

LEI-conjunctuurbarmeter

Een verkenning van de mogelijkheden om de stemming onder agrarische ondernemers te peilen



LEI

WAGENINGEN UR

LEI-conjunctuurbarmeter

Een verkenning van de mogelijkheden om de stemming
onder agrarische ondernemers te peilen

Gerben Jukema
Katrin Oltmer
Michiel van Galen
Youri Dijkxhoorn

LEI-nota 11-138
December 2011
Projectcode 2273000085
LEI, onderdeel van Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de volgende onderzoeksvelden:



Sector & Ondernemerschap



Regionale Economie & Ruimtegebruik



Markt & Ketens



Internationaal Beleid



Natuurlijke Hulpbronnen



Consument & Gedrag

LEI-conjunctuurbarmeter; Een verkenning van mogelijkheden om de stemming onder agrarische ondernemers te peilen

Jukema, G., K. Oltmer, M. van Galen en Y. Dijkxhoorn

LEI-nota 11-138

54 p., fig., tab., bijl.

Project KB-03-007-005, CEI; Conjunctuur Barometer.

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het EL&I-programma Kennisbasis Onderzoek;
Thema: Ketens & Logistiek; Cluster: Meten van ketenprestaties.

Inhoud

	Woord vooraf	7
	Samenvatting	8
	S.1 Belangrijkste uitkomsten	8
	S.2 Overige uitkomsten	9
	S.3 Methode	9
1	Inleiding	10
	1.1 Aanleiding	10
	1.2 Doelstelling	10
	1.3 Werkwijze	10
	1.4 Leeswijzer	11
2	Bestaande conjunctuurbarometers	12
	2.1 Inleiding	12
	2.2 Conjunctuurenquête Nederland (COEN)	12
	2.2.1 Doel en opzet	12
	2.2.3 Classificaties	13
	2.2.4 Steekproef en waarneming	15
	2.2.5 Publicatievormen	15
	2.3 Vlaamse Landbouwconjunctuurindex	16
	2.3.1 Doel en opzet	16
	2.3.2 Vragen en samenstelling conjunctuurindex	16
	2.3.3 Classificaties	17
	2.3.4 Steekproef en waarneming	17
	2.3.5 Publicatievormen	17
	2.4 Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar	17
	2.4.1 Doel en opzet	17
	2.4.2 Vragen en samenstelling conjunctuurindex	17
	2.4.3 Classificaties	18
	2.4.4 Steekproef en waarneming	18
	2.4.5 Publicatievormen	18
	2.5 CPB-conjunctuurindicator	18
	2.6 Andere binnenlandse barometers	18
	2.6.1 ING Kwartaalbericht agrarische sector	19
	2.6.2 Rabobank Sectorprognoses	19
	2.6.3 ABN AMRO Sectorscope	19
	2.6.4 GIBO Groep eindejaarsondernemersenquête	20
	2.6.5 AgriDirect	21
	2.6.6 LTO Glaskracht	21
	2.7 Andere buitenlandse barometers	21
	2.7.1 Frankrijk: FNSEA Baromètre de conjuncture agricole	21
	2.7.2 Italië: ISMEA Panel of farms	22
	2.7.3 Zweden: LRF Konsult Agricultural Barometer	22
	2.8 Initiatief van COPA-COGECA	23

3	Ontwikkeling LEI-conjunctuurbarometer	25
3.1	Inleiding	25
3.2	Verschillende typen conjunctuurbarometers	25
3.3	Wel of geen eigen barometer	26
3.4	Ontwikkelingsproces	27
3.5	Vragenlijst	28
3.5.1	Stemmingsindex	28
3.5.2	Conjunctuurindex	28
3.5.3	Achterliggende factoren van invloed op de conjunctuurindicatoren	29
3.5.4	Investerings	29
4	Resultaten van de pilot	31
4.1	Inleiding	31
4.2	Stemmingsindex	31
4.3	Conjunctuurindex	32
4.4	Factoren die de bedrijfsvoering beïnvloeden	33
4.5	Investerings	34
4.6	Respons en review	36
4.6.1	Respons	36
4.6.2	Review	36
5	Conclusies en aanbevelingen	39
5.1	Conclusie	39
5.2	Aanbevelingen	39
	Literatuur en websites	41
	Bijlagen	
1	Overzichten classificaties COEN-conjunctuurenquête	42
2	Vragenlijst COEN-conjunctuurenquête	44
3	Overzichten classificaties Vlaamse Landbouwconjunctuurindex	45
4	Gestelde vragen Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar	47
5	Beschrijving 'Business cycle tracer'	52
6	Voorbeeld Conjunctuurklok CBS	53

Woord vooraf

Als de economische groei vertraagt, heeft de ene sector daar meer last van dan de andere. Ook kunnen beleidswijzigingen ingrijpende gevolgen hebben voor de stemming onder ondernemers in specifieke deelsectoren. Voor de meeste specifieke vraagstukken worden specifiek causale modellen gebruikt of ontwikkeld. Toch kan een kant-en-klare barometer van de stand van zaken in de sector een toegevoegde waarde hebben voor beleidsmakers en onderzoek. Bedrijven en beleidsmakers hebben continu behoefte aan accurate en actuele informatie over ontwikkelingen in de sector. Dit blijkt bijvoorbeeld uit recente initiatieven van de Europese boerenorganisatie COPA-COGECA om gegevens uit conjunctuurbarometers uit verschillende landen te verzamelen en te rapporteren.

Op dit moment beschikt het LEI nog niet over een eigen conjunctuurbarometer. Om de mogelijkheden hiervoor te onderzoeken is een verkennend onderzoek uitgevoerd. Hoewel er al andere barometers in Nederland worden bijgehouden, geeft geen daarvan een compleet en onafhankelijk beeld van de conjunctuur en stemming onder ondernemers in de agrarische sector. Bovendien kan een LEI-barometer een toegevoegde waarde hebben vanwege de mogelijke koppelingen met andere gegevens die het LEI verzamelt. Daardoor kunnen ook inzichten worden ontwikkeld in de oorzaken en gevolgen van veranderingen in de agrarische conjunctuur. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Centrum voor Economische Informatievoorziening (CEI) in het kader van het KB-CEI onderzoeksprogramma.

Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne
Algemeen Directeur LEI

Samenvatting

S.1 Belangrijkste uitkomsten

Een speciale conjunctuurbarometer voor de Nederlandse land- en tuinbouw kan inzicht geven in de actuele en verwachte ontwikkelingen op de bedrijven.

Voor de hele private sector en voor veel verschillende bedrijfstakken bestaan al conjunctuurbarometers. Een goede agrarische barometer - ook voor de verschillende deelsectoren - is er nog niet.

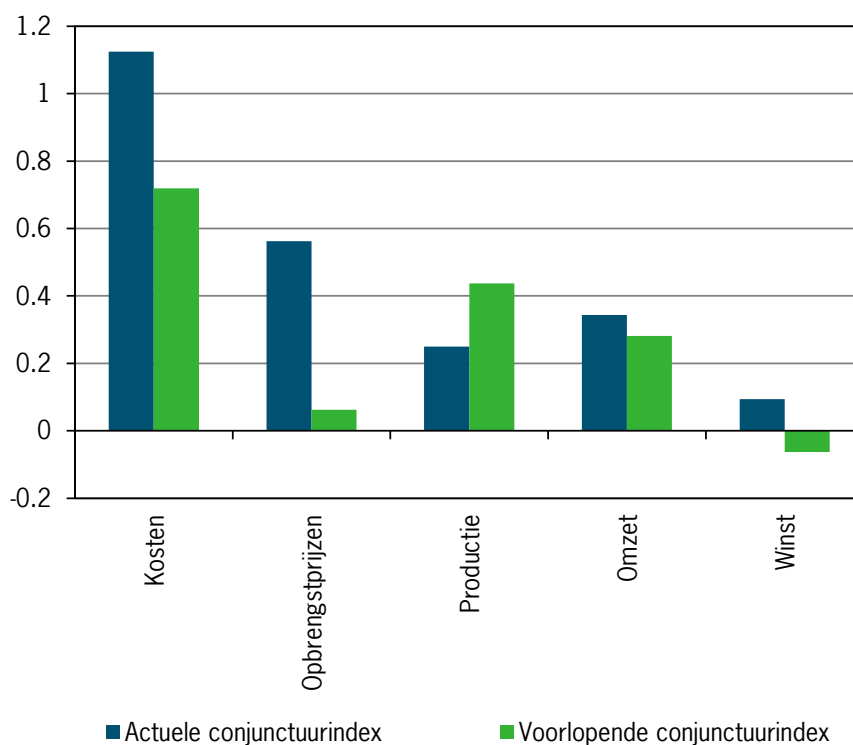
(Zie hoofdstuk 2 en paragraaf 3.3)

Een actuele en voorlopende conjunctuurindex met verklarende factoren is een toevoeging aan de huidige monitoring van het LEI. (Zie paragraaf 3.3 en paragraaf 5.1)

De meeste bestaande (buitenlandse/agrarische) conjunctuurbarometers zijn gebaseerd op enquêtes. Barometers van enkele banken en het CPB zijn gebaseerd op econometrische analyse van vele indicatoren (basisreeksen). (Zie hoofdstuk 2)

Een conjunctuurbarometer is vooral nuttig als die actuele en vooruitkijkende informatie oplevert. De meeste barometers zijn daarom op kwartaalbasis. (Zie hoofdstuk 2 en paragraaf 5.1)

Figuur S.1 Voorbeeld actuele en voorlopende conjunctuurindex: individuele indicatoren, a)



a) Deze cijfers geven de ongewogen en niet-representatieve resultaten weer van een test onder een beperkt aantal bedrijven.
Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

S.2 Overige uitkomsten

- Een koppeling van de resultaten met realisatiecijfers van inkomens (Bedrijven-Informatienet) is nuttig voor onderzoek van achterliggende factoren en validatie van de resultaten. Door gerealiseerde omzet en winst te vergelijken met de op basis van enquêtes samengestelde conjunctuurindices kan de voorspellingskracht van die indices worden vergroot. ([Zie paragraaf 3.3](#))
- De ontwikkelde concept-LEI-conjunctuurbarometer is gebaseerd op een korte vragenlijst onder deelnemers van het Bedrijven-Informatienet van het LEI. De vragen gaan over de huidige situatie op het bedrijf (stemmingsindicator en actuele conjunctuurindex) en de toekomstige situatie (voorlopende conjunctuurindex). De conjunctuurindices zijn gebaseerd op vijf achterliggende indicatoren. De vragenlijst bevat ook vragen over de investeringsbereidheid van bedrijven en factoren die de bedrijfsvoering beïnvloeden. ([Zie paragraaf 3.5](#))
- De enquête is getest onder 35 bedrijven. De resultaten van deze niet-representatieve test staan in deze nota beschreven. Uit de testresultaten blijkt dat een groot deel van de bedrijven in staat is om de vragenlijst zonder problemen in te vullen en dat het invullen meestal minder dan 10 minuten kost. ([Zie hoofdstuk 4](#))
- Om de deelnemers zo min mogelijk te belasten is het een mogelijkheid om de vragen over factoren die de bedrijfsvoering beïnvloeden en over investeringen alleen op jaarbasis te stellen. ([Zie paragraaf 5.2](#))
- In Europees verband is er momenteel een initiatief van COPA-COGECA om verschillende nationale agrarische conjunctuurbarometers te bundelen tot een Europese barometer. Het LEI heeft in de ontwikkeling van deze Europese barometer geparticipeerd. De ontwikkelde vragenlijst sluit daarbij aan. Dit platform biedt een mogelijkheid om de Nederlandse resultaten ook in andere landen zichtbaar te maken. ([Zie paragraaf 2.8](#))

S.3 Methode

Het LEI heeft de mogelijkheden bekeken voor het ontwikkelen van een eigen conjunctuurbarometer van de land- en tuinbouw in Nederland. Om dit te onderzoeken is gekeken naar bestaande conjunctuurbarometers en de methoden die daarachter liggen. Vervolgens is op basis van gesprekken met onderzoekers een concept voor een eigen barometer ontwikkeld. Deze is getest bij 35 bedrijven uit verschillende deelsectoren om de algemene bruikbaarheid van de methodiek te toetsen. ([Zie paragraaf 3.4](#))

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De inkomens van boeren en tuinders kunnen behoorlijk fluctueren. Dat komt bijvoorbeeld door tijdelijke en structurele veranderingen in de prijzen van grondstoffen of producten. Het LEI verzamelt en analyseert een groot aantal financiële kengetallen van bedrijven en markten waarmee met terugwerkende kracht een accuraat beeld van de financiële stand van zaken in de sector kan worden gegeven. Het LEI beschikt met het Informatienet over een grote databank met financiële en andere gegevens van boeren en tuinders in Nederland (*Bedrijven-Informatienet*). Actuele prijsgegevens geven ook enig inzicht in de huidige stand van zaken. De LEI-prijzenstatistiek legt de prijsveranderingen van een groot aantal agrarische producten (maandelijks) vast.

Het duurt echter enige tijd voordat deze financiële gegevens compleet zijn en kunnen worden gebruikt in onderzoeken. Voor actuele informatie rapporteert het LEI in de zogenaamde kwartaalrapportages (*Agri-monitor*) over de ontwikkelingen in bepaalde deelsectoren in het afgelopen kwartaal. Recent zijn de kwartaalrapportages vervangen door de barometer agrarische sectoren.¹ De barometer agrarische sectoren informeert op maandbasis over de economische situatie op Nederlandse veehouderijbedrijven en in de sierteeltsector. Hoewel hiermee redelijk actuele informatie wordt samengesteld, is deze nog altijd vooral terugkijkend. Om de beschikbare informatie aan te vullen met actuele gegevens over de agrarische conjunctuur, stemmingsontwikkelingen en verwachtingen over de toekomst kan een eigen LEI-conjunctuurbarometer uitkomst bieden. Een belangrijk voordeel van conjunctuurindices is dat die in een relatief vroeg stadium een omslag in de economische groei kunnen opsporen (zie bijvoorbeeld Fase en Van der Wielen, 1989).

1.2 Doelstelling

De doelen van dit project zijn tweeledig:

- enerzijds een verkenning van de mogelijkheden en het nut van de ontwikkeling van een eigen LEI-conjunctuurbarometer en de pilot-implementatie in het Bedrijven-Informatienet van het LEI;
- anderzijds het opstellen van een plan voor het vernieuwen van de presentatie van de kwartaalrapportages op de LEI website.

In dit rapport wordt verslag gedaan van de onderzoeksactiviteiten ten behoeve van de eerste doelstelling.

1.3 Werkwijze

Om een LEI-conjunctuurbarometer te ontwikkelen is de volgende aanpak gevolgd:

- een literatuur-/deskstudie van bestaande conjunctuurbarometers en stemmingsindices;
- op basis van de opgedane kennis, de ontwikkeling van een (online)enquête;
- een pilot onder 100 agrarische ondernemers uit het Bedrijveninformatienet, uit 5 verschillende deelsectoren.

De enquête dient te voldoen aan de volgende criteria:

¹ <http://www3.lei.wur.nl/BarometerAgrarischeSectoren/barometer.aspx>

- ondernemers moeten de enquête snel in kunnen vullen,
- ondernemers uit verschillende agrarische sectoren moeten de vragen kunnen begrijpen en beantwoorden voor het eigen bedrijf,
- de enquêteresultaten moeten in korte tijd verwerkt kunnen worden.

Tijdens de ontwikkeling van de vragenlijst heeft steeds afstemming plaatsgevonden met LEI-deskundigen uit verschillende subsectoren, waarbij een balans gezocht is tussen een barometer die aansluit bij bestaande barometers (om vergelijking met andere sectoren mogelijk te maken) en het incorporeren van het eigen karakter van de verschillende (sub)sectoren van de agrarische sector.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt een overzicht gegeven van de belangrijkste bestaande conjunctuurbarometers en stemmingsindices in de landen om ons heen. Hoofdstuk 3 beschrijft de ontwikkeling van de (online)vragenlijst voor de LEI-conjunctuurbarometer. In hoofdstuk 4 worden de resultaten besproken van de pilot onder bedrijven uit het Informatienet. Hoofdstuk 5 sluit af met conclusies en aanbevelingen voor de implementatie van de conjunctuurbarometer.

2 Bestaande conjunctuurbarometers

2.1 Inleiding

In verschillende publicaties komen de termen monitor, barometer, conjunctuurindex en conjunctuurindicator voor. Hoewel niet in alle gevallen op dezelfde manier met de terminologie wordt omgegaan, doen we dat in dit onderzoek wel.

De termen monitor en barometer worden in de economie (en andere disciplines) in overdrachtelijke zin gebruikt. Strikt genomen is een monitor een apparaat waarmee informatie over de toestand in een systeem aan de gebruiker wordt doorgegeven (bijvoorbeeld een beeldscherm). Een monitor is in die zin een methode inclusief 'beeldscherm' om de toestand in een economisch systeem in de gaten te houden. De term barometer komt uit de natuurkunde en slaat op een instrument om de luchtdruk te meten. Economen hebben de term overgenomen voor een instrument waarmee specifiek de economische stand van zaken in een sector, land of regio wordt gemeten. Net als bij de meting van de luchtdruk met een barometer is een economische barometer idealiter geijkt en geeft die op eenvoudige wijze de stand van zaken.

