



جهاز التخطيط والإحصاء  
Planning and Statistics Authority

# مؤشر ثقة المستهلك لدولة قطر

---

الربع الأول 2019

سلسلة المؤشرات التنموية

## فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع                                                       |
|--------|---------------------------------------------------------------|
| 3      | المنهجية                                                      |
| 4      | نبذة عن المسح                                                 |
| 5      | مؤشر ثقة المستهلك                                             |
| 6      | الشعور بتحسّن الحالة المادية للأسرة                           |
| 7      | الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة                             |
| 8      | شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة           |
| 9      | أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة     |
| 10     | أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة |
| 10     | الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع الحالي                       |
| 12     | الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي                    |
| 13     | خطة الأسرة المستقبلية لشراء مركبة جديدة                       |
| 14     | توقعات المستهلكين بشأن الأسعار المستقبلية                     |

## المنهجية

اعتمدت المنهجية المستخدمة بصفة أساسية في بناء مؤشر ثقة المستهلك إلى المنهجيات الدولية، وخاصة منهجيتي (Michigan University) و (Conference Board).

ويستند المؤشر في قياسه على موضوعين رئيسيين تتفرع منهما خمسة أسئلة على النحو التالي:

1: مؤشر الوضع الحالي ويتكون من:

• تقييم المبحوثين للوضع الحالي للاقتصاد.

• تقييم المبحوثين لفرص العمل والتشغيل الحالية.

2: مؤشر الوضع المستقبلي ويتكون من:

• توقعات المبحوثين للوضع المستقبلي للاقتصاد (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).

• توقعات المبحوثين لفرص العمل والتشغيل المستقبلية (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).

• توقعات المبحوثين للحالة المادية لهم ولأسرهم المستقبلية (سنة لاحقة من زمن الاستطلاع).

قيمة المؤشر

تتراوح قيمة المؤشر بين (0 - 200). حيث يبلغ المؤشر حده الأقصى إذا كانت آراء جميع المبحوثين إيجابية، ويبلغ المؤشر مستوى الحياد (100) نقطة عندما تتساوى الآراء الإيجابية مع الآراء السلبية. أما قيمة المؤشر الأقل من (100) نقطة فتشير إلى حالة تقييم سلبية للأوضاع الاقتصادية لدولة قطر.

الوضع الحالي: وجهة نظر المبحوث تجاه قضية معينة خلال وقت الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة.

الوضع المستقبلي: وجهة نظر المبحوث تجاه قضية معينة خلال الاثني عشر شهراً المقبلة.

## تصميم العينة

يستند تصميم العينة على عينات مستقلة تم سحبها من وحدات معاينة أساسية (PSU) خاصة، كل وحدة تغطي كل الدولة وقد تم تصميمها لتشمل عدداً من الأسر المستهدفة من نوع معين:

1. الأسر القطرية.

2. الأسر غير القطرية.

تم تصميم عينة ذات مرحلتين، المرحلة الأولى تحديد وحدات المعاينة الأولية ، وفي المرحلة الثانية يتم اختيار عينة من الأسر المعيشية داخل وحدة المعاينة المحددة . الوحدة المختارة في المرحلة الأولى تسمى وحدة المعاينة الأولية، والوحدة المختارة في المرحلة الثانية تسمى وحدة المعاينة الثانوية. وحيث أن التعداد قد أجري في أبريل 2015 ، فقد تم تحديث إطار وحدات المعاينة الأولية المحددة وذلك قبل العد الفعلي.

### نطاق المسح:

يتكون نطاق المسح من جميع الأسر المعيشية العادية القطرية وغير القطرية.

### إطار المعاينة:

يعتمد إطار المعاينة المستخدم لهذا المسح على تعداد السكان والمساكن والمنشآت 2015. وقد أخذ جهاز التخطيط والإحصاء بالإعتبار مناطق جغرافية صغيرة تسمى مربعات العد وهي مناطق العد المستخدمة في التعداد. ومن هذه المناطق تم انشاء وحدات المعاينة الأولية.(PSUs)

### وحدة المعاينة:

وحدة المعاينة في كل مرحلة من مراحل الاختيار تشير إلى الكيانات التي يتم اختيارها للمسح . في هذا المسح، كانت وحدات المعاينة النهائية هي الأفراد الذين يقيمون داخل الأسرة المعيشية التي تم اختيارها.

### مجال التقدير:

"مجموعة فرعية من السكان من المقرر إجراء تقديرات منفصلة بشأنها في المسح. المسح يهدف الى توفير تقديرات موثوقة عن أفراد الأسر المعيشية القطرية، وكذلك تقديم تقديرات موثوقة لأفراد الأسر المعيشية غير القطرية".

### حجم العينة:

حجم العينة المستهدفة يقدر بحوالي 6400 أسرة معيشية للعام الكامل حيث يتم تغطية ربع العينة الكلية في كل فصل.

### جمع البيانات:

قسمت العينة الى أجزاء متساوية يتم تجميعها كل شهر ، يتم جمع 1/3 البيانات الفصلية في أول أسبوعين من كل شهر. ثم ترميز البيانات وتتم مراجعتها في الأسبوعين التاليين من الشهر، وبعد ذلك تجمع بيانات الشهور الثلاثة لاستخراج النتائج الفصلية.

### النتائج:

تتاح النتائج الفصلية لمستخدمي البيانات ومتخذي القرارات في موقع جهاز التخطيط والإحصاء .

## الدوحة، مارس 2019

### مؤشر ثقة المستهلك :

التغير في مؤشرات ثقة المستهلك  
بين الربعين الأول 2019 والربع  
2018

مؤشر ثقة المستهلك

0.1

مؤشر الوضع الحالي

0.2

مؤشر الوضع المستقبلي

0.1

استقر مؤشر ثقة المستهلك في الربع الأول 2019 عند مستويات مرتفعة حيث بلغت قيمته (184.5) نقطة بارتفاع قدره (0.1) عن الربع الرابع من عام 2018 ، و بارتفاع قدره (0.4) نقطة مقارنة بالربع الأول من عام 2018 والبالغ قيمته (184.1) نقطة، كما هو موضح في الشكل رقم (1).

