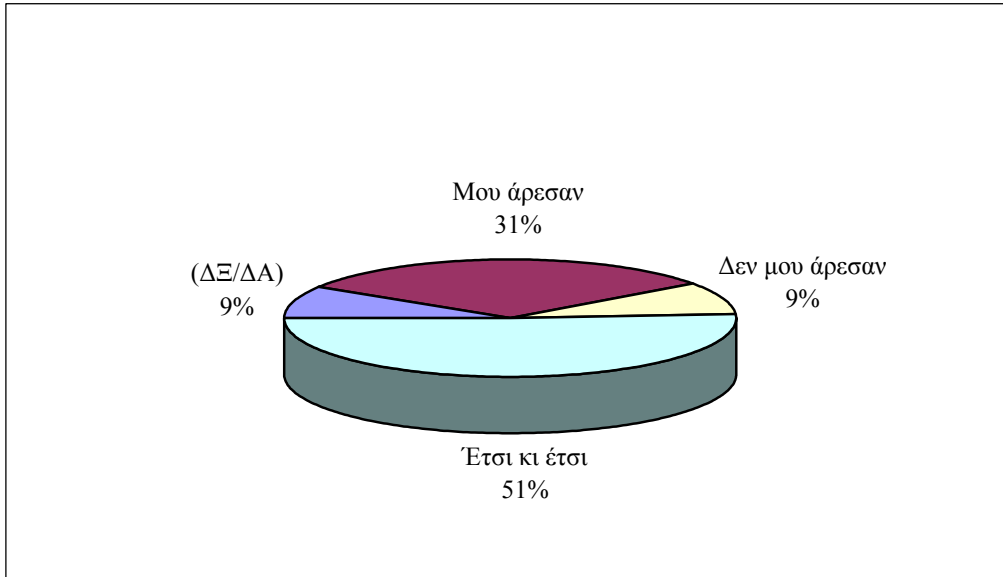
β) Αναμνησιμότητα των σλόγκανς

Περίπου 13% όσων μπορούσαν να θυμηθούν ότι είδαν διαφημίσεις από την επίσημη εκστρατεία του ευρώ στην τηλεόραση ανέφεραν κάποιο σλόγκαν από τις διαφημίσεις αυτές με κυριότερες αναφορές τις εξής:

√ 10 Ιουλίου, ισοτιμία λίρας - ευρώ	28%
√ Κλείδωμα λίρας και ευρώ	18%
√ Το ευρώ είναι στο χέρι σου	12%
√ Το ευρώ είναι ανάμεσά μας	10%

Αν λάβει κανείς υπόψη ότι πολύ λίγα άτομα ανέφεραν κάποιο σλόγκαν και ότι οι δυο πρώτες αναφορές αφορούσαν στην πραγματικότητα το θέμα της διαφήμισης και όχι κάποιο σλόγκαν, εξάγεται το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει κάποιο σλόγκαν της εκστρατείας που να έχει εξασφαλίσει ψηλό βαθμό αναμνησιμότητας (recall).

