

Ніколаос Саріаннідіс, Грігоріс Джіаннаракіс, Ксанти Парталіду, Бакас Евангелос

### Вплив індексу сталого розвитку Доу-Джонса на індекс споживчих очікувань

Стаття має на меті дослідити, чи впливають прибутки акціонерів на споживчі очікування. Зокрема, були розглянуті соціально відповідальні компанії з метою відображення особливостей діяльності соціально відповідальних інвесторів. З цією метою індекс споживчої впевненості Університету Мічиган використовується для представлення споживчої впевненості, в той час як дані індексу сталого розвитку Доу-Джонса використовуються для соціально відповідальних компаній за період 1999-2016 років. Узагальнена авторегресійна умовна модель, яка проілюструвала, що прибутки акціонерів прямо впливають на споживчу впевненість. Результати дослідження мають важливі наслідки для інвесторів та маркет-мейкерів.

**Ключові слова:** споживчі очікування, індекс сталого розвитку Доу-Джонса, модель GARCH, США.

**JEL Classification:** C58, Q40, Q50, M21.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/), що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Николаос Саріаннідіс, Григоріс Джіаннаракіс, Ксанти Парталіду, Бакас Евангелос

### Влияние индекса устойчивого развития Доу-Джонса на индекс потребительских ожиданий

Статья имеет целью исследовать, влияет ли прибыль акционеров на потребительские ожидания. В частности, были рассмотрены социально ответственные компании с целью отображения особенностей деятельности социально ответственных инвесторов. С этой целью индекс потребительской уверенности Университета Мичиган используется для предоставления потребительской уверенности, в то время как данные индекса устойчивого развития Доу-Джонса используются для социально ответственных компаний за период 1999-2016 годов. Обобщенная авторегрессионная условная модель, которая проиллюстрировала, что прибыль акционеров прямо влияют на потребительскую уверенность. Результаты исследования имеют важные последствия для инвесторов и маркет-мейкеров.

**Ключевые слова:** потребительские ожидания, индекс устойчивого развития Доу-Джонса, модель GARCH, США.

**JEL Classification:** C58, Q40, Q50, M21.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/), что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует присутствия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.