وقد عبرت الأسر عن ارتفاع مستويات تفاؤلها إزاء الأوضاع الحالية خلال الربع الأول من عام 2019 مقارنة بالربع الرابع من عام 2018 وهو ما يعكس استمرار ثقة المستهلكين إزاء الأوضاع الاقتصادية في الدولة ، مما يؤكد أن دولة قطر استطاعت أن تحقق نمواً اقتصادياً كبيراً بالرغم من مرور قرابة عامين على الحصار غير القانوني والذي زادها قوة وإصراراً ،

فاستطاعت بحكمة قيادتها و صمود وصلابة شعبيها أن تحقق نجاحاً منقطع النظير .

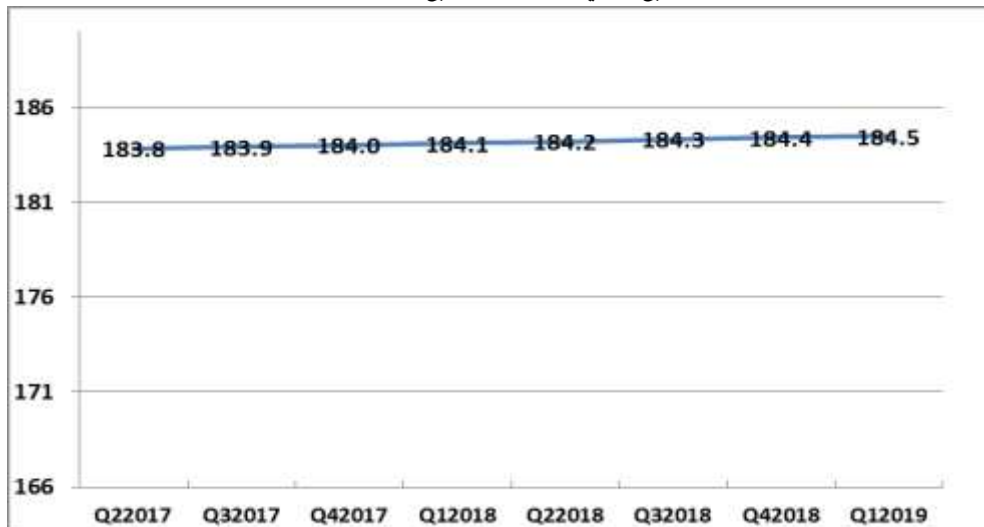
كما نلاحظ بصورة عامة ارتفاع مستويات الثقة بالأداء الاقتصادي للدولة ، حيث نجد قيمة المؤشر منذ دورته الأولى (الربع الثالث 2013) عند مستويات مرتفعة على سلم المؤشر والذي يعكس ارتفاع مستويات تفاؤل المستهلكين إزاء اقتصاد الدولة وإزاء أحوالهم المادية ؛ وجدير بالذكر أن قيمة المؤشر تتراوح بين (0 - 200) نقطة حيث يبلغ المؤشر حده الأقصى (200) إذا كانت آراء جميع المبحوثين إيجابية .

شكل (1)

مؤشر ثقة المستهلك

الربع الثاني 2017 وحتى الربع الأول 2019

نقطة

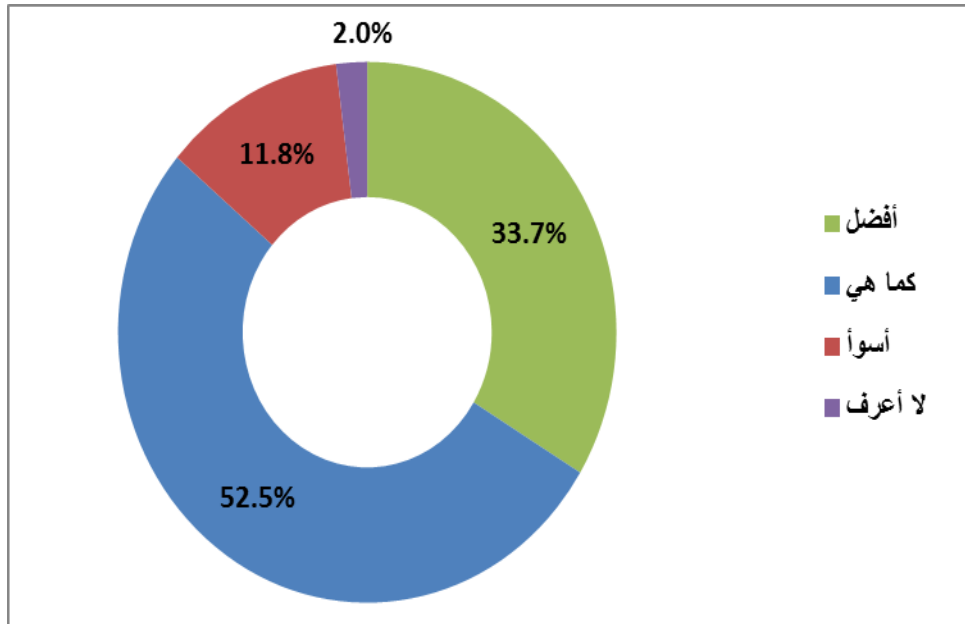


### (33.7%) من الأسر لديهم شعور بتحسن حالتهم المادية في الربع الأول 2019

وبسؤال المستهلك عن تقييمه لحالته المادية هو وأسرته خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة، أظهرت نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول 2019 أن ما نسبته (33.7%) من العينة المستجيبة يشعرون بتحسن في حالتهم المادية مقارنة بنحو (33.6%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع الرابع من عام 2018، في الوقت الذي أشار (11.8%) بسوء حالتهم المادية مقارنة بنحو (11.9%) كانت في الربع الرابع 2018، فيما أبدت (52.5%) من الأسر المستجيبة شعورها بعدم تغير حالتهم المادية خلال الربع الأول 2019 مقارنة بنحو (52.9%) كانت في الربع الرابع 2018، وأفاد (2.0%) بـ"لا أعرف" مقارنة بنحو (1.6%) كانت في الربع الرابع 2018 كما في الشكل (2).