In een conjunctuurbarometer kan onderscheid worden gemaakt tussen de verklaarde variabele (de conjunctuurindex) en de verklarende variabelen (de indicatoren). Deze termen worden echter niet altijd op dezelfde manier gebruikt. Het Centraal Planbureau (CPB) spreekt bijvoorbeeld over de conjunctuurindicator (de stand van zaken in de economie of de voorspelde conjunctuur) en de basisreeksen (de indicatoren die de conjunctuur voorspellen) (zie Jacobs en Kuper, 2004; Muns en Kranendonk, 2010).

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van enkele bestaande conjunctuurbarometers in binnen- en buitenland. In totaal worden 12 barometers besproken uit 6 verschillende landen. Achtereenvolgens komen de volgende conjunctuurenquêtes en stemmingsindices aan bod:

- Conjunctuurenquête Nederland (COEN), CBS;
- Vlaamse Landbouwconjunctuurindex, Vlaamse Ministerie van Landbouw;
- Duitse Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar, Deutscher Bauernverband (DBV);
- CPB Conjunctuurindicator;
- Kwartaalrapportages banken (ING, Rabobank, ABN AMRO);
- Andere binnenlandse barometers (GIBO Groep/LTO Noord, Agridirect, LTO Glaskracht);
- Andere buitenlandse barometers (Frankrijk, Italië, Zweden).

2.2 Conjunctuurenquête Nederland (COEN)

2.2.1 Doel en opzet

De COEN-enquête van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) verschaft actuele informatie van (de meningen van) Nederlandse ondernemers over de realisaties, verwachtingen en oordelen met betrekking tot hun onderneming. Dit panelonderzoek geeft inzicht in de huidige situatie, de toekomstige ontwikkeling en de oordelen van het Nederlandse bedrijfsleven. De enquête wordt per kwartaal (voor enkele sectoren maandelijks) uitgevoerd. Hierdoor kunnen in een vroeg stadium stemmingsomslagen (optimisme, pessimisme) gesignaleerd worden. Dit geeft vroegtijdig een indicatie van een mogelijke trendwijziging van de economische activiteiten van het Nederlandse bedrijfsleven.

De Uitvoering van de COEN-enquête ligt in handen van het CBS en EIB, in samenwerking met de Kamer van koophandel, MKB-Nederland en VNO-NCW. Daarin wordt per kwartaal, en voor enkele sectoren (industrie, bouwnijverheid, detailhandel en commerciële diensten) maandelijks, aan ondernemers gevraagd de ontwikkeling van productie, bezettingsgraad, omzet, orders, prijsontwikkelingen, voorraden, personeelsomvang, investeringen, rendement en productiebelemmeringen in de afgelopen en komende maand (of drie maanden) te beoordelen. Daarnaast worden incidenteel extra vragen gesteld over actuele

onderwerpen. Bedrijven hoeven geen exacte bedragen of hoeveelheden te geven, maar het gaat om de meningen van ondernemers over bijvoorbeeld de omzetontwikkeling. De vraag is dan of deze is gestegen, gedaald of gelijk gebleven in vergelijking met de eerdere periode. Of voor de toekomst of men verwacht dat die zal gaan stijgen, gelijk blijven, of dalen. De enquête wordt alleen afgenomen bij bedrijven met meer dan 5 of meer werkzame personen.

2.2.2 Vragen en samenstelling conjunctuurindex

De COEN-enquête omvat de belangrijkste conjunctuurrelevante variabelen. Er worden vragen gesteld over de volgende onderwerpen, met tussen haakjes het aantal vragen dat gesteld wordt:

- productieniveau (2)
- productiecapaciteit (1)
- bezettingsgraad (1)
- omzet/verkoopen (4 in alle kwartalen + 2 extra in het vierde kwartaal)
- orders/opdrachtenboekingen en dergelijke (7)
- voorraden (1)
- verkoopprijzen/tarieven (1)
- personeelssterkte (2 in alle kwartalen + 1 extra in het vierde kwartaal)
- concurrentiepositie (3)
- productiebelemmeringen (1)
- economisch klimaat (2)
- winstgevendheid/rendement (2)
- investeringen (2)

Daarnaast kunnen per kwartaal 2 extra vragen worden gesteld over actuele onderwerpen. Niet alle vragen worden in alle branches gesteld. Zo is 'voorraden eindproduct' in de horeca zinloos. De exacte formulering van de vragen is afgestemd op wat in de verschillende bedrijfstakken gangbaar is. Zo wordt in de industrie gevraagd naar orders, maar bij de horeca naar reserveringen en in de overige diensten naar opdrachten. In bijlage 2 is de algemene formulering van de vragen na te lezen.

Een belangrijke indicator die wordt samengesteld met de gegevens uit de COEN-enquête is het ondernemersvertrouwen. Het ondernemersvertrouwen is de optelsom van negatieve en positieve verwachtingen (voor de komende 3 maanden) van vier indicatoren:

- omzet;
- export;
- investeringen;
- werkgelegenheid.

Een positief saldo betekent dat meer ondernemers een stijging verwachten dan een daling en vice versa. In de tijd gemeten kan men dus zicht krijgen op de ontwikkelingen. Uit de COEN-enquête van het vierde kwartaal 2009 bleek bijvoorbeeld dat het vertrouwen in de economie in het derde kwartaal nog gedaald was naar -23 (op een schaal van -100 tot 100), in het vierde kwartaal steeg het vertrouwen naar -9. Het vertrouwen ontwikkelde zich in die periode gunstig, maar er zijn nog steeds meer ondernemers met een negatief oordeel over het economisch klimaat dan met een positief oordeel. Een vergelijking tussen verwachting en realisatie (loopt een kwartaal achter) en een vergelijking met de ontwikkeling van het bruto binnenlands product zijn mogelijk om de voorspellende waarde van de indicator te toetsen.

2.2.3 Classificaties

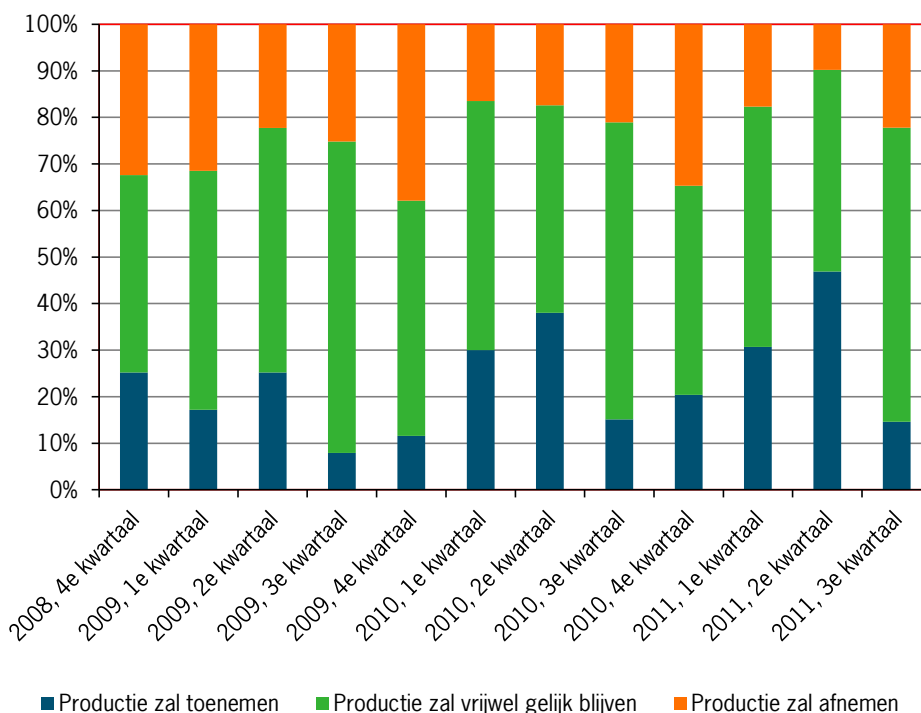
De resultaten van de enquête worden gedetailleerd naar drie achtergrondkenmerken van de bedrijven: activiteit, regio en grootteklasse. Bij de regionale indeling worden bovendien twee afzonderlijke indelingen naast elkaar gebruikt: één indeling naar provincies en één indeling naar de regio's van de afzonderlijke

Kamers van Koophandel. (Zie bijlage 1 voor een overzicht van de gebruikte classificaties.) In een aantal gevallen zijn ook resultaten van combinaties van achtergrondkenmerken beschikbaar, zoals van bedrijfstakken per provincie. De resultaten van het vierde kwartaal zijn gedetailleerder dan die van de eerste drie kwartalen.

De Landbouw, bosbouw en visserij is ook onderdeel van de COEN-enquête. Figuur 2.1 laat zien of de productie in het komende kwartaal zal toenemen, gelijk blijven of afnemen. De cijfers zijn uit te splitsen naar 12 Kamer van Koophandel-regio's. Ook zijn de gegevens uit te splitsen naar grootteklassen met aantal werkzame personen. Door de ondergrens van 5 of meer werkzame personen wordt echter het grootste deel van de land- en tuinbouw niet meegenomen in de enquête. De cijfers kunnen bovendien niet worden uitgesplitst naar deelsectoren binnen de landbouw en visserij.

Uit de figuur wordt duidelijk hoezeer de seizoenen invloed hebben op de agrarische sector. De productie neemt in veel deelsectoren toe in het tweede en derde kwartaal, het oogstseizoen. Deze seizoensinvloed is echter heel sectorgebonden. In de varkenshouderij bijvoorbeeld zijn veel minder productieseizoenen dan in de akkerbouwsector. Om de invloed van de conjunctuurontwikkelingen te scheiden van de seizoensinvloeden is het nodig de resultaten verder te bewerken of hier in de analyse rekening mee te houden.

Figuur 2.1 CBS conjunctuurenquête voor bedrijfstak 0000b Landbouw, bosbouw, visserij (A+B)



Bron: CBS Statline.

Een aantal publicatiecellen in de tabellen in CBS Statline bevat geen waarden. Daarbij kan het gaan om drie situaties (zie: Conjunctuurenquête Nederland COEN; Metadata, p. 5):

- Een waarde ontbreekt, bijvoorbeeld omdat een bepaalde bedrijfsactiviteit in een bepaalde regio niet voorkomt. Dit wordt aangegeven door de cel leeg te laten. Deze cel wordt niet meegeteld bij het berekenen van hogere aggregaten.
- Er zijn te weinig waarnemingen voor een betrouwbaar cijfer. Dit wordt aangegeven door in de cel een punt te plaatsen ('.'). De uitkomsten voor deze cel worden wel meegeteld bij het berekenen van hogere aggregaten.

- Geheimhouding. In sommige publicatiecellen zitten maar één of enkele bedrijven, waardoor gegevens over individuele bedrijven afleidbaar zijn. Dit wordt aangegeven door in de cel een 'X' te plaatsen. De uitkomsten voor deze cel worden wel meegeteld bij het berekenen van hogere aggregaten.

2.2.4 Steekproef en waarneming

In de enquête over het vierde kwartaal worden 18.000 vestigingen aangeschreven, inclusief de vestigingen die al in de maandenquêtes van CBS en EIB worden waargenomen. In de enquêtes van de eerste drie kwartalen worden circa 5.000 bedrijven waargenomen. De feitelijke respons voor het onderzoek van het vierde kwartaal 2009 is ongeveer 11.200 eenheden (tabel 2.1). De steekproefaantallen zijn gebaseerd op een gemiddelde celvulling van 30 waarnemingen op het meest gedetailleerde publicatieniveau.

Tabel 2.1 Nettorespons aantal bedrijven COEN, vierde kwartaal 2009	
Landbouw en visserij	390
Industrie en delfstoffenwinning	2.535
Bouwnijverheid	700
Groothandel	1.220
Detailhandel	2.210
Dienstverlening	4.110
Totaal bedrijfsleven	11.165
Bron: www.cbs.nl ; Metadata COEN versie december 2009.	

De waarneming geschiedt deels via internet, deels via papieren enquêteformulieren. Na het uitsturen van formulieren worden bedrijven die nog niet hebben geantwoord maximaal drie keer herinnerd om als nog mee te doen.

2.2.5 Publicatievormen

De uitkomsten uit COEN worden op meerdere manieren gepubliceerd. Naast publicatie van de cijfers zelf zijn er ook publicaties over de uitkomsten. Publicaties op basis van de COEN-gegevens worden onder andere gemaakt door de partners van het samenwerkingsverband achter COEN.

De cijfers zelf zijn onder andere op de volgende manieren beschikbaar:

- Via Statline op de CBS website (www.cbs.nl). Hier staan drie elektronische publicaties met COEN-uitkomsten:
 - de regionale uitsplitsing naar provincie en landsdeel;
 - de regionale uitsplitsing naar Kamer van koophandel-regio;
 - tijdreeksen voor een beperkt aantal COEN-variabelen. Die tijdreeksen zijn afgeleid van de voor-malige Enquête Regionale bedrijfsontwikkeling (ERBO) van de Kamer van Koophandel.
- Via de COEN-website (www.cbs.nl/coen). Hier staat een overzicht van een aantal mogelijkheden om COEN-cijfers te raadplegen, waarbij door het aanklikken van hyperlinks tabellen kunnen worden opgeroepen. Daarnaast staat hier algemene informatie over COEN, zoals dit document met metadata, de antwoorden op een aantal veel gestelde vragen.
- Microdata uit de COEN-enquête wordt onder bepaalde voorwaarden beschikbaar gesteld ten behoeve van wetenschappelijk en beleidsonderzoek. Dat gebeurt via het Centrum voor Beleidsstatistiek van het CBS.

2.3 Vlaamse Landbouwconjunctuurindex

2.3.1 Doel en opzet

De Vlaamse overheid voert een eigen landbouwconjunctuuronderzoek uit. Het onderzoek wordt uitgevoerd door de Afdeling Monitoring en Studie (AMS) van het ministerie van Landbouw en Visserij. Deze zesmaandelijks conjunctuurbarometer werd specifiek ontwikkeld om inzicht te krijgen in de economische fluctuaties, het ondernemersvertrouwen en de geplande investeringen van de Vlaamse land- en tuinbouwsector. De enquête wordt in maart-april en in sept-oktober afgenomen. Met deze conjunctuurindex kan de sector beschikken over een snel instrument om de schommelingen in de economische activiteit te meten en de toekomstige ontwikkeling van de economie in te schatten. De resultaten van de conjunctuurindex kunnen worden weergegeven voor de gehele sector en ook volgens de deelsectoren, de grootte van de bedrijven of de leeftijd van de bedrijfsleider.

De berekening van de conjunctuurindex gebeurt aan de hand van de antwoorden op enquêtevragen over de huidige en te verwachten omzet, productie, personeelsinzet en prijzen. Naast deze enquêtevragen worden ook vragen gesteld over belemmeringen die de sector ondervindt en geplande investeringen op het bedrijf. In deze enquête wordt niet gevraagd naar exacte bedragen maar naar de mening van de ondernemer of bijvoorbeeld de productie sterk is toegenomen, licht is toegenomen, onveranderd is gebleven, licht is afgenomen of sterk is afgenomen.

2.3.2 Vragen en samenstelling conjunctuurindex

Een belangrijk uitgangspunt bij de Vlaamse Landbouwconjunctuurindex is een eenvoudige en snelle enquêtering. Daarom zijn er gesloten vragen geformuleerd met beperkte antwoordcategorieën (gestegen, gelijk gebleven, gedaald). De vragen hebben betrekking op de omzet, productie, personeel en verkoopprijzen. Op basis van deze factoren wordt gekeken naar:

- de verwachtingen voor de toekomst;
- de tevredenheid over de huidige economische situatie;
- een vergelijking van de huidige economische situatie met vorig jaar. Dit wordt uiteindelijk verwerkt tot indicatoren.

Om tot een indicator te komen wordt het saldo berekend. Het saldo komt voort uit het verschil tussen het percentage landbouwers dat een stijging heeft aangekruist en het percentage dat een daling heeft aangekruist. De toegepaste formule voor de berekening van een indicator (B) is:

$$B = (PP + P) - (M + MM)$$

Waarbij $100 = PP + P + N + M + MM$

- PP = % landbouwers dat zeer positief antwoordt
- P = % landbouwers dat positief antwoordt
- N = % landbouwers dat neutraal antwoordt
- MM = % landbouwers dat zeer negatief antwoordt
- M = % landbouwers dat negatief antwoordt

De indicatoren kunnen berekend worden voor de gehele representatieve steekproef of voor een bepaalde subsector. De toegepaste formule voor de berekening van de Landbouwconjunctuurindex is een gemiddelde van de verschillende indicatoren (B).

$$\text{Landbouwconjunctuurindex} = Ba + Bb + Bc... + Bx / x$$

Soms worden er nog enkele aanvullende vragen gesteld over belemmeringen en het te verwachten investeringsgedrag en aankooprijzen voor landbouwinputs. De vragenlijst van de Vlaamse landbouwconjunctuurindex is te vinden in Leen en Van Gijsegem (2007). In de Vlaamse landbouwconjunctuurindex is geen zuivering voor de seizoensinvloeden omdat de enquête slechts om de 6 maanden wordt uitgevoerd.

2.3.3 Classificaties

De landbouwconjunctuurindex kan ook berekend worden voor verschillende groepen respondenten, onder meer op basis van de productierichting, bedrijfsgrootte, en de leeftijd van de bedrijfsleider. In bijlage 3 worden de verschillende bedrijfstypen weergegeven, de indeling naar bedrijfsgrootte op basis van de Vlaamse standaardgrootte-eenheid (VGE), en wordt het aantal enquêtes verdeeld naar leeftijd van de bedrijfsleider weergegeven.