γ) Αποτίμηση των τηλεοπτικών διαφημίσεων



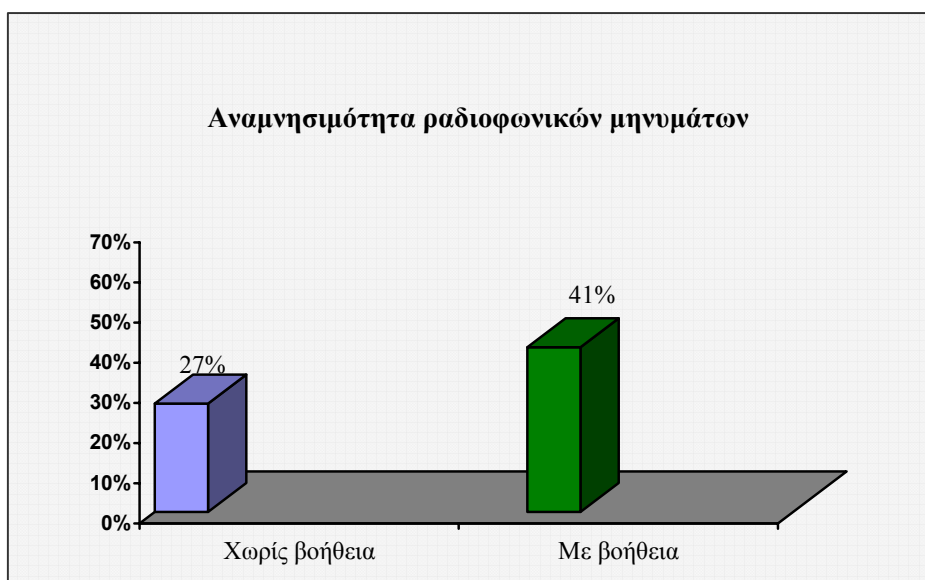
Η άποψη των τηλεθεατών για τις διαφημίσεις της επίσημης εκστρατείας του ευρώ είναι μάλλον ουδέτερη. Μόνο ένας στους τρεις απάντησε ότι του άρεσαν οι διαφημίσεις αυτές. Από την άλλη, όμως, μόνο ένας στους τρεις εκφράστηκε αρνητικά για αυτές.

Σημειώνεται ότι ανάμεσα στους νέους 21-29 χρόνων το ποσοστό όσων δηλώσαν ότι τους άρεσαν οι διαφημίσεις αυτές, είναι αισθητά χαμηλότερο του μέσου όρου, μόνο 18%.

3. ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

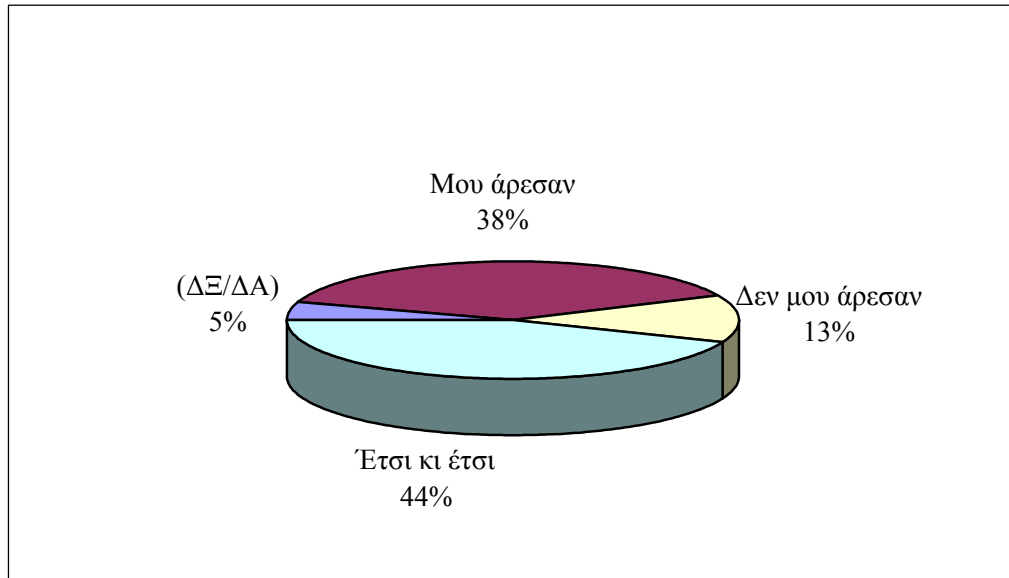
α) Αναμνησιμότητα διαφημίσεων

Το 27% των πολιτών ανέφερε ότι είχε ακούσει στο ραδιόφωνο διαφημίσεις της επίσημης εκστρατείας για την εισαγωγή του ευρώ. Όταν του υπενθυμίστηκε το σλόγκαν των διαφημιστικών μηνυμάτων το ποσοστό αυτών που δήλωσαν ότι το άκουσαν ανέβηκε στο 41%.



Το ποσοστό των ατόμων που δήλωσαν ότι άκουσαν διαφημιστικά μηνύματα της επίσημης εκστρατείας στο Ραδιόφωνο (41%) πρέπει να κριθεί ως ιδιαίτερα ψηλό. Μάλιστα στους νέους ηλικίας 21-29 χρόνων το ποσοστό αυτό ήταν ακόμα ψηλότερο, 46%.