شكل (2)

هل تعتقد أن حالتك المادية أنت وأسرته أفضل أم أسوأ أم بقيت كما هي خلال الوقت الحالي مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة ؟  
الربع الأول 2019

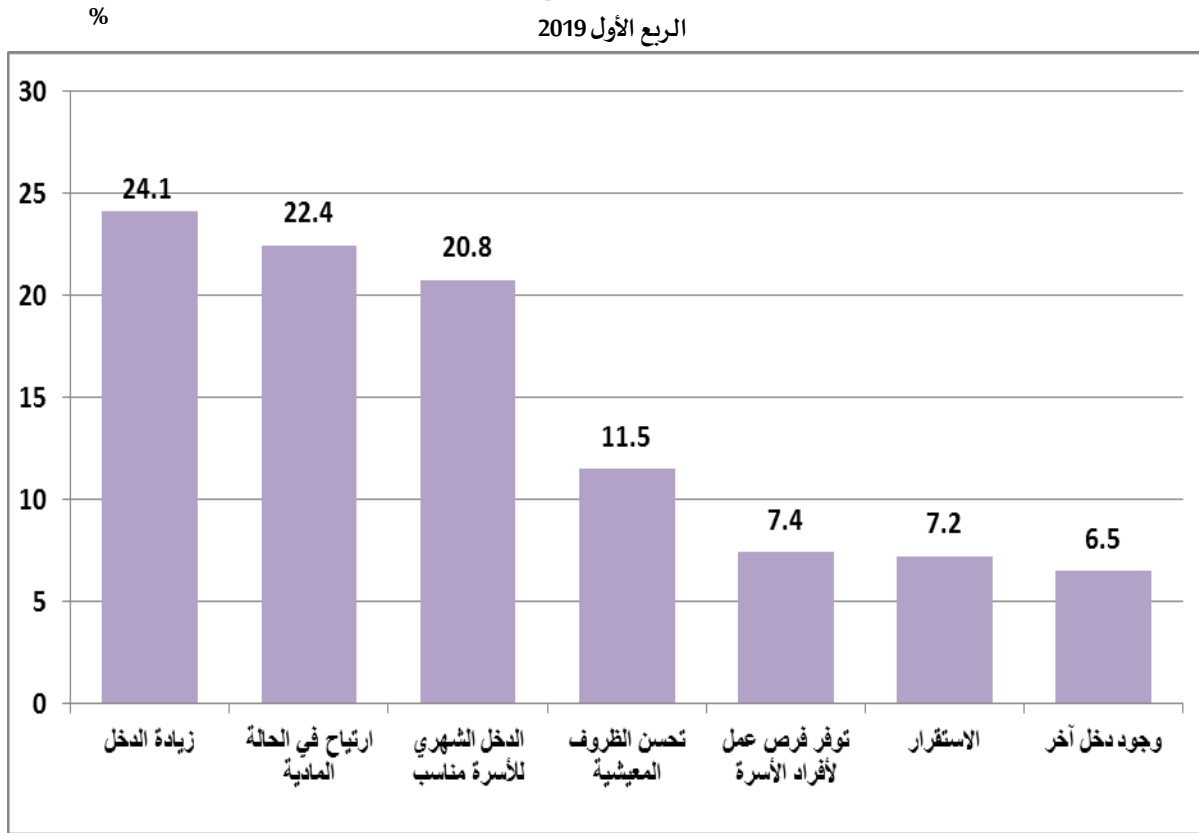


### أسباب الشعور بتحسن الحالة المادية للأسرة:

وتمثلت أهم الأسباب الرئيسة لشعور بعض الأسر بتحسن حالتهم المادية (33.7%) باستطلاع الرأي في الربع الأول 2019 في ارتفاع الدخل النقدي المتحصل عليه مقارنة بالسابق نظرا لقيام بعض أصحاب العمل بزيادة الرواتب والأجور أو حصول البعض على ترقية أو علاوة دورية من العمل خلال الاثني عشر شهراً السابقة ، وأفاد البعض بأن الانتهاء من بعض الديون أو زيادة الدخل في وقت سابق أدى الى الارتياح في الحالة المادية ، كما أفاد البعض بأن الدخل الشهري للأسرة مناسب وبمزيد من التفصيل يوضح الشكل رقم (3) أسباب شعور المستهلكين بتحسن أحوالهم المادية هم وأسرهم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة.