2.3.4 Steekproef en waarneming

De enquête wordt uitgevoerd onder 750 Vlaamse land- en tuinbouwbedrijven die deel uitmaken van het Vlaams Landbouwmonitoringsnetwerk (LMN). Het LMN wordt beheerd door de afdeling Monitoring en Studie van het Departement Landbouw en Visserij. De bevraagde landbouwers zijn een representatieve steekproef voor de gehele sector. Dit laat toe om de resultaten weer te geven voor de gehele sector en ook volgens de deelsectoren, de grootte van de bedrijven of de leeftijd van de bedrijfsleider.

2.3.5 Publicatievormen

Elk half jaar rapporteert de Vlaamse overheid haar onderzoek op haar website.

2.4 Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar

2.4.1 Doel en opzet

Deze enquête wordt uitgevoerd in opdracht van het Deutschen Bauernverband (DBV), de Landwirtschaftlichen Rentenbank, het VDMA Fachverband Landtechnik (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) en het Bundesverband Lohnunternehmen. Elk kwartaal worden in Duitsland 1.000 tot 2.000 boeren en ondernemers in de agro-industrie bevraagd door het marktonderzoeksbureau 'Produkt + Markt'. De Konjunktur- und investitionsbarometer Agrar is een representatieve enquête.¹

2.4.2 Vragen en samenstelling conjunctuurindex

Er zijn twee categorieën vragen die tot een conjunctuurindex/stemmingsbeeld worden samengevoegd. De eerste categorie vragen betreft de mening over de huidige economische situatie van het bedrijf en de tweede categorie vragen gaat over de toekomstverwachting voor de komende 2 à 3 jaar. Naast deze indexvragen wordt aan de doelgroep voorgelegd of en, zo ja, welke investeringen men van plan is te doen de komende 6 maanden. Daarnaast is er een vraag opgenomen over bepaalde thema's op politiek- dan wel economisch gebied. Hierbij wordt gevraagd of deze een positieve dan wel negatief effect hebben op de bedrijfsvoering. Onder andere wordt gevraagd naar energiekosten, melk- en graanprijs, concurrentiepositie binnen de Europese Unie of de kredietrente. Bijlage 4 geeft de vragenlijst en een grafische weergave van de indices en toont de uitgewerkte resultaten van beide type vragen.

¹ www.situationsbericht.de en www.bauernverband.de

2.4.3 Classificaties

De resultaten van de enquête kunnen naar twee variabelen worden uitgesplitst; naar regio en economische activiteit. De regioverdeling is gebaseerd op 16 Duitse deelstaten. De drie stads-deelstaten worden niet afzonderlijk in kaart gebracht en ook het kleinere Saarland is samen met Rijnland-Palts één gebied. De indeling naar economische activiteit is beperkt tot de drie agrarische sectoren namelijk; akkerbouw, melk-vee- en rundveehouderij en varkens- en pluimveehouderij.

2.4.4 Steekproef en waarneming

De steekproefomvang is 1.000 tot 2.000 stuks. Een marktonderzoeksbureau voert het onderzoek in opdracht van diverse organisaties uit. Publicatie van de resultaten worden door de opdrachtgevers verzorgd.

De enquête onder de ondernemers wordt telefonisch afgenomen. De ervaringen om via internet te enquêteren zijn niet goed, omdat de ondernemers vooral in de drukke zomermaanden niet 's avonds nog achter de pc gaan zitten. Middels telefonische interviews wordt de hoogste respons bereikt.

De Konjunktur- und Investitionsbarometer komt tot stand door per vraag een saldo te maken van alle positieve en negatieve antwoorden. Deze twee saldo's worden vervolgens samengevoegd tot één indexcijfer. Voor zowel de huidige situatie als de toekomstverwachting, de investeringsplannen en de politieke en economische randvoorwaarden wordt niet gevraagd naar concrete cijfers maar wordt gewerkt met een vijftal antwoordcategorieën, van 'heel goed' tot 'heel slecht'.

2.4.5 Publicatievormen

Elk kwartaal publiceert de DBV een rapport en verschijnt er een persbericht van enkele bladzijden informatie. Beide zijn gratis beschikbaar via internet.

2.5 CPB-conjunctuurindicator

De CPB-conjunctuurindicator is bedoeld om de korte termijn (tot 12 maanden vooruit) conjuncturele ontwikkeling in te schatten en om prognoses te maken van de ontwikkeling van het bruto binnenlands product in de meest recente perioden waarvoor nog geen realisatiecijfers beschikbaar zijn. De CPB-indicator is in tegenstelling tot de boven besproken conjunctuurbarometers niet primair gebaseerd op vragenlijsten, maar op tijdreeksen. Het CPB maakt gebruik van 29 basisreeksen die middels tijdreeksanalyse leiden tot een voorspelling van de nationale productie en de nationale bestedingen. Daarbij is de verzameling van actuele data belangrijk en het onderscheid van trendmatige groei in de basisreeksen en conjuncturele ontwikkelingen en omslagpunten. De herziene CPB-conjunctuurindicator is het gemiddelde van deze twee indicatoren (Muns en Kranendonk, 2010). De 29 indicatoren zijn gebaseerd op data uit verschillende domeinen: monetair, internationaal, business surveys, enquêtes onder gezinnen en overige reële indicatoren. Het CPB bereikt met deze methodiek een correlatiecoëfficiënt van 0,84 tussen de conjunctuurindicator en de uiteindelijke realisaties. Het voorspellen van crises en radicale veranderingen blijkt echter zeer moeilijk.

Hoewel de CPB-conjunctuurindicator geen uitspraken doet over de ontwikkelingen in individuele sectoren zoals de agrarische sector, geeft het voorbeeld wel aan dat het mogelijk is om op basis van tijdreeksen voorspellingen te doen over de economische activiteit. De methodiek is daarbij wel zeer afhankelijk van het tijdig beschikbaar komen van de basisreeksen. Bij herzieningen van de basisgegevens zullen ook de ramingen veranderen.

2.6 Andere binnenlandse barometers

2.6.1 ING Kwartaalbericht agrarische sector

Het ING Economisch Bureau maakt aan het begin van elk kwartaal een bericht over de agrarische sector. Uit publieke bronnen en soms interviews met deskundigen en via de commerciële contacten van de bank berichten ze over verschillende onderwerpen in de agrarische sector. De kwartaalberichten zijn vrij nieuw, men is hiermee in 2010 gestart. In de eerste uitgave werd een onderbouwde voorspelling gedaan over de ontwikkeling van de productiewaarde van de agrarische sector in 2010. Voor alle belangrijke agrarische sectoren afzonderlijk, werd op basis van de mutatie van het productievolume en prijsontwikkelingen de productiewaarde ingeschat. Ook werden in het kort de algemene economische ontwikkelingen geschetst. Hierbij werden bijvoorbeeld de exportontwikkelingen ingeschat en werd voorspeld hoe de consumptieveranderingen zullen zijn in 2010 en hoe de vraag hierop zal reageren. Andere thema's in 2010 gingen over tractoren, eieren pakstations en de veredelingssector.

Het economisch bureau van de ING bank verzorgt diverse publicaties. Zo zijn ook diverse (agrarische) sectorrapporten beschikbaar. Dit zijn sectorstudies (veelal visies) of publicaties over een special thema.

2.6.2 Rabobank Sectorprognoses

Onder de naam Rabobank Sectorprognoses maakt de Rabobank tweemaal per jaar een voorspelling over de ontwikkelingen van de Nederlandse economie. Voor belangrijke sectoren uit het midden en klein bedrijf wordt een prognose gemaakt voor het lopende jaar en het komende jaar. Publicatie vindt plaats eind april en eind oktober/begin november. De Sectorprognoses gaan over de sectoren industrie, bouw, groothandel, detailhandel food en non-food, horeca en recreatie, transport en zakelijke en overige. De sectoren worden apart beschreven aan de hand van de voor die sector belangrijke economische factoren. Voor al deze sectoren worden deze economische factoren omgezet naar een prijs en een volume component om zo de omzetontwikkeling per sector te voorspellen. De sectoren bij elkaar opgeteld geeft de economische ontwikkeling van Nederland weer. De prognoses zijn gebaseerd op interne informatie van Rabobank aangevuld met kennis van diverse organisaties.

De Rabobank beschikt verder over gegevens van een groot aantal branches onder de noemer cijfers en trends. In deze uitgave worden de belangrijkste trends per branche weergegeven. Voor de agrarische sector worden ook nog aparte sector studies uitgevoerd.

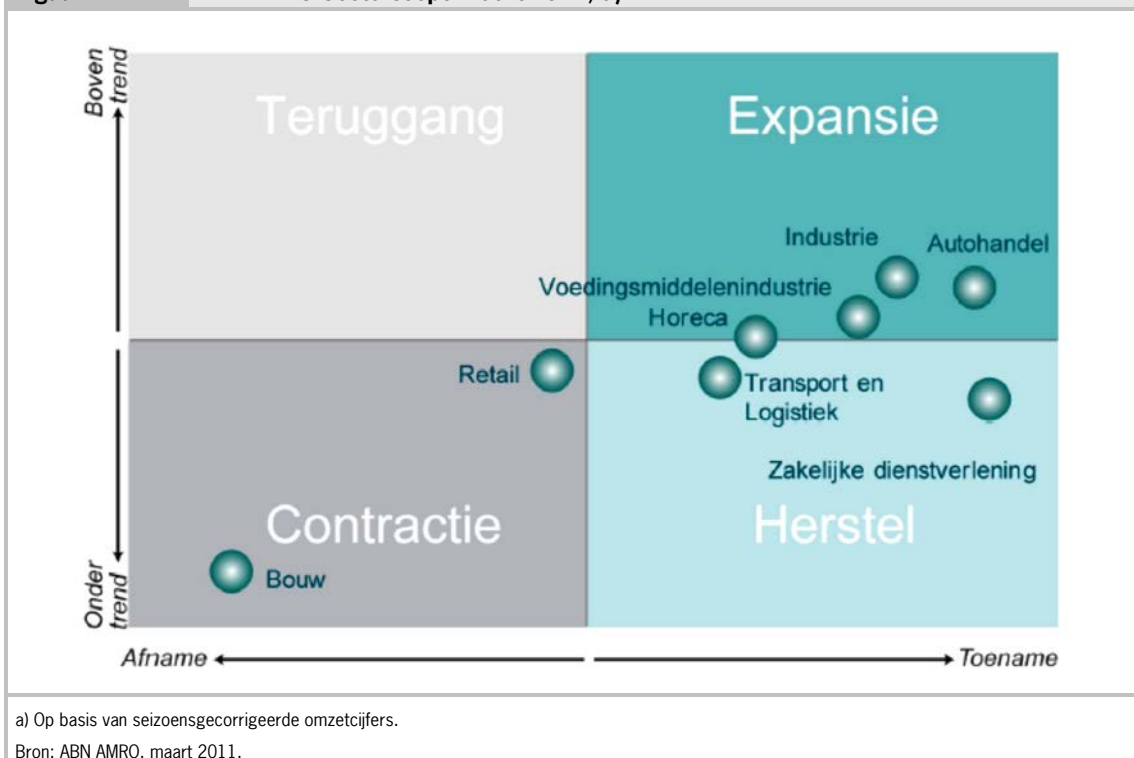
2.6.3 ABN AMRO Sectorscope

De ABN AMRO SectorScope verschijnt ieder kwartaal. In de ABN AMRO SectorScope worden verschillende sectoren in kaart gebracht aan de hand van de 'business cycle tracer' methodiek. De agrarische sector maakt geen deel uit van deze barometer. Deze methodiek wordt ook gebruikt in de CBS conjunctuurklok. Een beknopte beschrijving van de methodiek is te vinden in bijlage 5 en 6.

In de ABN AMRO SectorScope wordt voor verschillende sectoren aangegeven waar deze zich op basis van de meest recente cijfers in de cyclus bevinden en de verwachtingen voor de positie binnen een half jaar. De sectoren worden op basis van geïndexeerde omzet in de tijd met elkaar vergeleken. Hiervoor is historische data evenals recent cijfermateriaal noodzakelijk. Maandcijfers hebben hier de voorkeur, maar ook wordt gebruik gemaakt van kwartaalcijfers. De uiteindelijke positie van een sector komt tot uitdrukking in een figuur met vier kwadranten waarbij ieder kwadrant een deel van de conjunctuercyclus weergeeft: expansie, teruggang, contractie, en herstel.

Sectoren worden ingedeeld op basis van de omzetontwikkeling, waarbij de korte termijn omzetontwikkeling wordt vergeleken met een voorspelling van de langetermijn seizoensgecorrigeerde trend. Presteren sectoren boven de langetermijntrend van die sector dan worden ze afhankelijk van groei of krimp van de omzet in het kwadrant expansie of teruggang geplaatst. Presteert een sector onder de trend dan kunnen ze afhankelijk van groei of krimp in het kwadrant herstel of contractie worden geplaatst (bron: ABN AMRO, maart 2011).

Figuur 2.2 ABN AMRO Sectorscope maart 2011, a)



Binnen de sectoren worden ook verschillende branches onderzocht. Zo wordt in de sector voedingsmiddelenindustrie een onderscheid gemaakt tussen vlees- en zuivelindustrie, drankenindustrie en de overige voedingsmiddelen industrie.

2.6.4 GIBO Groep eindejaarsondernemersenquête

Aan het einde van elk jaar (eind november) sturen de GIBO Groep Accountants en Adviseurs, MKB adviseurs en LTO Noord Advies per e-mail een eindejaarsondernemersenquête naar hun klanten en relaties. Via deze enquête willen deze partijen de balans opmaken over het afgelopen jaar en vooruit kijken naar het nieuwe jaar. Deze enquête wordt aan circa 2.000 ondernemers verzonden en uit persberichtgeving blijkt dat ongeveer 800 agrarische ondernemers aan de editie van 2010 hebben meegewerkt. Via persberichtgeving worden de resultaten bekend gemaakt.

De ongeveer 30 vragen gaan, naast enkele vragen over het type onderneming (soort, leeftijd ondernemer, aantal personeelsleden) over de volgende onderwerpen:

Afgelopen jaar:

- Financiële situatie;
- Technische prestatie;
- Tevredenheid over personeel;
- Balans privé en werk;
- Regeldruk;
- Imago agrarische ondernemers;
- Afzet;
- Betalingsdiscipline;
- Adequate stimulering overheid;
- Belemmering financiering.

Verwachtingen komend jaar:

- Waar liggen de meeste en minste kansen;
- Waar liggen de grootste belemmeringen/bedreigingen;
- Bedrijfsresultaten;
- Toe- of afname uitbestedingen werk;
- Investerings;
- Vertrouwen in het kabinet.

In de enquête worden ook andere actuele onderwerpen ingepast. In 2010 is bijvoorbeeld aandacht besteed aan het gebruik van sociale media.

Uit eerdere persberichtgeving is af te leiden dat elk jaar grotendeels dezelfde vragen worden gesteld. Er worden echter ook actuele onderwerpen in de vragenlijst opgenomen.

2.6.5 AgriDirect

AgriDirect is een bedrijf gericht op agrimarketing en -marktonderzoek. Elk jaar voert dit bedrijf enkele zogenaamde sectorscans uit. Naast basis adres- en bedrijfsgegevens worden ook toekomstplannen (investeringen en/of uitbreiding) en sectorspecifieke items bevraagd. Zo worden pluim- en melkveehouders gevraagd of ze zijn veranderd van mengvoerleverancier en worden glastuinbouwbedrijven gevraagd naar hun uitbreidingsplannen. Bedrijven en instellingen kunnen tegen betaling eventueel extra vragen aan de telefonische enquête laten toevoegen. Resultaten worden, voor zover dit niet in opdracht gebeurt, via persberichtgeving en de website openbaar gemaakt.

2.6.6 LTO Glaskracht

Ook LTO Glaskracht heeft sinds enkele jaren een eigen enquête om de meningen van hun leden (glastuin- ders) te peilen. Uit persberichtgeving blijkt dat ruim 500 leden aan de editie van 2010 hebben meegewerkt. De vragenlijst van oktober 2010 behandelde de volgende onderwerpen:

- negatieve gevolgen van de economische crisis eventuele bedrijfsbeëindiging;
- verwachting van het bedrijfsresultaat van het lopende jaar;
- investeringsbereidheid, vervanging dan wel uitbreidingsinvestering en waarin wordt geïnvesteerd;
- vertrouwen in de toekomst van het bedrijf en de sector;
- opbrengsten en kosten (onder andere financieringskosten);
- mening over samenwerking binnen de sector.

Via persberichtgeving en de website worden resultaten bekend gemaakt.

2.7 Andere buitenlandse barometers

2.7.1 Frankrijk: FNSEA Baromètre de conjoncture agricole

In Frankrijk voert FNSEA (Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles) sinds oktober 2008 op kwartaalbasis een enquête uit onder agrarische ondernemers. De onderwerpen die aan de orde komen zijn de perceptie van de economische situatie op het bedrijf, de tevredenheid over het ondernemersklimaat in Frankrijk en het optimisme over de eigen sector, de werving van personeel, en de tevredenheid over het overheidsbeleid. De enquête wordt gehouden onder ongeveer 1.500 ondernemers. De steekproef is een representatieve weergave van de Franse land- en tuinbouw. Men past weging toe op basis van leeftijd van de ondernemer, deelsectoren, en omvang van de onderneming. De steekproef wordt verder gestratificeerd naar regio. Interviews worden afgenomen per telefoon.