β) Αποτίμηση ραδιοφωνικών μηνυμάτων



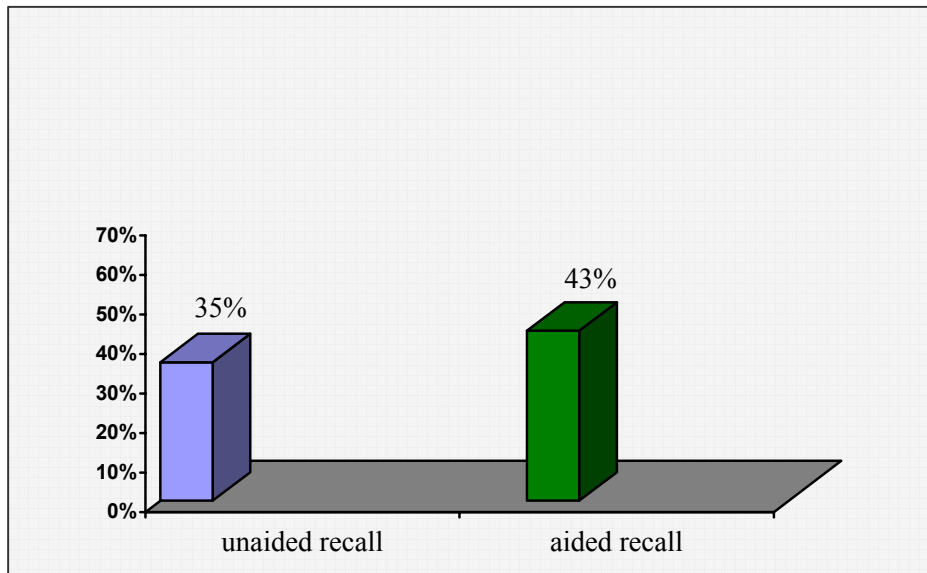
Το ποσοστό των ακροατών που δήλωσαν ότι τους άρεσαν τα ραδιοφωνικά μηνύματα της επίσημης εκστρατείας για την εισαγωγή του ευρώ είναι 38% (κάπως πιο ψηλό από το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι τους άρεσαν οι τηλεοπτικές διαφημίσεις). Για τους περισσότερους ακροατές τα μηνύματα αυτά ήταν ουδέτερα (44%) ενώ 13% δήλωσαν ότι δεν τους άρεσαν.

Δεν υπάρχει κάποια ομάδα του πληθυσμού στην οποία τα μηνύματα αυτά είτε άρεσαν πιο πολύ είτε δεν άρεσαν σε πιο έντονο βαθμό. Γενικά η εντύπωση του κοινού καταγράφεται από ουδέτερη ως θετική.

4. ΕΝΤΥΠΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

α) Αναμνησιμότητα

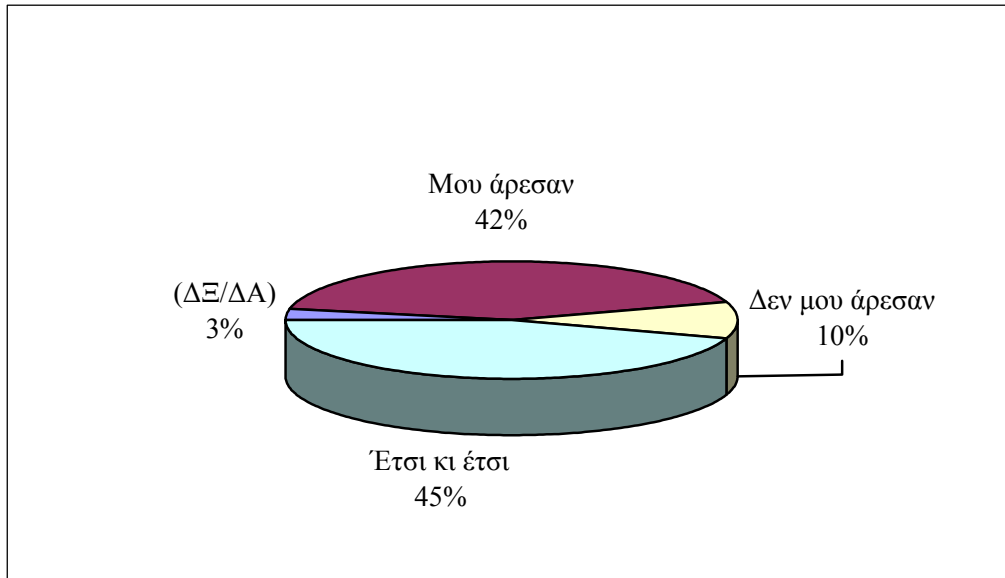
Περίπου 35% των πολιτών δήλωσαν ότι είδαν σε εφημερίδες ή περιοδικά έντυπη διαφήμιση από την επίσημη εκστρατεία για την εισαγωγή του ευρώ. Το ποσοστό αυτό ανέβηκε στο 43% όταν τους υπενθυμίστηκε ότι οι καταχωρήσεις αυτές αφορούσαν τον κώδικα δίκαιης τιμολόγησης και το κλείδωμα της ισοτιμίας.



Το ποσοστό αναμνησιμότητας θα πρέπει να κριθεί ως πολύ ικανοποιητικό, αν λάβει κανείς υπόψη ότι τα άτομα που διαβάζουν εφημερίδες και περιοδικά είναι πιο λίγα από εκείνα που βλέπουν τηλεόραση ή ακούν ραδιόφωνο.

Ιδιαίτερα υψηλή αναμνησιμότητα των έντυπων διαφημίσεων καταγράφεται στα άτομα ηλικίας 30-49 χρόνων και άλλους δημόσιους και ημικρατικούς υπαλλήλους

β) Αποτίμηση έντυπων διαφημίσεων

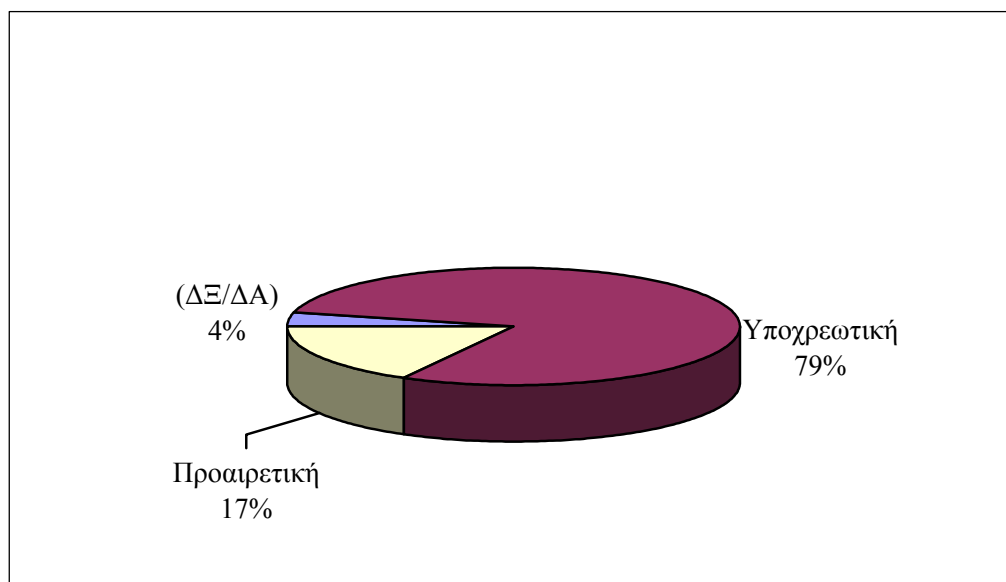


Η αποτίμηση των έντυπων διαφημίσεων καταγράφεται ως ελαφρώς καλύτερη από την αποτίμηση των ηλεκτρονικών διαφημίσεων. Οι μισοί περίπου αναγνώστες δήλωσαν ότι τους άρεσαν οι καταχωρήσεις αυτές.