شكل (3)

أسباب شعور المستهلكين بتحسن أحوالهم المادية هم وأسرهم  
خلال وقت الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة

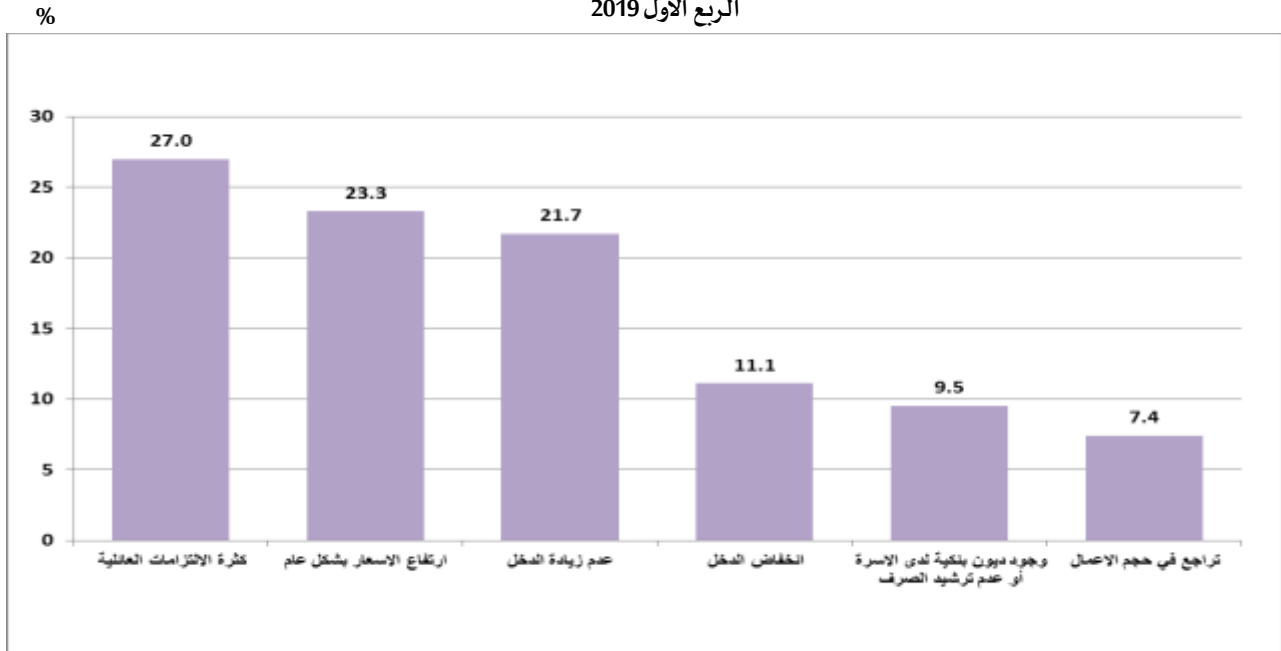


### أسباب الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة:

وعلى الجانب الآخر، وفيما يتعلق بالأسر التي أفادت بسوء حالتها المادية خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة ونسبتهم (11.8%)، فقد جاءت تلك الاجابات نتيجة لما عبرت عنه تلك الأسر من زيادة الالتزامات والأعباء العائلية، بالإضافة إلى ارتفاع الاسعار بشكل عام، وعدم زيادة الدخل، وانخفاض الدخل نتيجة تقليص العلاوات والبدلات والعمل الاضافي وفقدان بعض أفراد الأسر لوظائفهم، ووجود ديون بنكية أو عدم ضبط الصرف أدى الى سوء حالتهم المادية، وبمزيد من التفصيل يوضح الشكل رقم (4) أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالثاني عشر شهرا السابقة. وبحسب البيانات الصادرة عن جهاز التخطيط والإحصاء، عن الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال الربع الأول 2019، فقد بلغ (107.57) نقطة في شهر يناير من عام 2019 مسجلاً انخفاضاً قدره (0.97)% بالمقارنة مع شهر ديسمبر 2018، كما سجل (107.76) نقطة و (107.73) نقطة وذلك لشهري فبراير ومارس من عام 2019 على التوالي.

#### شكل (4)

أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم  
خلال وقت الاستطلاع مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة  
الربع الأول 2019





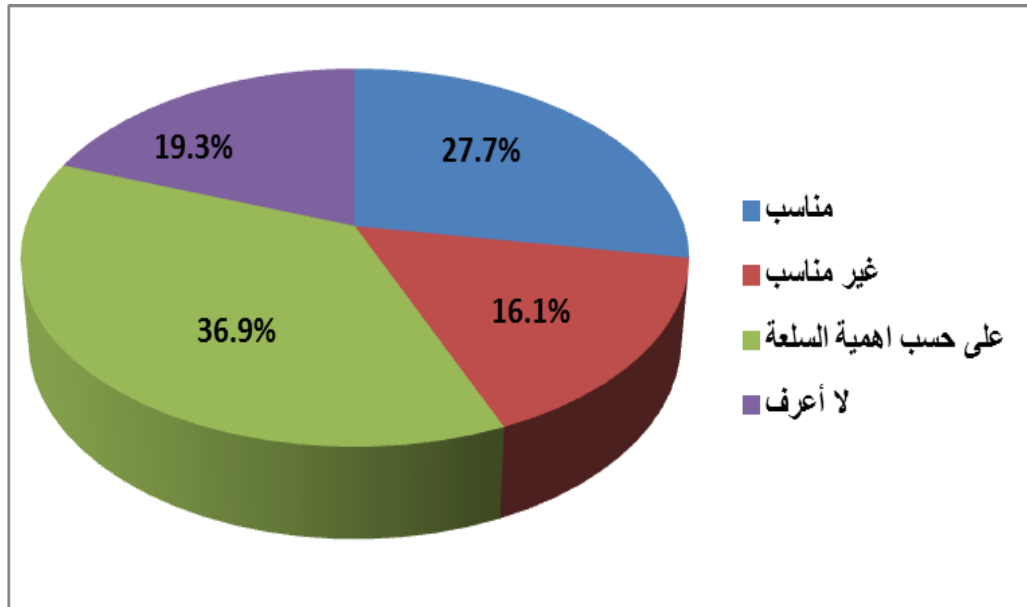
(27.7%) من المستهلكين لديهم الشعور بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

وبسؤال المستهلك حول رؤيته بشأن مدى مناسبة الوقت الحالي للقيام بشراء السلع الاستهلاكية طويلة الأجل (المعمرة) من عدمه، جاءت نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول 2019 لتشير إلى ارتفاع في نسبة المستهلكين الذين أبدوا مناسبة الوقت الحالي لشراء تلك السلع حيث بلغت (27.7%) مقارنة بنحو (27.5%) طبقاً لنتائج استطلاع الرأي في الربع السابق، بينما انخفضت نسبة المستهلكين الذين لا يقومون بشراء تلك السلع طالما ليسوا في حاجة ملحة لها لتبلغ (36.9%) مقارنة بنحو (39.0%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع الرابع 2018، ونلاحظ أن هذه النسبة ما زالت مرتفعة مما يدل على وعي المستهلك في دولة قطر مما انعكس على عدم اقبالهم على شراء السلع المعمرة وترتيبهم لأولويات الشراء.