De perceptie over de financiële positie betreft de evaluatie van de huidige stand van zaken, de verwachtingen over de ontwikkelingen in de komende 2 tot 3 jaar (de middellange termijn) en de beoordeling van de verbetering of verslechtering over de afgelopen 3 maanden en de komende 3 maanden. De huidige stand van zaken wordt gemeten op een 5-puntsschaal van heel slecht tot heel goed. De verwachting over de komende 2 tot 3 jaar wordt gemeten op een 6-puntsschaal van heel veel slechter tot heel veel beter. De beoordeling van de ontwikkelingen in de afgelopen 3 maanden en de verwachting voor de komende 3 maanden wordt gemeten op een 3-puntsschaal: verslechterd, stabiel, verbeterd.

Het optimisme of pessimisme over het economische klimaat wordt uitgedrukt in het percentage bedrijven dat pessimistisch danwel optimistisch is. Een volgende vraag betreft de moeilijkheden die ondernemers ervaren (geen, weinig, tamelijk veel, heel veel). De moeilijkheden zijn vervolgens uitgesplitst in verschillende typen. Men onderscheidt daarbij dalingen van de marktprijs, heffingen, milieuwetgeving en voedselveiligheidsregels, klimaat, afbouw van (EU-)subsidies, buitenlandse concurrentie, belastingen en problemen met het werven van personeel (op volgorde van belangrijkheid in de enquête van de herfst van 2010).

2.7.2 Italië: ISMEA Panel of farms

In Italië heeft ISMEA (Istituto di servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) recent een barometer ontwikkeld. Tussen september 2009 en juni 2010 is getest met de methodologie en in september 2010 is de eerste ronde uitgevoerd. De steekproef bestaat uit ongeveer 900 bedrijven uit de land- en tuinbouw. De gebruikte interviewmethode is computer-assisted telephone interviews (CATI). Er wordt vier keer per jaar gepeild, in maart, juni, september en december. De vragenlijst bestaat uit 8 onderdelen, met de volgende onderwerpen:

1. Production;
2. Current means of agricultural production;
3. Total current costs;
4. Market development (demand);
5. Employment/turnover;
6. Economic situation of the farm;
7. Economic situation of sector, agriculture, economy;
8. Annual turnover, farm enlargement/reduction.

De eerste 7 onderdelen hebben grotendeels betrekking op de ontwikkelingen tussen het afgelopen kwartaal en het huidige kwartaal en de verwachtingen voor het komende kwartaal ten opzichte van het huidige kwartaal. De antwoorden zijn grotendeels gemeten op een 3-puntsschaal. Met uitzondering van de vraag over de economische situatie van het bedrijf, die gemeten is op een 5-puntsschaal.

De antwoorden van de bedrijven worden verwerkt in indices van de verschillende vragen. Daarbij worden alle positieve en negatieve antwoorden opgeteld en gedeeld door het aantal waarnemingen. Op dit moment worden de antwoorden van de bedrijven niet gewogen en wordt geen samengestelde vertrouwensindicator opgesteld.

2.7.3 Zweden: LRF Konsult Agricultural Barometer

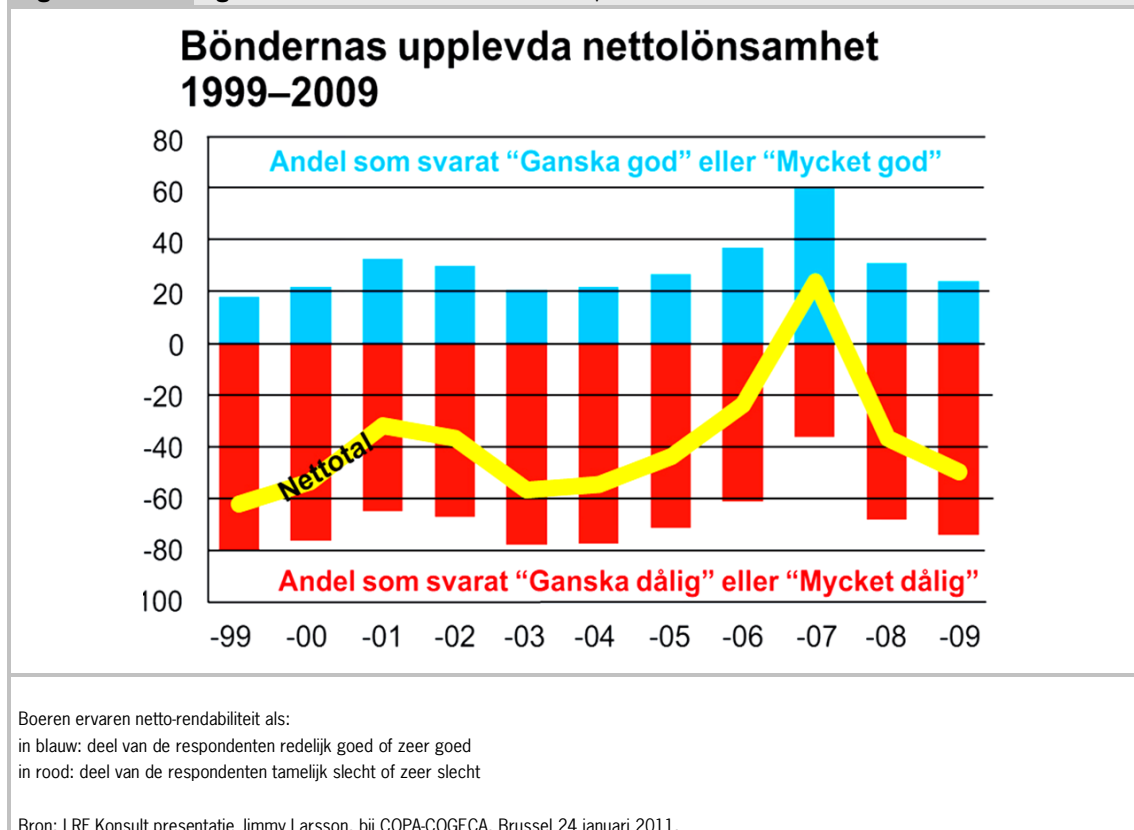
In Zweden voert LRF Konsult jaarlijks een telefonische enquête uit onder ongeveer 4.000 boeren. Er worden vragen gesteld over 41 verschillende onderwerpen zoals: winst, ondernemersklimaat, investeringen en financiering. De enquête wordt in januari uitgevoerd onder boeren met meer dan 20 ha akkerbouwland. Het telefonische interview duurt ongeveer 15 minuten. De steekproef wordt zodanig samengesteld dat op regionaal niveau (21 gewesten) ten minste 192 interviews worden gedaan. De verschillende strata worden per gewest gewogen om een landelijk representatief beeld te maken.

Hoewel de steekproef bestaat uit bedrijven met meer dan 20 hectare akkerbouwland, wordt in de resultaten onderscheid gemaakt tussen bedrijven met groenten, zuivel/runderen, runderen, varkens, pluim-

vee, lam/schapen en tuinplanten. De resultaten zijn verder uitgesplitst naar omvang van het bedrijf in hectare, omzet, eigendom van de grond, leeftijd van de ondernemer en biologische productie.

De vraag over (gepercipieerde) winst wordt in de presentatie van de resultaten op een schaal van -100/+100 afgezet als de bedrijven die 'redelijk goed' of 'heel goed' antwoorden ten opzichte van de bedrijven die 'redelijk slecht' of 'heel slecht' antwoorden. LRF Konsult zet deze resultaten ook af tegen de vastgelegde werkelijke resultaten van de bedrijven. Het verband tussen de gepercipieerde resultaten en de werkelijke resultaten blijkt duidelijk uit figuur 2.3.

Figuur 2.3 Agricultural barometer Zweden 2010, LRF Konsult



De vraag over investeringsbereidheid van de bedrijven is verdeeld in drie antwoorden: beëindigd, verminderd en verhoogd. Op dit moment heeft Zweden nog geen eigen vooruitkijkende conjunctuurbarometer. Wel is LRF Konsult net als de boven besproken onderzoeksbureaus uit Vlaanderen, Duitsland, Frankrijk, Italië en Zweden betrokken bij een initiatief van de Europese boerenorganisatie COPA-COGECA.

2.8 Initiatief van COPA-COGECA

De COPA-COGECA (Committee of Professional Agricultural Organisations - General Confederation of Agricultural Cooperatives) heeft in 2010 en 2011 verschillende onderzoeksinstituten bij elkaar gebracht om te komen tot een geharmoniseerde conjunctuurbarometer en vertrouwens index voor de Europese landbouw. In eerste instantie zijn bij het overleg vertegenwoordigers aangesloten vanuit Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Vlaanderen en Zweden. Het LEI vertegenwoordigt hierbij Nederland en ook de LTO is bij het initiatief betrokken.

Het doel van het overleg in Brussel is geweest om te onderzoeken op welke manier op dit moment conjunctuur indicatoren en vertrouwens indicatoren worden samengesteld en om te onderzoeken of harmonisatie mogelijk is. Uit het bovenstaande blijkt dat in veel verschillende landen al indicatoren worden

opgesteld, maar dat deze grotendeels nog niet vergelijkbaar zijn. De barometers verschillen wat betreft de manier van enquêteren (telefonisch, face-to-face, internet), wat betreft de vraagstellingen en ook wat betreft de periodiciteit. Volledige harmonisatie van de enquêtes is niet het doel van dit initiatief. Alleen met betrekking tot een vraag over het huidige sentiment in de sector en de verwachtingen over de toekomst wordt een geharmoniseerde vraagstelling voorgesteld. In de testperiode 2011 (waarin het LEI niet deelgenomen heeft) is niet geprobeerd om de referentieperioden van de vragen te harmoniseren. Het is dus mogelijk dat in de ene enquête wordt gevraagd naar de verwachtingen voor het komende jaar terwijl in een andere enquête wordt gevraagd naar de verwachtingen voor het komende kwartaal.

De voorgestelde geharmoniseerde vertrouwensindex kent de volgende onderwerpen.

- a. de huidige economische situatie op het bedrijf;
- b. de verwachte toekomstige situatie op het bedrijf.

Ongeacht de in de nationale barometers gehanteerde antwoordcategorieën worden de antwoorden in de geharmoniseerde indicator geschaald tussen -100 (pessimistisch) en +100 (optimistisch). De nationale resultaten worden tweejaarlijks (in maart en in november) naar de COPA-COGECA gestuurd. Weging vindt vervolgens plaats op basis van het aantal boeren en tuinders en de waarde van de agrarische productie in de respectievelijke landen over de laatste 3 jaar. De deelnemende organisaties wordt gevraagd om de deelresultaten uit de eigen barometers aan te leveren en krijgen in ruil daarvoor ook toegang tot de resultaten van de andere deelnemende landen. COPA-COGECA publiceert de geharmoniseerde Europese indicator maar wordt zelf geen eigenaar van de nationale resultaten. Ook worden er bijvoorbeeld geen gedetailleerde resultaten per subsector of regio gepubliceerd door COPA-COGECA.

3 Ontwikkeling LEI-conjunctuurbarometer

3.1 Inleiding

Met de inzichten uit de deskstudie is gewerkt aan het ontwikkelen van een LEI-conjunctuurbarometer. Dit hoofdstuk schetst het inhoudelijke en technische ontwikkelings- en realisatieproces. In paragraaf 3.2 wordt het onderscheid tussen verschillende typen barometers besproken. In paragraaf 3.3 worden argumenten voor en tegen een eigen barometer op een rij gezet. De ontwikkeling van de eigen barometer wordt kort besproken in paragraaf 3.4. Ten slotte wordt in paragraaf 3.5 de ontwikkelde vragenlijst en indices behandeld.

3.2 Verschillende typen conjunctuurbarometers

De conjunctuur beschrijft het op- en neergaan van de economische activiteit in een sector of economie. Cijfers over de conjunctuur worden door bijvoorbeeld het CBS bijgehouden op basis van de gerealiseerde omzetten en toegevoegde waarde in de verschillende sectoren. Het LEI bepaalt aan de hand van de cijfers uit het Informatienet de gerealiseerde toegevoegde waarde in de agrarische sector. Deze realisatiecijfers komen doorgaans met een flinke vertraging beschikbaar vanwege het grote aantal data dat moet worden verwerkt. Dikwijls zijn er naast het bepalen van de groei van de economie nog talloze andere indicatoren die worden bijgehouden en waarover cijfers verzameld moeten worden.

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen realisatiecijfers (of terugkijkende), actuele en voorlopende conjunctuurindices. Daarbij geeft de index de stand van de conjunctuur aan ten opzichte van bijvoorbeeld een basisjaar of een andere sector. Realisatiecijfers zijn doorgaans gebaseerd op de verwerking van productiestatistieken en financiële cijfers van bedrijven. Actuele cijfers en voorlopende indices zijn doorgaans gebaseerd op ramingen op basis van extrapolatie, modellen of enquêtes.

Er zijn verschillende manieren om voorlopende conjunctuurindices te maken:

- schatten van de conjunctuur op basis van verschillende kwantitatieve conjunctuur indicatoren zoals prijsontwikkelingen op termijnmarkten, rentestanden, faillissementen of voorraadontwikkelingen. De indicatoren zijn dan de verklarende variabelen voor de conjunctuur;
- schatten op basis van enquêtes onder ondernemers waarbij een kwalitatieve inschatting wordt gevraagd van de indicatoren die de conjunctuur bepalen;
- schattingen op basis van combinaties van kwantitatieve (gerealiseerde) cijfers en kwalitatieve inschattingen door ondernemers.

De eerste voorlopende conjunctuurindices zijn in de VS ontwikkeld door het National Bureau of Economic Research (NBER). Daarbij is eerst bepaald welke maatstaf van de conjunctuur moet worden voorspeld (in het geval van de agrarische conjunctuur bijvoorbeeld de totale toegevoegde waarde of het gemiddeld gezinsinkomen). Dit noemt men de referentiereeks (zie bijvoorbeeld Jacobs en Kuper, 2004). Vervolgens zijn aan de hand van een selectie uit een groot aantal mogelijke indicatoren die variabelen geselecteerd die een voorspellende waarde bezitten voor de conjunctuur. Na het elimineren van trendmatige ontwikkelingen worden de cyclische ontwikkelingen in de indicatoren vergeleken met de gerealiseerde referentiereeks. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen voorlopende, gelijk oplopende en na-ijlende indicatoren. Door te corrigeren voor deze faseverschillen wordt een model gemaakt waarmee de conjunctuur voorspeld wordt. Onder andere het CPB en de Rabobank hebben op deze manier samengestelde conjunctuurindices.

3.3 Wel of geen eigen barometer

Uit de deskstudie blijkt dat er al verschillende barometers worden samengesteld in Nederland. De vraag of een eigen LEI-conjunctuurbarometer zinvol is, is daarom relevant. Op basis van de bevindingen uit de deskstudie zijn er zowel argumenten voor als tegen een eigen barometer.

Argumenten tegen een eigen conjunctuurbarometer die is gebaseerd op vragenlijsten zijn:

- Er zijn al andere barometers die agrarische ondernemingen in Nederland bevragen over de economische situatie. Aansluiten bij bestaande barometers heeft in potentie voordelen omdat het inspanningen bespaard van zowel LEI als van boeren en tuinders in Nederland. Mogelijk kan door uitbreiding van het onderzoeksveld van de CBS COEN-enquête ook actuele en voorlopende data voor het nu nog ontbrekende deel van de agrarische sector worden verzameld.
- Via de barometer agrarische sectoren van het LEI wordt voor een deel van de bedrijven al vrij actuele informatie verzameld en daarmee een redelijk actueel beeld gegeven van de ontwikkelingen in de sector.
- Het is in theorie mogelijk om door de ontwikkelingen van een aantal reeds vastgelegde (kwantitatieve) indicatoren in het verleden te combineren een voorspelling van de toekomstige ontwikkelingen te maken. Men kan daarbij denken aan het combineren van prijsgegevens en oogstramingen om een inschatting te maken van de agrarische conjunctuur in het komende kwartaal of jaar. Daarmee zou de terugkijkende barometer van het LEI gebruikt kunnen worden om een voorlopende index te schatten. De databehoeft (maanddata) en validatie van de modellen kosten daarbij echter relatief veel tijd en geld.