Σημειώνεται όμως ότι οι έντυπες καταχωρήσεις άρεσαν κυρίως σε μορφωμένα άτομα, ενώ τα ποσοστά θετικής αποτίμησης είναι μειωμένα στα άτομα με λιγότερη μόρφωση. Ίσως τούτο να εξυπακούει ότι οι καταχωρήσεις αυτές θα πρέπει να γίνουν πιο απλές και κατανοητές στους λιγότερο μορφωμένους.

5. ΔΙΠΛΗ ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΙΜΩΝ: ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΉ Ή ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΗ;

Έμμεσα σχετιζόμενη με την εκστρατεία για την εισαγωγή του ευρώ ήταν η ερώτηση που τέθηκε στο ερωτηματολόγιο της έρευνας αυτής κατά πόσο η διπλή αναγραφή των



τιμών σε λίρες και ευρώ από την πρώτη Σεπτεμβρίου είναι υποχρεωτική ή προαιρετική. Και τούτο γιατί λίγες μέρες πριν είχε προηγηθεί εκστρατεία ενημέρωσης για την υποχρεωτική (δια νόμου) διπλή αναγραφή των τιμών από την πρώτη Σεπτεμβρίου 2007.

Από τις απαντήσεις των πολιτών προκύπτει ότι στη μεγάλη τους πλειοψηφία (οκτώ στους δέκα) γνώριζαν ότι η διπλή αναγραφή των τιμών θα είναι υποχρεωτική. Ακόμα και ανάμεσα σε αυτούς που αυτοχαρακτηρίζονται ως μη καλά πληροφορημένοι για θέματα που αφορούν το ευρώ, τρεις στους τέσσερις γνώριζαν ότι η διπλή αναγραφή των τιμών θα είναι υποχρεωτική. Βεβαίως, δε μπορεί να αποδειχτεί άμεσα ότι ο υψηλός βαθμός γνώσης στο θέμα αυτό οφείλεται στη διαφημιστική εκστρατεία στα ΜΜΕ. Είναι πιθανόν να συνέτειναν στην πληροφόρηση του κοινού και άλλοι παράγοντες. Όπως δηλώσεις επισήμων, συζητήσεις στα ΜΜΕ, διαλέξεις, άρθρα κλπ. Σε κάποιο βαθμό όμως, μπορεί κανείς να υποθέσει ότι στον υψηλό βαθμό γνώσης του κοινού συνέτεινε και η διαφημιστική εκστρατεία που είχε λάβει χώρα λίγο πριν την έρευνα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα αυτή σηματοδοτεί ένα κομβικό σημείο στην εξέλιξη των κοινωνικών αντιλήψεων γύρω από την επίδραση της εισαγωγής του ευρώ στην Κύπρο. Για πρώτη φορά, η πλειοψηφία των πολιτών αναμένει θετικές επιδράσεις από την εισαγωγή του ευρώ, τόσο σε προσωπικό επίπεδο όσο και σε ότι αφορά την κυπριακή οικονομία γενικότερα.

Παράλληλα, προφανώς ως αποτέλεσμα των προσπαθειών ενημέρωσης του κοινού, για πρώτη φορά πλειοψηφούν ανάμεσα στους πολίτες εκείνοι που θεωρούν εαυτούς επαρκώς καλά πληροφορημένους για το ευρώ.

Όσον αφορά τη διαφημιστική εκστρατεία στα ΜΜΕ για την εισαγωγή του ευρώ, τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφουν μια ανάμεικτη εικόνα. Οι σχετικές διαφημίσεις έχουν περιπέσει στην αντίληψη του μισού περίπου πληθυσμού, η δε αποτίμησή τους είναι μάλλον ουδέτερη προς θετική. Εντύπωση πάντως προκαλεί ότι η υποχρεωτικότητα της αναγραφής διπλών τιμών από την πρώτη Σεπτεμβρίου είναι γνωστή στη μεγάλη πλειοψηφία του πληθυσμού, πράγμα που αποτελεί μια επιπρόσθετη ένδειξη ότι οι διάφορες προσπάθειες ενημέρωσης αποδίδουν καρπούς.