وعلى الجانب الآخر نجد انخفاضاً في نسبة المستهلكين الذين أفادوا بأن الوقت الحالي أصبح غير مناسب لعملية الشراء حيث بلغت (16.1%) مقارنة بنسبة (16.3%) كانت في الربع الرابع 2018، ومزيد من التوضيح في الشكل رقم (5).

شكل (5)

هل تعتقد أن الوقت الحالي مناسب بصفة عامة للأفراد والمستهلكين لشراء أي من السلع المعمرة (كالأثاث، والتلفزيون، والثلاجة، والغسالة....)؟  
الربع الأول 2019

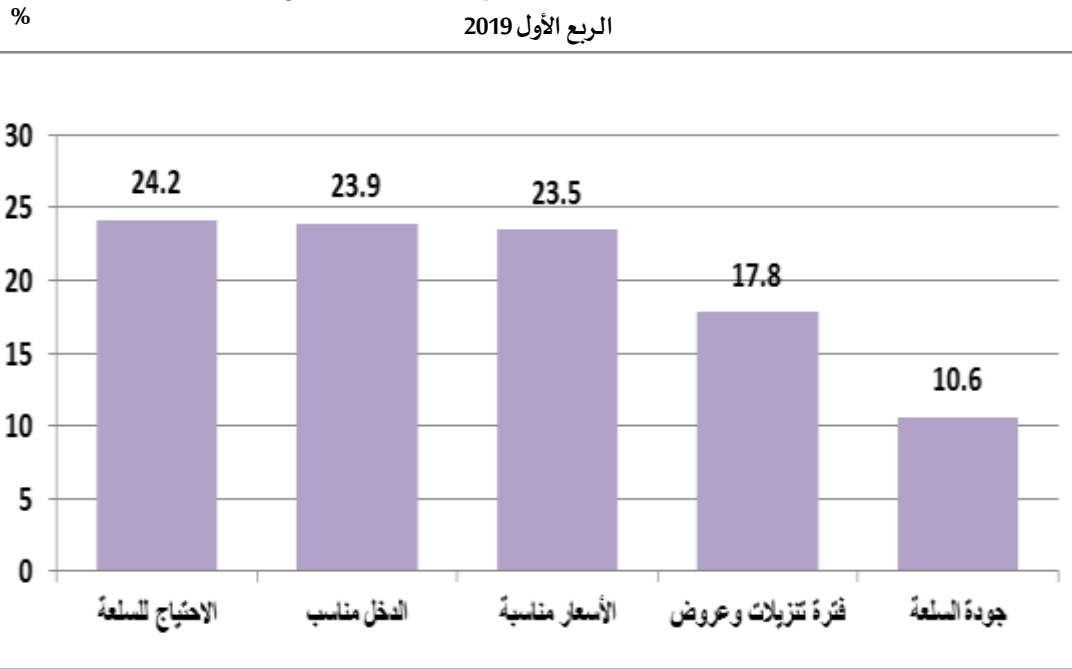


أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بملاءمة الوقت الحالي لشراء السلع المعمرة (27.7%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول 2019 لتشير إلى أن السبب الرئيس هو الاحتياج للسلعة وهو ما عبر عنه نحو (24.2%) ثم مناسبة الدخل بنسبة (23.9%)، وفي المرتبة الثالثة جاء عامل مناسبة الأسعار كسبب في شراء السلع المعمرة بنسبة (23.5%) ونوضح ذلك بمزيد من التفصيل في الشكل رقم (6).

شكل (6)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي مناسب لشراء السلع المعمرة