Er zijn ook argumenten voor een eigen conjunctuurbarometer met een actuele en voorlopende indicator van de agrarische conjunctuur:

- Het LEI staat op dit moment vooral bekend om zijn terugkijkende analyses en cijfers. Het LEI brengt nauwkeurig in kaart hoe hoog de inkomens waren in de Nederlandse land- en tuinbouw. Voor het LEI is met name het vooruitkijkende deel van een conjunctuur-enquête een grote toegevoegde waarde. Daarbij moet worden verondersteld dat een simpele gestandaardiseerde enquête tot een minstens even goede of betere voorspelling komt als het extrapoleren of regresseren van andere reeds verzamelde gegevens. Uit de Zweedse barometer van LRF Konsult blijkt dat de voorspellende kracht van een enquête redelijk groot is.
- Aan elk van de bestaande barometers kleven nadelen. De grootste nadelen van de CBS-COEN enquête zijn dat er geen uitsplitsing naar agrarische deelsectoren mogelijk is en dat een groot deel van de agrarische ondernemingen uitgesloten wordt van deelname omdat de enquête alleen wordt afgenomen bij ondernemingen met meer dan vier werkzame personen. Andere barometers worden jaarlijks uitgevoerd waardoor niet tijdig omslagen in het optimisme of pessimisme kunnen worden gesignaleerd.
- Geen van de bestaande barometers is in staat om een allesomvattend en representatief beeld te geven van de agrarische conjunctuur in Nederland.
- Voordeel van een eigen barometer is dat de data in huis beschikbaar zijn en dat resultaten van de enquête - mits die parallel aan het Bedrijven-Informatienet bij dezelfde bedrijven wordt afgenomen - gekoppeld kunnen worden aan andere bedrijfsgegevens. Dit geeft onder andere het voordeel dat er veel minder vragen hoeven te worden gesteld omdat data al bekend zijn bij het LEI en er eventueel nader onderzoek gedaan kan worden door gegevens met de conjunctuurbarometer te koppelen. De koppeling met bin-nummers maakt het ook mogelijk om - mits voldoende respons - landelijk representatieve uitspraken te doen voor de agrarische sector als geheel en voor deelsectoren. Mogelijk kunnen zelfs in sommige gevallen per regio uitspraken worden gedaan.
- Daarnaast draagt een eigen barometer bij aan de zichtbaarheid van het LEI bij ondernemers, beleid en burgers. Een eigen barometer kan ook via een samenwerking met bijvoorbeeld COPA-CEGECA (zie paragraaf 2.8) zorgen voor zichtbaarheid van het LEI-onderzoek.

Alle argumenten tegen elkaar afgewogen, is de ontwikkeling van een eigen conjunctuurbarometer wenselijk. Een actuele en voorlopende conjunctuurbarometer kan tijdig inzichten verschaffen in de veranderingen van de economische situatie in de sector.

3.4 Ontwikkelingsproces

Bij de realisatie van een eigen LEI-conjunctuurbarometer zijn een aantal uitgangspunten geformuleerd:

- de vragenlijst is voor alle agrarische sectoren te gebruiken om een allesomvattend beeld te kunnen opstellen;
- de vraagstelling is flexibel, er moet ruimte blijven om in te spelen op de actualiteit, eventueel per sector;
- de vragenlijst is zo kort mogelijk om ondernemers zo min mogelijk te belasten;
- de verwerking van de resultaten voor de interne organisatie dient weinig tot geen tijd (en dus geld) te kosten;
- vergelijking van resultaten met andere niet agrarische sectoren moet mogelijk zijn;
- een koppeling met bedrijfsgegevens in het Informatienet of andere realisatiecijfers van omzet en inkomen heeft de voorkeur een de te ontwikkelen conjunctuur indices te valideren.

Bij de ontwikkeling van de LEI-conjunctuurbarometer is eerst gekeken naar de verzamelde bestaande enquêtes uit de literatuurstudie. In vrijwel alle bestaande barometers wordt onderscheid gemaakt tussen de voorliggende periode (realisatie of terugkijkend), de actuele situatie (huidige sentiment of stemming) en de verwachtingen over de toekomst (voorlopende indicatoren). Bijna altijd wordt dan gevraagd ontwikkelingen op het gebied van productie, opbrengstprijzen, omzet, kosten en winst aan te geven op een bepaalde schaal. Daarnaast worden vaak vragen gesteld over welke factoren de bedrijfsvoering hebben of zullen beïnvloeden. Verder is gebleken dat de mate waarin bedrijven voornemens zijn om te investeren een belangrijke graadmeter voor de toekomstige economische situatie is. Deze thema's zijn dan ook opgenomen in de vragenlijst voor de ontwikkelde LEI-conjunctuurbarometer (zie paragraaf 3.5).

De ontwikkelde conceptvragenlijst is eerst onder sectordeskundigen op het LEI verspreid. Vraag aan de LEI experts was om de ontwikkelde vragenlijst in te vullen en van commentaar te voorzien. Op basis van de ontvangen opmerkingen is de enquête op enkele punten aangepast:

- De respondenten worden niet gevraagd naar hun oordeel over de ontwikkelingen van kwartaal tot kwartaal, maar over de afgelopen en komende 12 maanden. Hierdoor worden de in de landbouw aanwezige seizoenspatronen beter uit de reeksen gehaald.
- Bij de vraag over investeringen wordt een vijfpuntsschaal gebruikt om te meten hoe het investeringsniveau zich de komende 12 maanden zal ontwikkelen. Daarnaast wordt gevraagd of men überhaupt van plan is te investeren.
- Ten slotte wordt in de pilot onder ondernemers gevraagd hoe vaak per jaar men bereid is de enquête in te vullen. Met name omdat enkele respondenten aangeven dat ontwikkelingen in de sector akkerbouw niet per kwartaal veranderen.

Er is een begeleidende brief opgesteld die per e-mail naar de deelnemers is verstuurd. In de begeleidende tekst is aandacht besteed aan wat het belang is voor de ondernemer om mee te doen aan deze enquête. De brief is verstuurd namens het Bedrijven-Informatienet, om de verbinding daarmee duidelijk te maken. Om alle bedrijven in het Informatienet eenvoudig periodiek te bereiken is het beschikbaar zijn van e-mailadressen van belang. Op dit moment is van minder dan de helft van de in totaal circa 1500 bedrijven in het Informatienet een e-mailadres beschikbaar. Uit dit onderzoek is gebleken dat telefonische benadering van ondernemers tot een hogere respons kan leiden. We moeten daarom overwegen om in de toekomst in plaats van ondernemers alleen per e-mail te benaderen ook telefonisch te enquêteren. In het begeleidend schrijven wordt ook de uiterste responsdatum vermeld. Eenmalig wordt een herinnering gestuurd een week voor de inleverdatum. Dit levert aanvullende respons op.

De onlinevragenlijst is ontwikkeld in Select Survey. Dit programma is door het LEI vaker gebruikt bij de ontwikkeling van web-enquêtes. Zo kan bijvoorbeeld een deel van de vragenlijst met een sectorspecifieke vraag alleen naar die bepaalde sector worden gestuurd. De resultaten kunnen naar onder andere Microsoft Excel worden geëxporteerd.

Als de enquête in de toekomst vaker uitgevoerd gaat worden, wordt voorgesteld de internet interface uit te breiden met een grafiek met een persoonlijke stemmingsindex die de ondernemer direct na het invullen krijgt te zien. Deze persoonlijke index wordt afgezet tegen de totale index van alle ondernemers die de vragenlijst tot op dat moment hebben ingevuld.

3.5 Vragenlijst

3.5.1 Stemningsindex

De eerste vraag in de conjunctuurbarometer is gaat over de huidige economische situatie. Deze index meet direct de actuele stemming onder ondernemers.

1. Hoe beoordeelt u de huidige situatie van uw bedrijf? (heel slecht, slecht, neutraal, goed, heel goed)

Uiteindelijk worden de resultaten van deze vraag verwerkt tot een 'stemmingsindex'. Dit is een optelling van de waarden na weging van alle positieve en negatieve antwoorden. Hierbij wordt de antwoord categorie 'heel slecht' gewaardeerd met -2, 'slecht' met -1, 'neutraal' met 0, 'goed' met +1 en 'heel goed' met +2. Bij voldoende respondenten kan deze index worden verbijzonderd naar verschillende subsectoren. Hierdoor kunnen per subsector ook verschillende stemmingsindices met elkaar worden vergeleken.

3.5.2 Conjunctuurindex

De volgende vragen zijn bedoeld om een actuele en voorlopende conjunctuurindex samen te stellen op basis van enkele indicatoren die door categoriale vragen worden gemeten. Met de volgende twee vragen wordt de actuele conjunctuurindex en de voorspelling voor de komende periode bepaald:

2. Hoe hebben de volgende indicatoren zich de afgelopen 12 maanden op uw bedrijf ontwikkeld? (sterk gedaald, licht gedaald, gelijk gebleven, licht gestegen, sterk gestegen, n.v.t., weet niet)

- Productie
- Opbrengstprijis
- Omzet
- Kosten
- Winst/Saldo

3. Hoe zullen de volgende indicatoren zich naar verwachting de komende 12 maanden op uw bedrijf gaan ontwikkelen? (sterk dalen, licht dalen, gelijk blijven, licht stijgen, sterk stijgen, n.v.t., weet niet)

- Productie
- Opbrengstprijis
- Omzet
- Kosten
- Winst/Saldo

Om de conjunctuurindices te berekenen worden de antwoorden, net als bij de eerste vraag, gewaardeerd van -2 tot +2, waarbij n.v.t. en weet niet als 'missing' worden gewaardeerd. Bij kosten is het antwoord sterk gedaald als +2 gewaardeerd en sterk gestegen als -2. De waarden per vraag worden vervolgens bij elkaar opgeteld en gedeeld door het aantal.

3.5.3 Achterliggende factoren van invloed op de conjunctuurindicatoren

Bij de boven genoemde actuele en voorlopende conjunctuur indicatoren wordt ook gevraagd naar enkele achterliggende bepalende factoren. In de enquête zijn twee vragen opgenomen over de invloed van bepaalde factoren op de bedrijfsvoering. Ook hierbij geldt dat gevraagd wordt naar de afgelopen 12 en komende 12 maanden. De vragen luiden dan ook:

2a. Hoe hebben de onderstaande factoren uw bedrijfsresultaat in de afgelopen 12 maanden beïnvloed? (zeer negatief, negatief, neutraal, positief, zeer positief, n.v.t., weet niet)

- Vraagontwikkeling
- Weersinvloeden
- Aanbod van concurrentie
- Beschikbaarheid aan financiële middelen
- Beschikbaarheid van arbeidskrachten
- Ontwikkelingen in valutakoersen
- Overheidsbeleid
- Andere factoren niet genoemd (te weten ...)

3a. Geef aan hoe de onderstaande factoren uw bedrijf in de komende 12 maanden naar verwachting gaan beïnvloeden? (zeer negatief, negatief, neutraal, positief, zeer positief)

- Vraagontwikkeling
- Aanbod van concurrentie
- Beschikbaarheid aan financiële middelen
- Beschikbaarheid van arbeidskrachten
- Ontwikkelingen in valutakoersen
- Overheidsbeleid
- Andere factoren niet genoemd (te weten ...)

Ook hier worden de antwoorden omgezet in de waarden -2 voor zeer negatief tot en met +2 voor zeer positief. De waarden per sub-vraag worden echter niet opgeteld maar apart weergegeven met elk hun afzonderlijke score per subcategorie.

3.5.4 Investerings

Een belangrijke indicator voor de economische situatie is de investeringsbereidheid van de bedrijven. Deze indicator hangt zowel samen met de huidige financiële situatie van bedrijven als met het vertrouwen in de toekomst. In de concept-LEI-conjunctuurbarometer worden hierover drie vragen gesteld:

4. Hoe zullen de investeringen in uw bedrijf zich de komende 12 maanden (ten opzichte van de afgelopen 12 maanden) gaan ontwikkelen? Investeringsniveau. (sterk afnemen, licht afnemen, gelijk blijven, licht toenemen, sterk toenemen)

Hierbij worden ook weer de antwoordcategorieën omgezet in een index door middel van een waarde aan de antwoordmogelijkheden te geven van -2 tot +2. Het resultaat is een index voor het investeringsniveau.

5. Bent u van plan de komende 12 maanden investeringen te doen in uw bedrijf? Investeringsbereidheid. (ja, nee)

Het resultaat van deze vraag is een percentage bedrijven dat verwacht te gaan investeren. Door de som van de antwoorden te berekenen waarbij ja als 1 wordt gewaardeerd en nee als -1 kunnen we een investeringsindex maken. Deze geeft dan aan in welke mate meer (of minder) ondernemers willen investeren. De index is positief als er meer ondernemers zijn die wel investeren dan niet investeren.

6. Waarop hebben de geplande investeringen betrekking? (meerdere antwoorden mogelijk)

Bij de derde vraag kunnen de respondenten aangeven waarop de geplande investeringen betrekking hebben. Per investeringscategorie wordt een percentage berekend van het totaal aantal respondenten dat hierin verwacht te gaan investeren. De voorgestelde categorieën zijn:

- Bedrijfsgebouwen (stallen, kassen, enzovoort;)
- Machines en werktuigen;
- Installaties;
- Grond;
- Grondverbetering;
- Productierechten en quota;
- Verbreding (niet agrarische activiteiten).

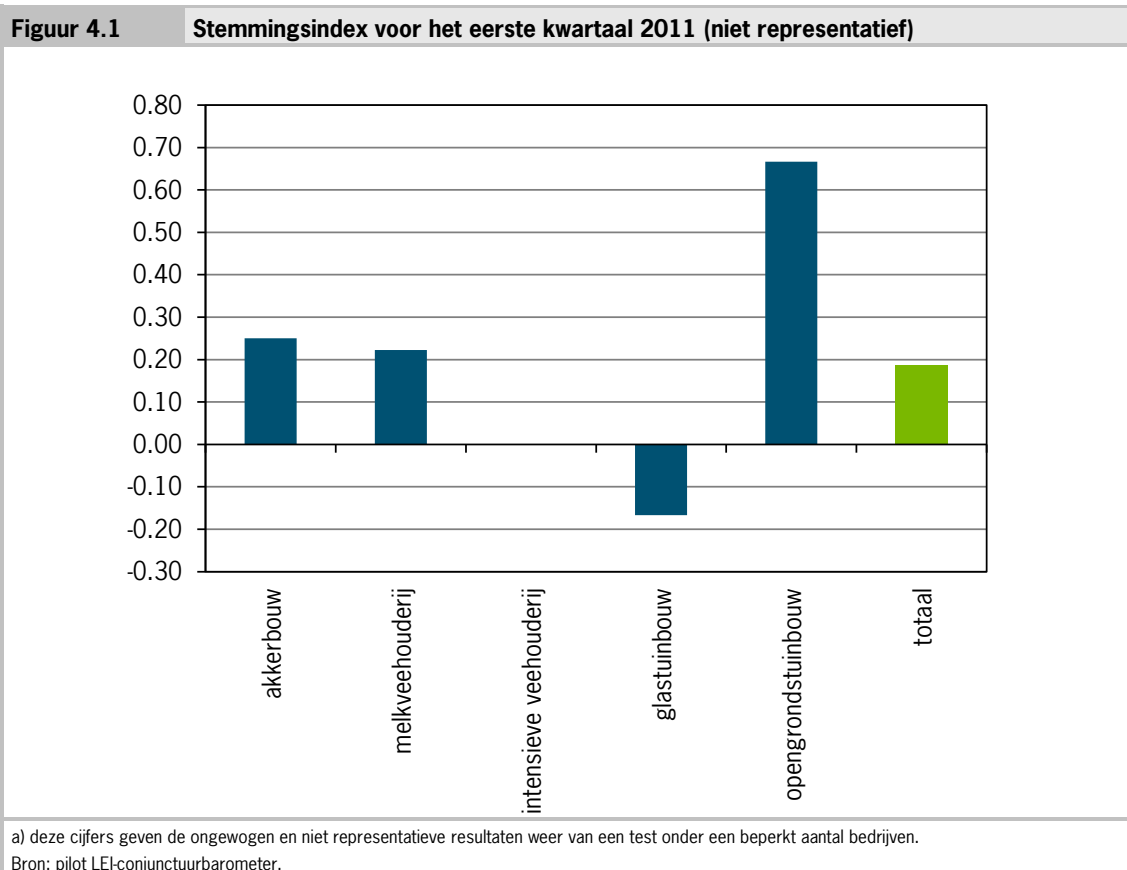
4 Resultaten van de pilot

4.1 Inleiding

De resultaten van de uitgevoerde pilot voor de LEI-conjunctuurbarometer worden in dit hoofdstuk gepresenteerd. De resultaten zijn de werkelijke resultaten uit de pilotenquête. Bij periodieke herhaling van de vragen kunnen ontwikkelingen in beeld worden gebracht. De vragenlijst is begin januari 2011 naar 100 deelnemers uit het Informatienet verstuurd. Uiteindelijk hebben 35 bedrijven de vragenlijst op tijd ingevuld.

4.2 Stemmingsindex

In figuur 4.1 is het resultaat weergegeven voor vraag 1 over de huidige situatie op de bedrijven. De vraag aan de ondernemers is 'hoe beoordeelt u de huidige situatie van uw bedrijf?'. De index kan variëren tussen 2 (heel goed) en -2 (heel slecht).

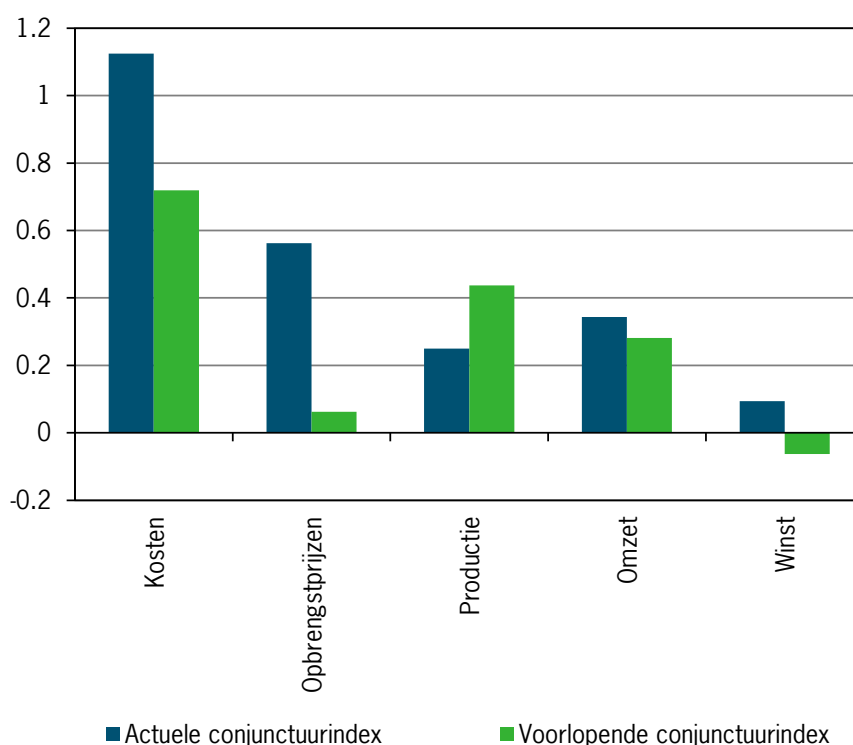


De stemmingsindex over het eerste kwartaal van 2011 geeft een licht positieve stemming weer, hoewel deze test op geen enkele wijze representatief is voor de gehele sector. De resultaten kunnen per deelsector worden uitgesplitst. De in de figuur weergegeven resultaten zijn niet gewogen.

4.3 Conjunctuurindex

In figuur 4.2 zijn de gemiddelde waarden weergegeven van de antwoorden op de vragen die worden gebruikt om de actuele en voorlopende conjunctuurindex te berekenen. Uit de figuur wordt duidelijk dat met name de kosten in het eerste kwartaal van 2011 veel hoger waren dan een jaar eerder. De stijging van de opbrengstprijzen en productie heeft wel geleid tot een hogere omzet, maar de winst is slechts heel licht gestegen. Hierbij dient te worden benadrukt dat deze resultaten gebaseerd zijn op een beperkt aantal waarnemingen en daarmee geen betrouwbaar en representatief beeld geven van de werkelijkheid.

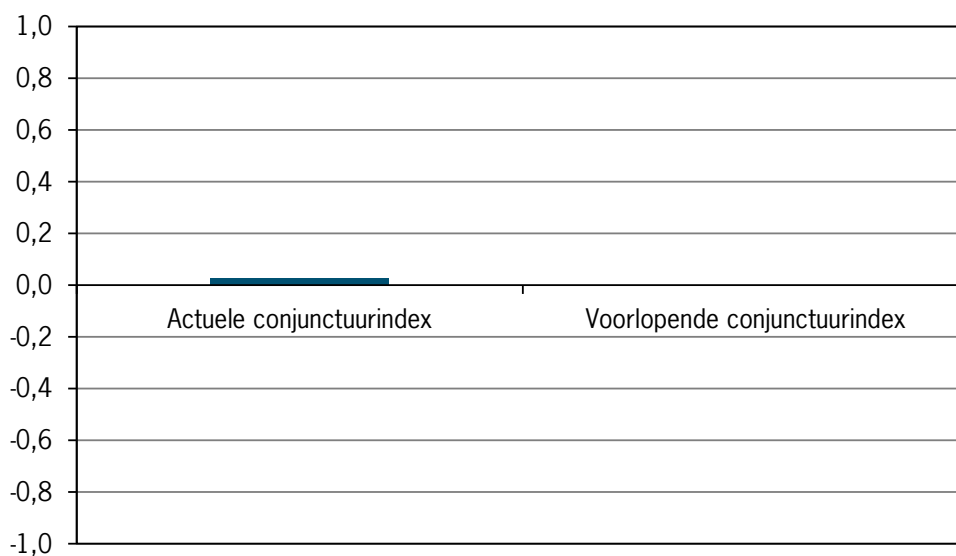
Figuur 4.2 Actuele en voorlopende conjunctuurindex: individuele indicatoren (niet representatief)



a) deze cijfers geven de ongewogen en niet representatieve resultaten weer van een test onder een beperkt aantal bedrijven.
Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

De voorlopende indicatoren geven de verwachtingen weer van de ondernemers over het komende jaar. Men verwacht dat de kosten verder zullen stijgen en de dat winsten gaan afnemen. Uit de resultaten wordt de samenhang van de indicatoren goed duidelijk. De opbrengstprijzen stijgen slechts heel licht, maar door een flinke productiestijging verwachten de ondernemers toch een hogere omzet te halen.

In figuur 4.3 worden de testresultaten gepresenteerd voor de totale actuele en voorlopende conjunctuurindex. Daarvoor zijn de resultaten voor de bovenstaande indicatoren opgeteld, waarbij een stijging van de kosten als negatief is gewaardeerd en een daling als positief. De resultaten zijn vervolgens door 5 gedeeld. Iedere individuele indicator heeft een bereik van -2 tot +2 en ook de conjunctuurindex heeft in theorie hetzelfde bereik. Uit de resultaten komt naar voren dat de deelnemende bedrijven over de toekomst iets minder optimistisch zijn dan over de ontwikkelingen in het afgelopen jaar. De voorlopende index kwam op precies 0 uit. Daarmee waren er in onze (niet representatieve) test precies evenveel ondernemers negatief als positief. Deze cijfers kunnen bij voldoende waarnemingen ook per deelsector worden gepresenteerd. Op den duur zullen tijdreeksen ontstaan die kunnen worden vergeleken met de gerealiseerde inkomens in het verleden.

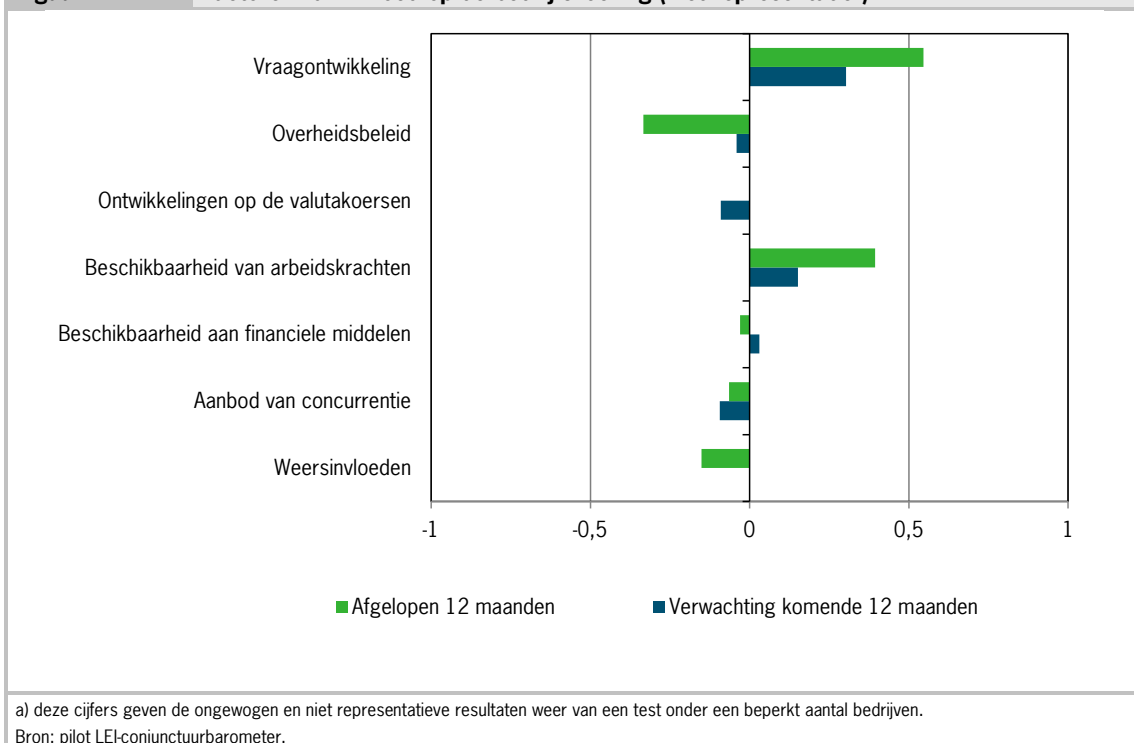
Figuur 4.3**Actuele en voorlopende Conjunctuurindex voor het eerste kwartaal 2011 (niet representatief)**

a) deze cijfers geven de ongewogen en niet representatieve resultaten weer van een test onder een beperkt aantal bedrijven.
Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

4.4 Factoren die de bedrijfsvoering beïnvloeden

Figuur 4.4 geeft de factoren weer die van invloed zijn op de bedrijfsvoering. Er is gevraagd naar de invloed op de bedrijfsvoering in de afgelopen 12 maanden en voor de komende 12 maanden. De antwoordcategorieën zijn 'zeer negatief', 'negatief', 'neutraal', 'positief', 'zeer positief'. De resultaten zijn gemiddeld zodat ze kunnen lopen van -2 tot +2.

Figuur 4.4 Factoren van invloed op de bedrijfsvoering (niet representatief)

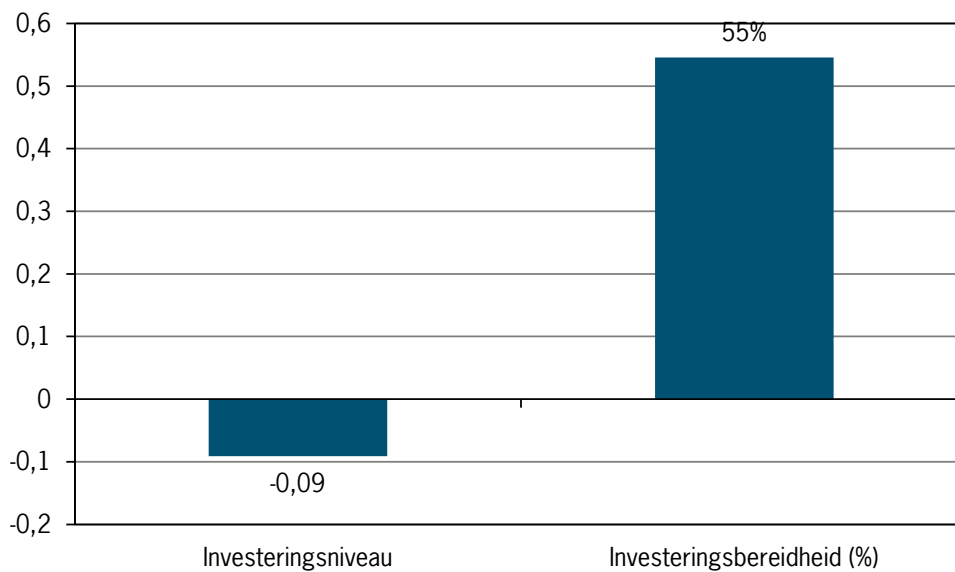


Uit de resultaten van de pilot blijkt dat in de ogen van de respondenten met name het overheidsbeleid in de afgelopen 12 maanden een negatieve invloed heeft gehad op de bedrijfsresultaten. Men verwacht dat die negatieve invloed in de komende 12 maanden minder zal zijn. De vraag ontwikkeling heeft tussen het eerste kwartaal van 2010 en het eerste kwartaal van 2011 een positieve invloed gehad. Ook over de toekomst zijn de ondernemers niet negatief over de vraagontwikkeling. De interpretatie van de resultaten van deze vraag vergt waarschijnlijk de nodige sectorkennis en analyse. Uit de resultaten van vraag 1 blijkt bijvoorbeeld dat de kosten sterk zijn gestegen. Tegelijkertijd is de beschikbaarheid van arbeidskrachten geen probleem geweest; die wordt als een positieve bijdrage aan het bedrijfsresultaat gewaardeerd.

4.5 Investerings

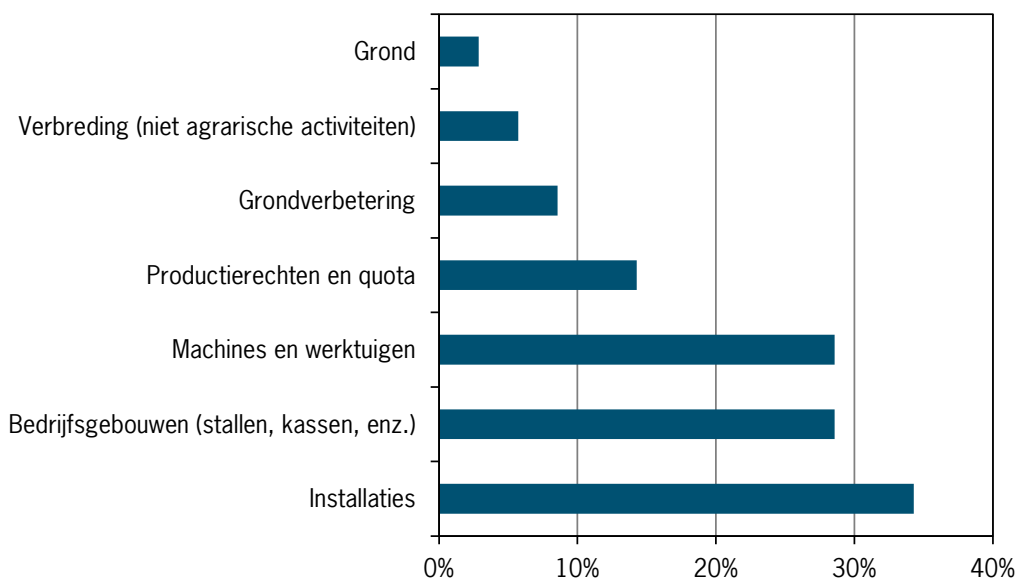
Een belangrijk onderdeel van de conjunctuurbarometer gaat over de ontwikkeling van de investeringen. Figuur 4.5 geeft de resultaten weer van de vraag of ondernemers verwachten dat de investeringen zullen gaan toe- of afnemen in het komende jaar (investeringsniveau) en of men in het komende jaar verwacht te investeren. Op basis van de resultaten uit de pilot blijkt dat de investeringsbereidheid in het eerste kwartaal van 2011 relatief laag was. Net iets meer dan de helft van de respondenten gaf aan te gaan investeren. Ook verwachten de ondernemers dat de omvang van de investeringen afneemt.

Figuur 4.5 Investeringsniveau en investeringsbereidheid (niet representatief)



a) deze cijfers geven de ongewogen en niet representatieve resultaten weer van een test onder een beperkt aantal bedrijven.
Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

Figuur 4.6 Waarop hebben de investeringen betrekking? (niet representatief)



a) deze cijfers geven de ongewogen en niet representatieve resultaten weer van een test onder een beperkt aantal bedrijven.
Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

Figuur 4.6 geeft aan waarop de investeringen betrekking hebben. Respondenten kunnen meerdere antwoorden kiezen. Per antwoordcategorie is het aantal waarnemingen gedeeld op het aantal respondenten om uit te rekenen hoeveel procent van de respondenten heeft aangegeven in deze activa te willen investeren.

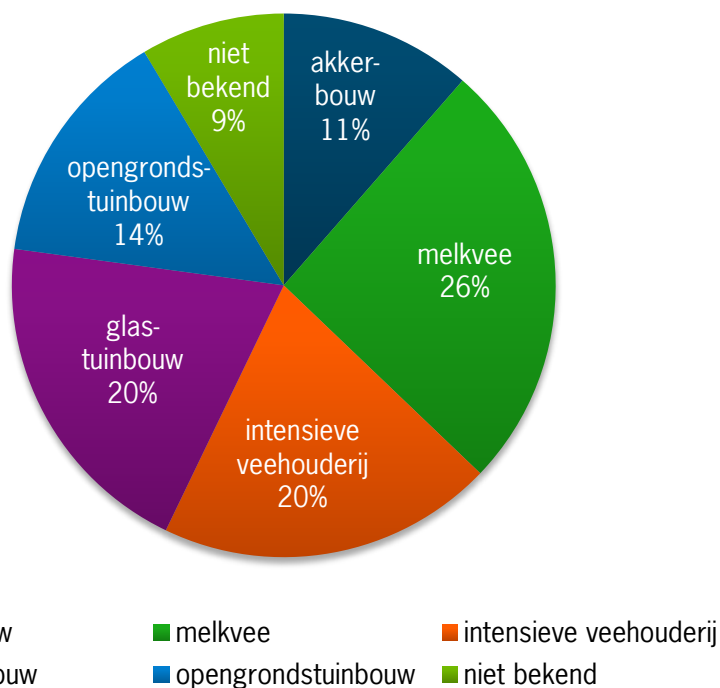
4.6 Respons en review

4.6.1 Respons

Van de 100 bedrijven die in de pilot zijn benaderd hebben 35 bedrijven de enquête ook daadwerkelijk helemaal ingevuld. In figuur 4.7 is de verdeling naar sector weergegeven. De respons is niet buitengewoon hoog te noemen. Bij daadwerkelijke implementatie van de enquête zal geprobeerd moeten worden om de respons te verhogen door bijvoorbeeld een herinneringsmail en terugkoppeling van de resultaten naar de deelnemers. Met een lage respons is een aparte weging van de resultaten om die representatief te maken voor de hele sector zeker noodzakelijk.