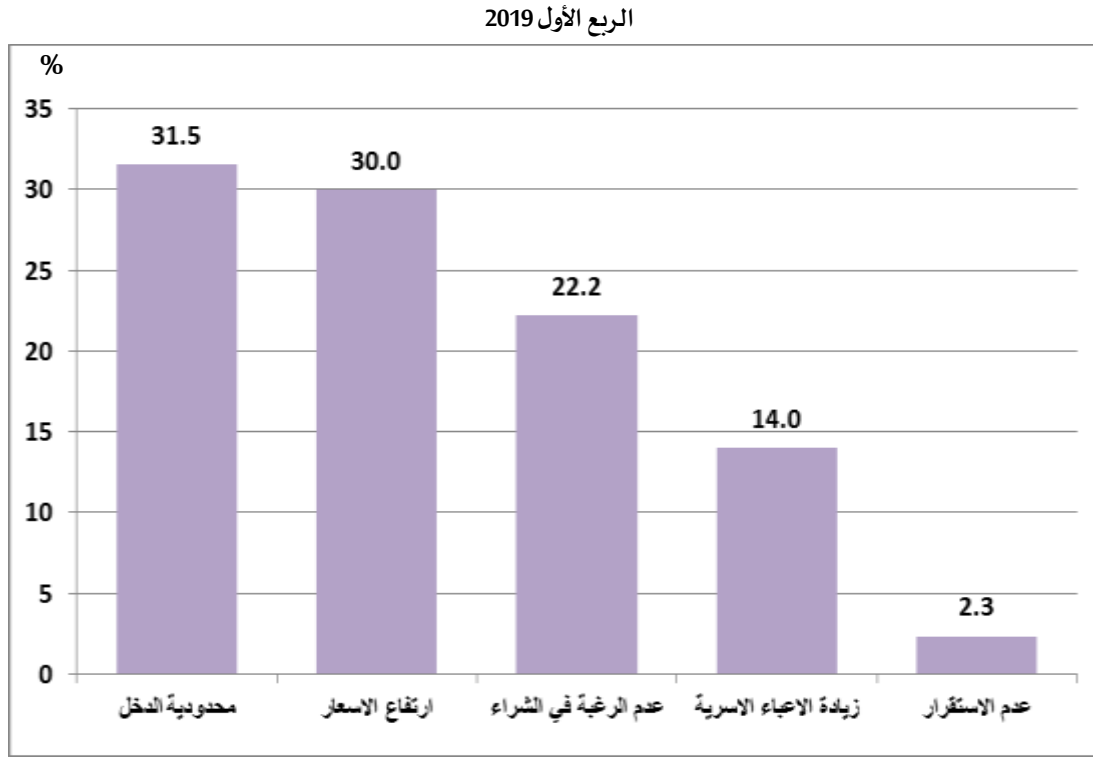


أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة:

وعلى الجانب الآخر، وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء (16.1%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت الإجابات لتعكس أن محدودية الدخل هي أهم تلك الأسباب بنسبة (31.5%)، تليها ارتفاع الأسعار بنسبة (30.0%)، ثم عدم الرغبة في الشراء (22.2%)، ونوضح ذلك بمزيد من التفصيل في الشكل رقم (7).

شكل (7)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي غير مناسب لشراء السلع المعمرة



### استمرار تفاؤل الأسر إزاء الوضع الحالي :

وطبقاً لنتائج الربع الأول 2019 ، ظلت مستويات التفاؤل لدى المستهلكين إزاء الأوضاع الحالية مرتفعة حيث بلغت قيمة المؤشر نحو (174.3) نقطة ، بارتفاع قدره (0.2) نقطة مقارنة بالربع الرابع من عام 2018 ، وبحسب الإفادات المتحصلة من المبحوثين فإن توجهات الحكومة الحكيمة والاعتماد علي المنتج المحلي ودعم مشاريع البنية التحتية وزيادة إنتاج الغاز واكتشاف حقول جديدة وزيادة الاستثمارات الداخلية والخارجية فضلاً عن اكتمال العديد من مشاريع كأس العالم كل ذلك أسهم في زيادة رضا المستهلكين بالإضافة إلى إنتاج صناعات غير بترولية ودوائية جديدة وزيادة الإنتاج الزراعي المحلي وتنوع منشأ السلع المستوردة العالمية متنوعة المصادر ، وتعزيز علاقات التبادل التجاري والاقتصادي ، كما أبدى المبحوثين رضاهم عن توفر فرص العمل في الوقت الحالي مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة .

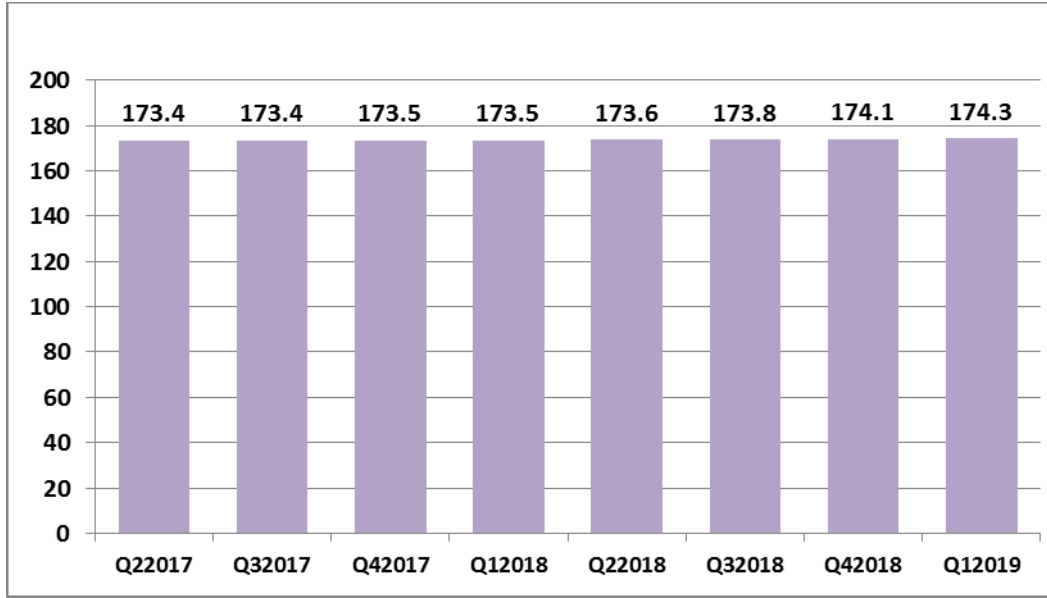
ونوضح مؤشر الوضع الحالي في الشكل (8)

شكل (8)