Figuur 4.7

Respons pilot naar sector

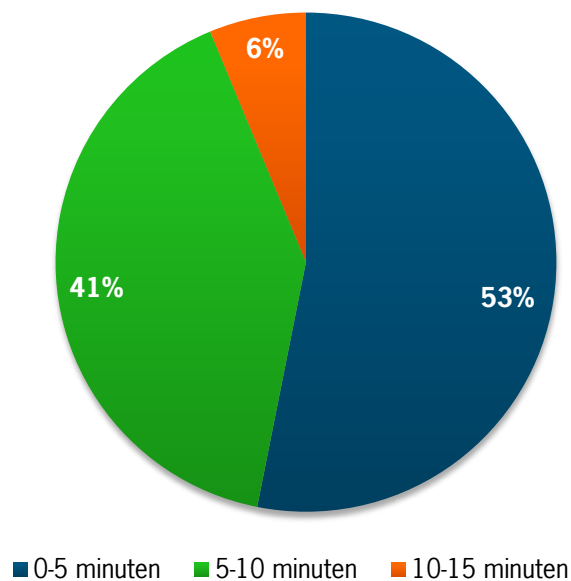


Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

4.6.2 Review

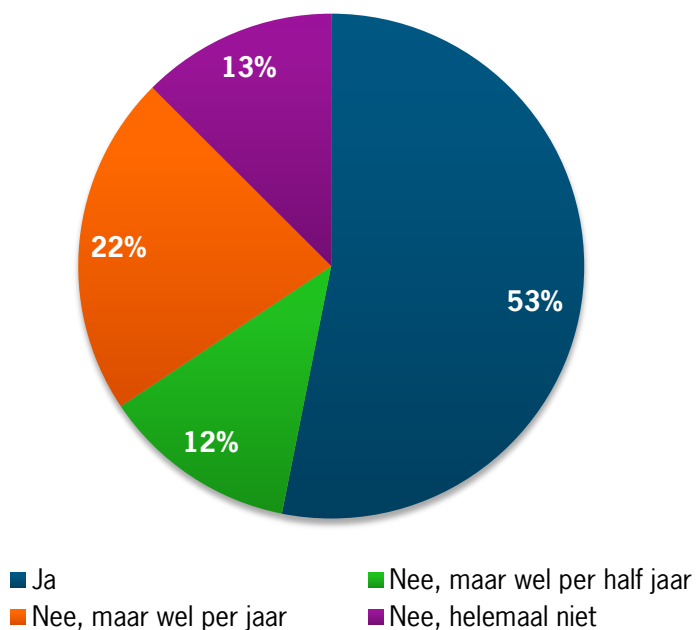
In de vragenlijst van de pilot waren ook een aantal evaluatievragen opgenomen. Hieruit blijkt dat de meeste ondernemers tussen de 0 tot 5 minuten nodig hadden voor het invullen van de enquête (figuur 4.8).

Figuur 4.8 Duur van de enquête



Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

Figuur 4.9 Medewerking in de toekomst



Bron: pilot LEI-conjunctuurbarometer.

De meeste respondenten (53%) geven aan dat men bereid is in de toekomst per kwartaal aan een dergelijke enquête deel te nemen (figuur 4.9). Toch waren er ook veel ondernemers die de enquête liever 1 maal per half jaar voorbij zien komen (13%) of 1 maal per jaar (22%). Een klein deel van de respondenten wilde voortaan niet meewerken (13%).

Hieronder staan enkele reacties van ondernemers die zijn binnengekomen naar aanleiding van de uitgevoerde pilot.

- Mag van mij iets uitgebreider.
- Meer als 1x per jaar heeft ook weinig zin zo heel snel veranderen deze zaken ook weer niet.
- Twijfels bij het nut van deze enquête elk kwartaal. Kosten voor nabije toekomst wel redelijk in beeld. Opbrengst met name prijsvorming is erg onvoorspelbaar.
- Veel te algemeen. Als je mensen in de praktijk hebt weet je toch wel wat er leeft en hoe de stemming is.
- Kort en snel houden anders haken we af.
- Houd het kort en krachtig.

5 Conclusies en aanbevelingen

5.1 Conclusie

Er zijn in binnen- en buitenland veel verschillende barometers van de economische situatie van bedrijven, sectoren en de gehele economie. Veel barometers maken gebruik van vragenlijsten bij ondernemers. Sommige conjunctuurbarometers zijn gebaseerd op tijdreeksen van economische indicatoren. Er is echter geen één monitor of enquête die een actueel en representatief beeld (per kwartaal) kan geven over de agrarische sector in Nederland en de afzonderlijke deelsectoren.

Een actuele en voorlopende conjunctuur index kan tijdig inzichten verschaffen in de veranderingen van de economische situatie in de sector. Dit rechtvaardigt de ontwikkeling van een eigen LEI-conjunctuurbarometer. Zo'n conjunctuurbarometer is een aanvulling op de al door LEI ontwikkelde barometer agrarische sectoren. De meeste conjunctuur barometers worden ten minste per kwartaal gemaakt vanwege de behoefte aan actuele cijfers.

In veel bestaande barometers wordt ondernemers gevraagd hoe ze de afgelopen tijd hebben ervaren, er momenteel voor staan en wat hun verwachtingen zijn voor de toekomst. De ontwikkelde LEI-conjunctuurbarometer sluit hierbij aan. Op basis van een korte vragenlijst kunnen een aantal indices worden gemaakt die een beeld schetsen van de stemming onder agrarische ondernemers en de verwachtingen van de toekomst. We onderscheiden daarbij de actuele en voorlopende conjunctuurindex en de achterliggende indicatoren. Daarnaast wordt de ondernemers gevraagd naar interne factoren (onder andere kosten, vraagontwikkeling, arbeidsinvulling, omzet, opbrengsten) en externe factoren (onder andere overheidsbeleid, concurrentie in binnen en buitenland, valutakoersen) die de bedrijfssituatie beïnvloeden.

Om een vergelijking met andere bestaande binnenlandse en buitenlandse enquêtes mogelijk te maken, is gekozen om nagenoeg dezelfde vraagstelling te hanteren voor de LEI-conjunctuurbarometer. De vraagstelling sluit daardoor grotendeels aan bij die in de CBS COEN-enquête en bij het initiatief van de COPA-COGECA. Zo kunnen net als in de statistieken van de COEN-enquête de resultaten als percentages gepresenteerd worden, of de stemmingsindex op een schaal van -100 tot +100.

Door de agrarische bedrijven in het Informatienet de vragenlijst te laten invullen kunnen bedrijfsstructuurvragen achterwege worden gelaten en resultaten (mits voldoende respons) naar grootteklassen worden gededesaggregeerd. Hoewel daarmee een uitsplitsing van de resultaten naar regio's/provincies niet mogelijk is lijkt dit de meest praktische weg om met een eigen conjunctuurbarometer te beginnen. In de toekomst is samenwerking met bijvoorbeeld CBS en Kamers van Koophandel een mogelijkheid die kan worden verkend om meer regionale cijfers te verkrijgen.

5.2 Aanbevelingen

Een aantal zaken verdient aandacht voordat een barometer kan worden geïmplementeerd:

- Het aantal bedrijven uit het Informatienet met een bij het LEI bekend e-mailadres is beperkt. De aanbeveling is dit zo snel mogelijk uit te breiden en indien mogelijk van elk bedrijf een e-mailadres in het Informatienet op te nemen. Daarbij moet echter ook worden onderkend dat telefonische benadering van bedrijven - zeker in combinatie met de bestaande werkrelatie die het LEI heeft met de ondernemers in het Informatienet - tot een hogere respons kan leiden. Als de respons toch tegenvalt wordt ook aanbevolen om telefonische enquêtes uit te voeren en te kijken naar uitbreiding van de groep van benaderde ondernemers met bedrijven van buiten het Informatienet.
- Houdt de belasting voor de ondernemer beperkt. De pilot is door de meeste respondenten in minder dan 5 minuten ingevuld. Wanneer het aantal vragen dat ieder kwartaal gesteld wordt beperkt blijft tot de stemmingsindex en conjunctuurindices blijft de belasting van de ondernemers minimaal.

- De coördinatie van het in gang zetten van de enquête, verzendlijsten maken, verwerken van de data en koppelen van gegevens vanuit het Informatienet dienen de verantwoordelijkheid te zijn van één persoon.
- De verwerking van de resultaten heeft in deze pilot plaatsgevonden in Excel. Het is aan te bevelen om te onderzoeken of deze verwerking geautomatiseerd kan worden.
- De resultaten van de enquête kunnen opgenomen worden in het Informatienet. Hierdoor is het behoud van de gegevens in de loop van de tijd op een centrale plek gewaarborgd.
- De resultaten zouden op verschillende manieren openbaar moeten worden gemaakt. Per kwartaal een eigen persbericht uit te laten brengen met de resultaten. Om actuele resultaten te kunnen gebruiken in Agri-monitor artikelen moet de planning van de verzending en verwerking van de enquête worden afgestemd met de publicatiedata van de Agri-monitor artikelen. Logische plek voor afstemming hiervan ligt bij de redactiecommissie van de Agri-monitor.
- De ontwikkeling van een internetpagina met (interactieve) grafieken, met achtergrondinformatie en methodiekbeschrijving is gewenst. Bijvoorbeeld bij het CBS zijn goede voorbeelden voorhanden van hoe conjunctuurnummers grafisch en interactief gepresenteerd kunnen worden (zie bijlage 6).
- Aansluiting bij het Europese initiatief van COPA-CEGECA kan toegevoegde waarde hebben. De zichtbaarheid van de resultaten wordt ermee vergroot. De opzet van de pilot barometer sluit aan bij de vraagstelling zoals die door COPA-CEGECA is voorgesteld.
- Niet iedere vraag in de enquête hoeft ieder kwartaal te worden gesteld. Het is bijvoorbeeld mogelijk de vraag over investeringen één keer per jaar te stellen. Hetzelfde geldt voor de vragen over de achterliggende interne en externe factoren die de bedrijfsvoering beïnvloeden.

Literatuur en websites

ABN AMRO, *ABN AMRO SectorScope; De positie van sectoren in hun cyclus*. Maart 2011.

Bas, L. en D. van Gijseghem, *De Vlaamse Landbouwconjunctuurindex, methodologieën en de resultaten-enquête voorjaar 2007*. Beleidsdomein Landbouw en Visserij. Afdeling Monitoring en Studie (AMS). Vlaamse overheid, Brussel. Juni 2007. <www2.vlaanderen.be/landbouw/downloads/volt/63.pdf>

CBS, *De Conjunctuurklok - toelichting*. 2010. <www.cbs.nl/NR/rdonlyres/3CCB5F1A-EF71-4C2E-B2D8-89B08DCF77AC/0/beknoptetoelichtingconjunctuurklok.pdf>

CBS, KvK, EIB, MKB-Nederland en VNO-NCW, *Conjunctuur enquête Nederland COEN; Metadata*. 16 december 2008. <www.cbs.nl/NR/rdonlyres/B307ADC7-A640-47F5-B850-2A9639283F95/0/200812metadatacoenversie11.pdf>

Fase, M.M.G. en H.C.J. van der Wielen, 'Grandeur en malheur van de conjunctuurbarometer.' In: *Economisch Statistische Berichten* 5 (1989) 4.

Jacobs, J. en G. H. Kuper, 'Voorlopende conjunctuurindices. In: *Economisch Statistische Berichten* 89 (2004), nr. 4424, pp. 52-56.

Muns, S. en H. Kranendonk, *De CPB-conjunctuurindicator gereviseerd; Over endtime versus realtime, filters en puntschattingen*. CPB-document 219, december 2010.

Samborski, V., L. Bas, S. Lenders en D. van Gijseghem, *De Vlaamse Landbouwconjunctuurindex - Resultaten enquête najaar 2009*. Departement Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie, Brussel, 2009.

Websites

www.abn-amro.nl

www.agridirect.nl

www.cbs.nl

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/default.aspx>

www.fnsea.fr/emploi-formation/observatoire-de-l-emploi-salarie-agricole/les-barometres-de-conjoncture-agricole

www.gibogroep.nl

www.ing.nl

www.lto.nl

www.rabobank.nl

www.rabobank.nl/bedrijven/kennis/sectorprognoses/

Bijlage 1

Overzichten classificaties COEN-conjunctuurenquête

Tabel B1.1 Overzicht classificaties COEN-conjunctuurenquête			
Totaal	Sector	Bedrijfstak	Klasse
Bedrijfsleven	Landbouw en visserij	Landbouw en visserij	Landbouw en visserij
	Delfstofwinning	Delfstofwinning	Delfstofwinning
	Industrie	Voedings- en genotsmiddelenindustrie	Voedings- en genotsmiddelenindustrie
		Textiel en lederwaren industrie	Textiel en lederwaren industrie
		Hout- en bouwmaterialenindustrie	Houtindustrie
			Bouwmaterialen en glasindustrie
		Papier- en grafische industrie	Papier en kartoonindustrie
			Uitgeverij en drukkerij
		Chemische en kunststoffenindustrie	Chemische en kunststoffenindustrie
		Metaalindustrie	Basis metaalindustrie
			Metaalproducentenindustrie
			Machine industrie
			Elektrotechnische en optische industrie
			Transportmiddelenindustrie
		Overige industrie	Overige industrie
	Bouwnijverheid	Bouwnijverheid	Bouwnijverheid
	Groothandel	Groothandel	Groothandel
	Detailhandel en autobranche	Detailhandel en autobranche	Detailhandel en autobranche
	Horeca, makelaardij en reisbranche en dergelijke	Horeca	Horeca
		Makelaardij	Makelaardij en onroerend goed
		Milieu, natuur en recreatie en dergelijke	Reisbranche
			Cultuur, sport en recreatie
	Vervoer, opslag en communicatie en dergelijke	Vervoer, opslag en communicatie en dergelijke	Milieu en overige dienstverlening
			Vervoer, opslag en communicatie en dergelijke
	Verhuur van roerende goederen en dergelijke	Verhuur van roerende goederen en dergelijke	Zakelijke adviesbureaus
			Automatiseringsdiensten
			Facilitaire diensten

Bron: CBS.

Tabel B1.2 Uitsplitsing naar regio	
Landsdelen	Provincies
Noord	Groningen
	Friesland
	Drenthe
Oost	Overijssel
	Flevoland
	Gelderland
Zuid	Brabant
	Limburg
West	Zeeland
	Noord-Holland
	Zuid-Holland
	Utrecht
Bron: CBS	

Tabel B1.3 Uitsplitsing naar regio: KvK-regio's Nederland	
Landsdelen	KvK-regio
Nederland	Noord-Nederland
	Noordwest-Holland
	Gooi-, Eem en Flevoland
	Oost-Nederland
	Centraal Gelderland
	Brabant
	Limburg
	Zuidwest-Nederland
	Rotterdam
	Den Haag
	Amsterdam
	Midden-Nederland
Bron: CBS	

Tabel B1.4		Uitsplitsing naar grootteklasse	
Totaal	Groot/klein	Detailklassen	
Alle bedrijven (>4wp)	Klein	5-19 wp	
		20-49 wp	
	Groot	50-99 wp	
		>100 wp	
Bron: CBS			

Bijlage 2

Vragenlijst COEN-conjunctuurenquête

1. Het niveau van de productie is in de afgelopen 3 maanden in landbouw/delfstofwinning anders formuleren?
2. Het gemiddelde productieniveau zal in de komende 3 maanden
3. De huidige productiecapaciteit achten wij, gelet op de te verwachten afzetontwikkeling, als (te)
4. De bezettingsgraad van de beschikbare productie-installaties bedraagt momenteel circa
5. De totale omzet/verkoop/afzet is in de afgelopen 3 maanden
6. De totale omzet/verkoop/afzet zal in de komende 3 maanden
7. De buitenlandse omzet/verkoop/afzet is in de afgelopen 3 maanden
8. De buitenlandse omzet/verkoop/afzet zal in de komende 3 maanden
9. De waarde van de orderontvangst/opdrachten/boekingen/reserveringen is in de afgelopen 3 maanden
10. De orders die wij in de komende 3 maanden bij leveranciers verwachten te plaatsen zullen
11. De huidige orderportefeuille/afgesloten contracten/boekingen/reserveringen beoordelen wij, gelet op de tijd van het jaar, als
12. De waarde van de orderontvangst/opdrachten/boekingen/reserveringen zal in de komende 3 maanden
13. De huidige buitenlandse orderportefeuille/afgesloten contracten/boekingen/reserveringen beoordelen wij, gelet op de tijd van het jaar, als
14. De waarde van de buitenlandse orderontvangst/opdrachten/boekingen/reservering zal in de komende 3 maanden
15. Onze totale orderportefeuille vertegenwoordigt, bij normale werktijden, aan maanden werk
16. Onze voorraden eindproduct/handelsvoorraad beoordelen wij, gelet op de tijd van het jaar, als (te)
17. Onze verkoopprijzen/tarieven zullen in de komende 3 maanden
18. De personeelssterkte is in de afgelopen 3 maanden
19. De personeelssterkte zal in de komende 3 maanden
20. Onze concurrentiepositie in het afgelopen kwartaal is op de binnenlandse markt
21. Onze concurrentiepositie in het afgelopen kwartaal is op buitenlandse markt binnen de EU
22. Onze concurrentiepositie in het afgelopen kwartaal is op buitenlandse markt buiten de EU
23. Onze productie/zakelijke activiteiten ondervindt thans belemmeringen als gevolg van
24. Het economische klimaat is in de afgelopen 3 maanden voor onze onderneming
25. Het economische klimaat in de komende 3 maanden voor onze onderneming zal naar verwachting
26. De winstgevendheid van onze onderneming is in de afgelopen 3 maanden
27. Het rendement van onze onderneming achten wij
28. De investeringen in vaste activa zullen dit jaar in vergelijking met vorig jaar naar verwachting
29. Volgend jaar zullen de investeringen in vaste activa in vergelijking met dit jaar naar verwachting
30. Volgend jaar zal de omzet in vergelijking met dit jaar naar verwachting
31. Volgend jaar zal de buitenlandse omzet in vergelijking met dit jaar naar verwachting
32. Volgend jaar zal de personeelssterkte in vergelijking met dit jaar naar verwachting

NB: de laatste drie vragen worden alleen gesteld in het vierde kwartaal.