مؤشر الوضع الحالي

نقطة

الربع الثاني 2017 وحتى الربع الأول 2019



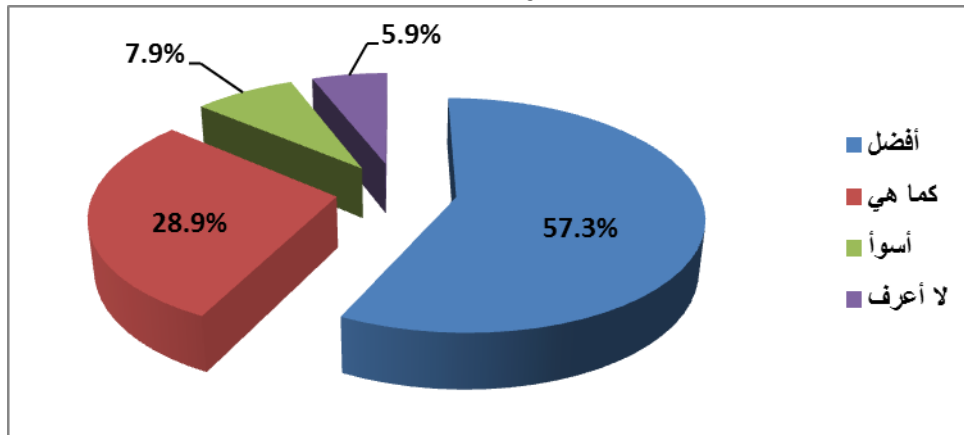
وبسؤال المبحوثين عن الأوضاع الاقتصادية الحالية مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة فقد عبر (57.3%) من المستهلكين عن شعورهم بتحسن الأوضاع الاقتصادية الحالية في دولة قطر ، وعبر (28.9%) أن الأوضاع كما هي ، بينما عبر (7.9%) عن شعورهم بان الأوضاع الاقتصادية أسوأ وذلك بحسب نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول 2019 ، كما في الشكل رقم (9).

شكل (9)

بالنسبة لحالة الاقتصاد الحالية في دولة قطر

هل تعتقد أن الوضع أفضل أم أسوأ أم بقى كما هو مقارنة بالثاني عشر شهراً السابقة؟

الربع الأول 2019

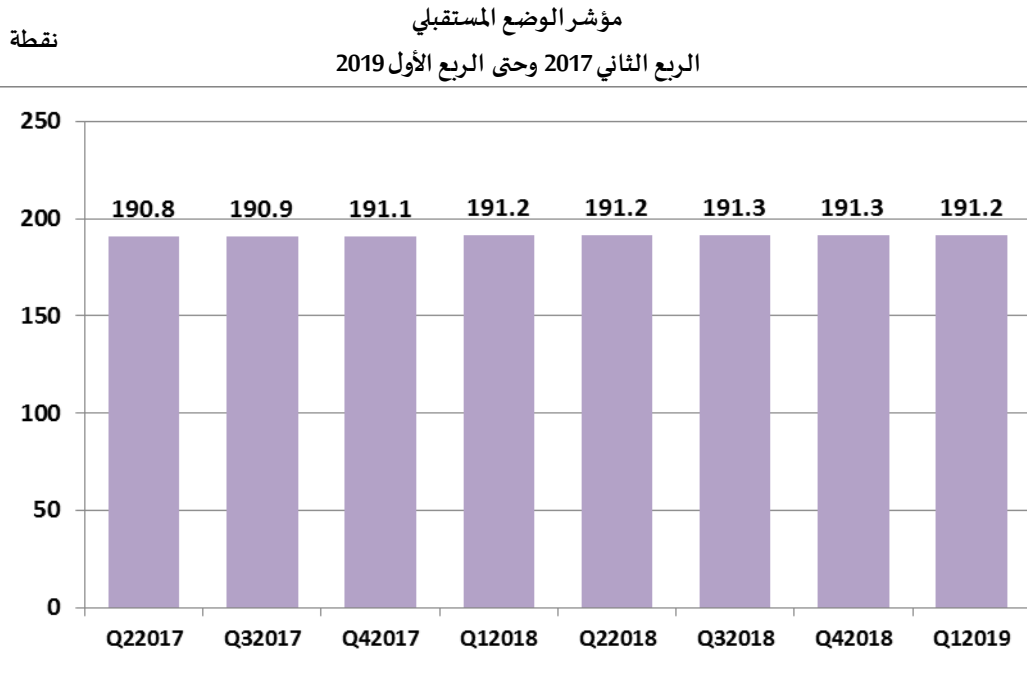


### الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي :

استقر المؤشر الفرعي للوضع المستقبلي خلال الربع الأول 2019 عند (191.2) نقطة بانخفاض طفيف قيمته (0.1) نقطة عن الربع الرابع من عام 2018 ، وقد أبدى أفراد العينة المستجيبة توقعاتهم بزيادة حركة السياحة وبدء تشغيل المترو والانهاء من أغلب مشاريع البنية التحتية ، وتعدد الأنشطة الاقتصادية وتشجيع المستثمرين المحليين وفتح شركات جديدة ، وطرح العديد من المشاريع وفرص العمل على خلفية المشاريع التنموية العديدة واقترب كأس العالم لكرة القدم في قطر عام 2022 ، وبشكل عام كانت التوقعات بكل ما هو أفضل نتيجة لسياسات الدولة .

وتعتبر قيمة المؤشر الأعلى مقارنة بالمؤشرات الفرعية الأخرى المكونة للمؤشر العام لثقة المستهلك كما هو موضح في الشكل رقم (10) .

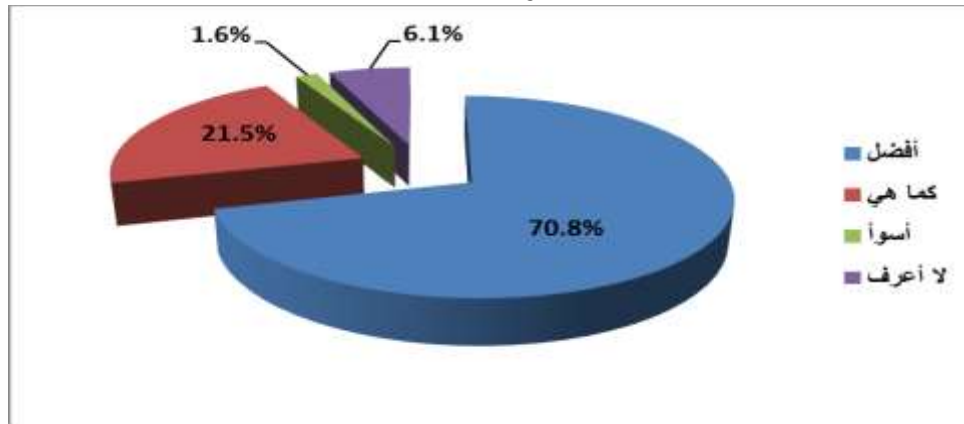
شكل (10)



وطبقاً لآراء المستهلكين في الربع الأول 2019 ، فقد عبر نحو (70.8%) عن توقعاتهم بشأن تحسن الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهراً المقبلة مقارنة بالوقت الحالي (فترة الاستطلاع)، وتوقع نحو (21.5%) بقاء الوضع كما هو عليه دون تغيير ، بينما توقع (1.6%) أن تسوء الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهراً المقبلة مقارنة بالوقت الحالي كما هو موضح بالشكل رقم (11).