Bijlage 3

Overzichten classificaties Vlaamse Landbouwconjunctuurindex

Tabel B3.1 Overzicht productierichtingen gebaseerd op de Europese typologie) van de Vlaamse Landbouwconjunctuurindex		
Deelsectoren	Productierichtingen	Aantal geënquêteerde bedrijven
1. Akkerbouw	1000, 6000	70
2. Tuinbouw	2010; 202; 2030 3200; 3400	268
3. Rundveesector	4110; 4120 4200 4300; 4400	213
4. Intensieve veeteelt	5010; 5020 + 5300	67
5. Gemengde bedrijven	7100; 7200 8110 + 8120 8130 + 8140 8200	129
Totaal		747
Bron: Vlaamse landbouw conjunctuurindex.		

Tabel B3.2 Overzicht bedrijfstypen (gebaseerd op de Europese typologie) van de Vlaamse Landbouwconjunctuurindex	
Code	Bedrijfstype
1000	Gespecialiseerde akkerbouwbedrijven
4110	Gespecialiseerde melkveebedrijven
4120	Gespecialiseerde melkveebedrijven met jongvee (melkvee, matig gespecialiseerd)
4200	Gespecialiseerde runderjong- en mestveebedrijven
4300	Rundveebedrijven: melk-, jong- en mestvee gecombineerd (gemengd rundvee)
4400	Graasdierbedrijven: schapen, geiten en andere
5010	Gespecialiseerde varkensbedrijven
5020+5030	Gespecialiseerde pluimveebedrijven + veredelingsbedrijven met diverse productcombinaties
6000	Bedrijven met combinaties van gewassen
7100	Bedrijven met veeteelt combinaties, accent op graasdieren
7200	Bedrijven met veeteelt combinaties, accent op veredeling
8110+8120	Bedrijven met combinaties van akkerbouw en melkvee
8130+8140	Bedrijven met combinaties van akkerbouw met graasdieren andere dan melkvee
8200	Bedrijven met diverse gewassen- en veeteeltcombinaties (akkerbouw met voornamelijk varkenshouderij)
2010	Bedrijven met groenteteelt
2020	Bedrijven met bloemeteelt
2030	Bedrijven met combinaties van groente en bloemen inclusief type 2033 champignonbedrijven
3200	Bedrijven met fruitteelt
3400	Bedrijven met overige teelten
Bron: Vlaamse landbouw conjunctuurindex.	

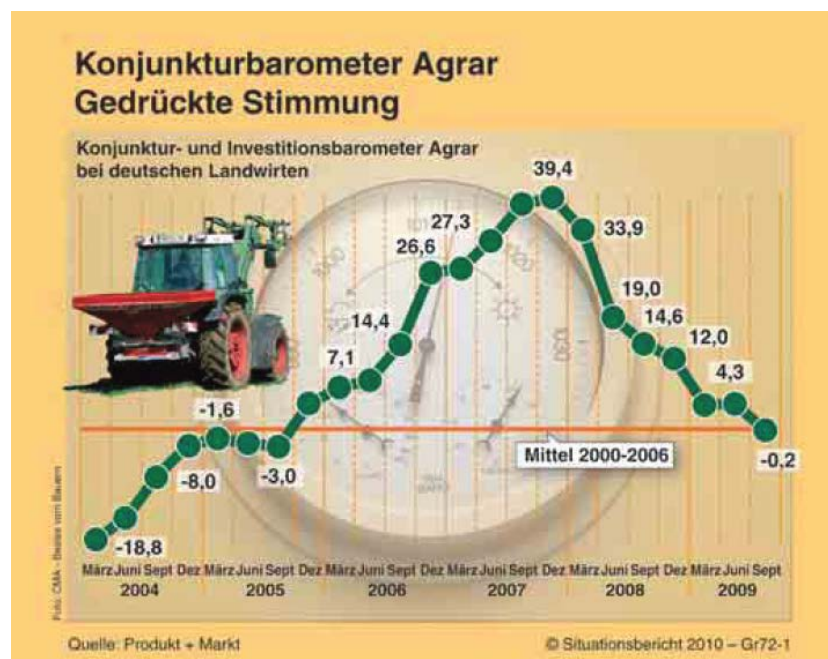
Tabel B3.3 De vier klassen aangaande leeftijd van de bedrijfsleider (vermoedelijk eigenaar)	
Leeftijd bedrijfsleider	Aantal geënquêteerde bedrijven
Tot 40 jaar	181
41 tot 50 jaar	316
51 tot 60 jaar	176
Ouder dan 60 jaar	74
Totaal	747
Bron: Vlaamse landbouw conjunctuurindex.	

Tabel B3.4 De drie klassen van bedrijfsgrootte, Vlaamse conjunctuurindex		
Vlaamse Standaard Grootte Eenheid	Economische dimensie	Aantal geënquêteerde bedrijven
0 tot 15 VGE	Klein	214
15 tot 25 VGE	Middelgroot	223
Meer dan 25 VGE	Groot	310
Totaal		747
Bron: Vlaamse landbouw conjunctuurindex.		

Bijlage 4

Gestelde vragen Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar

- Hoe beoordeelt u de actuele economische situatie van uw bedrijf?
- Wat verwacht u van de economische situatie van uw bedrijf over 2 of 3 jaar?
- Bent u van plan in de komende 6 maanden te investeren (ja/nee)? Hier wordt onderscheid gemaakt naar:
 - totaal;
 - machines;
 - gebouwen/stallen;
 - hernieuwbare energieën (wind, solar, biogas).
- Welke invloed hebben de volgende economische en politieke voorwaarden/factoren op de ontwikkeling van uw bedrijf (5 categorieën)?
 - Productprijzen (afzetprijzen verschillende producten);
 - Pachtprijs;
 - Belastingen;
 - Concurrentie binnen EU;
 - Kosten (opgesplitst naar verschillende posten);
 - Rentetarieven;
 - Oogstopbrengst.



Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar Stimmungslage

Wie beurteilen Sie die aktuelle wirtschaftliche Situation Ihres Betriebes?

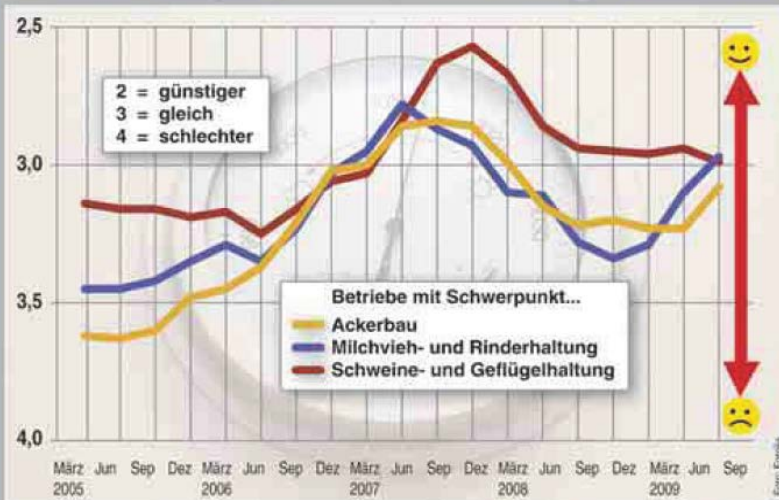
Angaben in Prozent der Befragten



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-2

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar Entwicklung der Zukunftserwartungen



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-6

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar Stimmungslage nach Betriebsformen

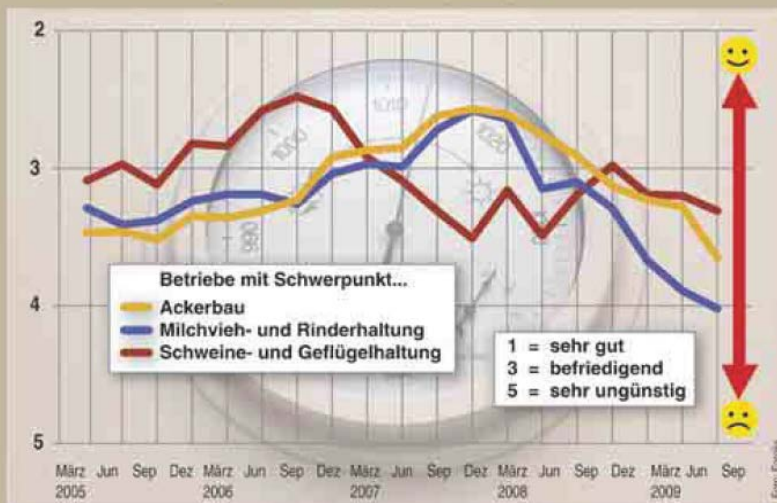
Wie beurteilen Sie die aktuelle wirtschaftliche Situation Ihres Betriebes?



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-4

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar Entwicklung der Stimmungslage



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-5

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar September 2009 Rahmenbedingungen

Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen auf die Entwicklung Ihres Betriebes?



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-8

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar Investitionsplanung Planung von Investitionen im kommenden Halbjahr

Angaben in Prozent der Befragten



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – Gr72-7

Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar September 2009 Rahmenbedingungen

Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen auf die Entwicklung Ihres Betriebes?



Quelle: Produkt + Markt

© Situationsbericht 2010 – G72-II

Bijlage 5

Beschrijving 'Business cycle tracer'

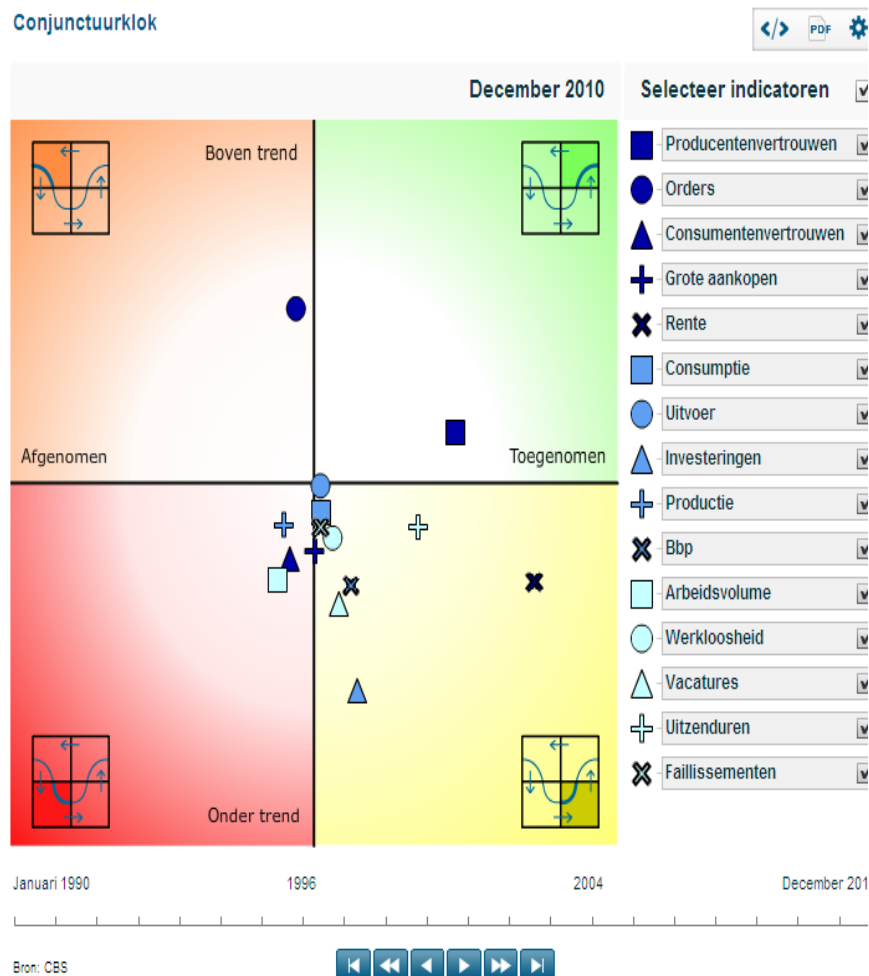
Zie: ABN AMRO, maart 2011.

1. Sectoren en branches worden met elkaar vergeleken op basis van geïndexeerde omzet. Er wordt gebruik gemaakt van maand- of kwartaalcijfers, maar maandcijfers genieten de voorkeur. De gehele historie van een datareeks wordt gebruikt bij bepaling van de conjunctuurencyclus van een sector of een branche.
2. De geïndexeerde omzetreksen worden gecorrigeerd voor seizoensinvloeden met behulp van een door het US Census Bureau ontwikkelde computerprogramma, genaamd X12 Arima. Dit programma is de standaard voor seizoenscorrectie.
3. Van de seizoensgecorrigeerde omzetindex reeks wordt een gewogen gemiddelde berekend, om ruis uit de data te filteren. Hiervoor wordt de Henderson gewogen gemiddelde gebruikt.
4. Voor elke datareeks wordt een langetermijntrend berekend met behulp van een Hodrick Prescott filter. De seizoensgecorrigeerde omzetindex dient hiervoor als input. De Hodrick Prescott filter heeft een parameterinstelling (λ) die de trend uitvlakt.
5. Het verschil tussen de Henderson gewogen gemiddelde en de Hodrick Prescott trend geeft de cyclus van een sector of branche weer. In 2002 en 2008 bevond de onderstaande datareeks zich circa 8 indexpunten boven de langetermijntrend, en in 2004 ongeveer 8 punten onder de langetermijntrend.
6. De positie van elke sector of branche wordt berekend in de SectorScope door het verschil tussen het gewogen gemiddelde en de trend als y-coördinaat te nemen en de periode op periode (m-o-m of k-o-k) verandering in de cyclus als de x-coördinaat.
7. De prestaties van de sectoren en branches worden ingedeeld in vier kwadranten waarbij ieder kwadrant een deel van de conjunctuurencyclus vertegenwoordigt: expansie, terruggang, contractie, herstel.

Bijlage 6

Voorbeeld Conjunctuurklok CBS

De Conjunctuurklok geeft inzicht in de stand en het verloop van de Nederlandse conjunctuur. De conjunctuurklok kent vijftien conjunctuurrelevante indicatoren (zie lijst rechts in figuur). De indicatoren worden gezamenlijk afgebeeld zodat er een samenhangend beeld ontstaat van de stand van de conjunctuur. De Conjunctuurklok beschrijft niet een bepaalde verslagperiode, maar geeft het conjunctuurbeeld op een bepaald moment (in de regel ultimo van de maand). Eventuele bijstellingen in de indicator leiden dan ook niet tot een bijstelling van het conjunctuurbeeld (de foto is al genomen), maar wel tot een nieuw conjunctuurbeeld op een later moment.



Op de verticale as (de y-as) van de Conjunctuurklok is voor iedere indicator zijn afwijking tot de lange-termijntrend uitgezet. Op de horizontale as (de x-as) is de periode-op-periodeontwikkeling geplaatst.

Er zijn vier fasen te onderscheiden:

- Teruggang: boven trend en afgenomen (links boven, oranje);
- Laagconjunctuur: onder trend en afgenomen (links onder, rood);
- Herstel: onder trend en toegenomen (rechts onder, geel);
- Hoogconjunctuur: boven trend en toegenomen (rechts boven, groen).

Voor iedere indicator wordt de plaats in de Klok bepaald. Middels de knopjeslijst (onder in de figuur) kan de klok in beweging worden gezet: de indicatoren bewegen zich in de loop van de tijd over de kwadranten in de klok. Aan de hand van de bewegingen van de verschillende indicatoren over de kwadranten in de Klok kan een beeld van de stand en het verloop van de conjunctuur worden verkregen. Het gaat om de plaats en de beweging van de puntenwolk. In een periode van hoogconjunctuur zal de meerderheid van de indicatoren zich boven de trend bevinden, in een periode van laagconjunctuur juist onder de trend. Ook kan de actuele ontwikkeling van de afzonderlijke of een combinatie van geselecteerde indicatoren worden afgelezen (CBS, 2010).

Voorbeeld Conjunctuur Dashboard

In het Conjunctuur Dashboard wordt de ontwikkeling van de 15 indicatoren in de Conjunctuurklok door de tijd in aparte grafieken weergegeven. Zo is het producentenvertrouwen van ondernemers in de industrie samengesteld uit drie deelindicatoren afkomstig uit de maandelijkse Conjunctuurtest: de verwachte productie in de komende 3 maanden, het oordeel over de voorraden gereed product en het oordeel over de orderpositie. Meer informatie over de conjunctuurklok en het dashboard zijn te vinden op:
<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/conjunctuur/publicaties/conjunctuurbericht/inhoud/conjunctuurklok/toelichtingen/conjunctuurdashboard.htm>

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

Meer informatie: www.lei.wur.nl