شكل (11)

هل تتوقع أن تكون الحالة الاقتصادية في دولة قطر  
أفضل أم أسوأ أم تبقى كما هي خلال الاثني عشر شهراً المقبلة مقارنة بالوقت الحالي؟  
الربع الأول 2019



خطة الأسرة المستقبلية لشراء مركبة جديدة :

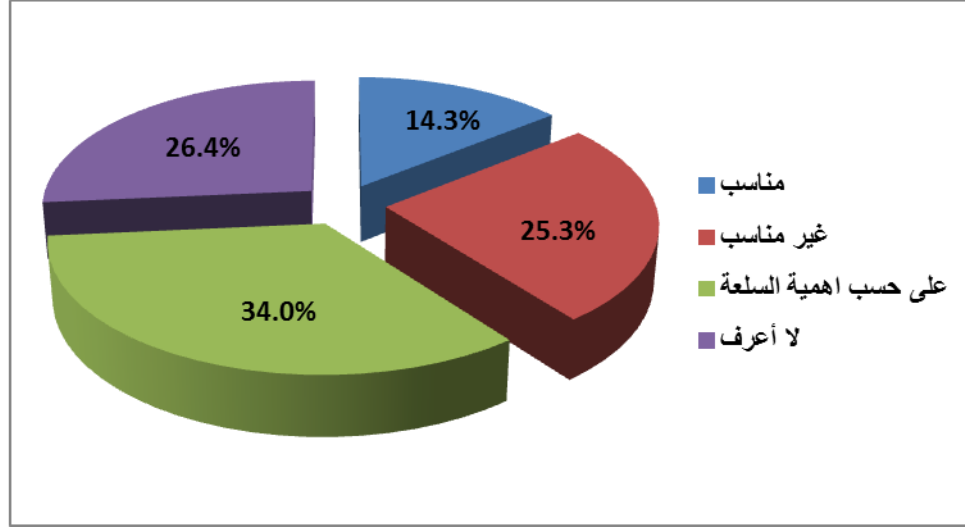
وحول مدى ملاءمة الاثني عشر شهراً المقبلة للقيام بشراء مركبة جديدة، جاءت نتائج استطلاع الراي في الربع الأول 2019 لتشير إلى أن نسبة المستهلكين الذين لديهم اعتقاد بأن الوقت مناسب للقيام بعملية الشراء بلغت (14.3%) مقارنة بنحو (13.9%) كانت في الربع الرابع 2018 .

وأعلنت نسبة كبيرة ممن يرون مناسبة الوقت لعملية الشراء، عن حاجتهم لسيارات جديدة ، أو رغبتهم في استبدال سياراتهم الحالية ، بالإضافة الى انخفاض أسعار المركبات ، في ظل وجود الدخل الجيد .

في الوقت نفسه، عبر نحو (25.3%) من المستهلكين الذين تم استطلاع آراءهم خلال الربع الأول 2019 عن اعتقادهم بان الوقت غير مناسب مقارنة بما نسبته (25.4%) كانت في الربع السابق ، و أفادت بعض الأسر بأن كثرة الإلتزامات العائلية وزيادة مصاريف المعيشة لا تمكنهم من شراء سيارة حالياً ، وكذلك انخفاض مستوى الدخل وعدم الاستقرار الوظيفي كان السبب لدى أسر أخرى ، ومزيد من التفاصيل في الشكل رقم (12).

شكل (12)

هل تعتقد أن فترة الاثني عشر شهراً المقبلة ستكون مناسبة  
لشراء سيارة مثل (سيارة خفيفة، سيارة فان، سيارة دفع رباعي..)؟  
الربع الأول 2019



توقعات المستهلكين بشأن الأسعار المستقبلية :

ومن واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول 2019 ، توقع نحو (48.1%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بشكل عام خلال فترة الاثني عشر شهراً التالية للاستطلاع بينما كانت تلك النسبة (49.2%) بحسب نتائج استطلاع الرأي في الربع الرابع 2018 مسجلة انخفاضاً قدره (-1.1%) ، بينما توقع (36.1%) أن تظل الأسعار كما هي مقارنة بنسبة (38.5%) كانت في الربع الرابع 2018 ، ومزيد من التفاصيل في الشكل رقم (13).

وجاءت توقعات المستهلكين لمعدلات الزيادة في الأسعار على النحو التالي : توقع (35.6%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بنسبة تتراوح بين (1% - 5%) ، وتوقع نحو (44.3%) زيادة الأسعار بنسبة تتراوح بين (6% - 10%) ؛ بينما توقع نحو (20.1%) ارتفاع الأسعار بأكثر من (10%) مقارنة بنحو (36.6%) و(42.2%) و(21.2%) من واقع نتائج الربع الرابع 2018 على التوالي .

شكل (13)

بالنسبة للأسعار بصفة عامة، هل تتوقع أن تكون أعلى أم أقل أم تبقى كما هي خلال الاثني عشر شهراً المقبلة مقارنة بالوقت الحالي؟

الربع الأول 2019

