جهـــــاز التخطيـــــط والإحصـــــاء
Planning and Statistics Authority
State of Qatar • دولـــة قطـــر

مؤشر ثقة المستهلك لدولة قطر

الربع الأول
(يناير – مارس) 2023

سلسلة المؤشرات التنموية

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
المنهجية	٣
نبذة عن المسح	4
مؤشر ثقة المستهلك	5
الشعور بتحسن الحالة المادية للأسرة	6
الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة	7
شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة	8
أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة	9
أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة	10
الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع الحالي	10
الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي	12
خطة الأسرة المستقبلية لشراء مركبة جديدة	13
توقعات المستهلكين بشأن الأسعار المستقبلية	14

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 رئيسين تتفرع منهما خمسة أسئلة على النحو التالي:

١: مؤشر الوضع الحالي ويتكون من:

- تقييم المبحوثين للوضع الحالي للاقتصاد.
- تقييم المبحوثين لفرص العمل والتشغيل الحالية.

٢: 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(٠ – ٢٠٠). حيث يبلغ المؤشر حده الأقصى من الايجابية عند (200) نقطة إذا كانت آراء جميع المبحوثين إيجابية، ويبلغ المؤشر مستوى الحياد (١٠٠) نقطة عندما تتساوى الآراء الإيجابية مع الآراء السلبية. أما قيمة المؤشر الأقل من (١٠٠) نقطة فتشير إلى حالة تقييم سلبية للأوضاع الاقتصادية لدولة قطر.

الوضع الحالي: وجهة نظر المبحوث تجاه قضية معينة خلال وقت الاستطلاع مقارنةً 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:

١. الأسر القطرية.
٢. 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. وقد تم تحديث إطار وحدات المعاينة الأولية المحددة قبل العد الفعلي من الإطار العام لتعداد ٢٠٢٠.

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 ٢٠٢٠. وقد أخذ جهاز التخطيط والإحصاء بالاعتبار مناطق جغرافية صغيرة تسمى مربعات العد وهي مناطق العد المستخدمة في التعداد. ومن هذه المناطق تم إنشاء 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 إلى توفير تقديرات موثوقة عن أفراد الأسر المعيشية القطرية، وكذلك تقديم تقديرات موثوقة لأفراد الأسر المعيشية غير القطرية".

حجم العينة:

حجم العينة المستهدفة يقدر بحوالي 7040 أسرة معيشية للعام الكامل حيث يتم تغطية ربع العينة الكلية في كل فصل.

جمع البيانات:

قسمت العينة إلى أجزاء متساوية يتم تجميعها كل شهر ، يتم جمع ١/٣ 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 2023

مؤشر ثقة المستهلك:

بلغت قيمة مؤشر ثقة المستهلك في الربع الأول ٢٠٢٣ (177.0) نقطة بانخفاضٍ قدره (2.9) نقطة عن الربع الرابع من عام 2022، وبانخفاض قدره (4.1) نقطة مقارنة مع الربع الأول من العام السابق، كما هو موضح في الشكل رقم (1).

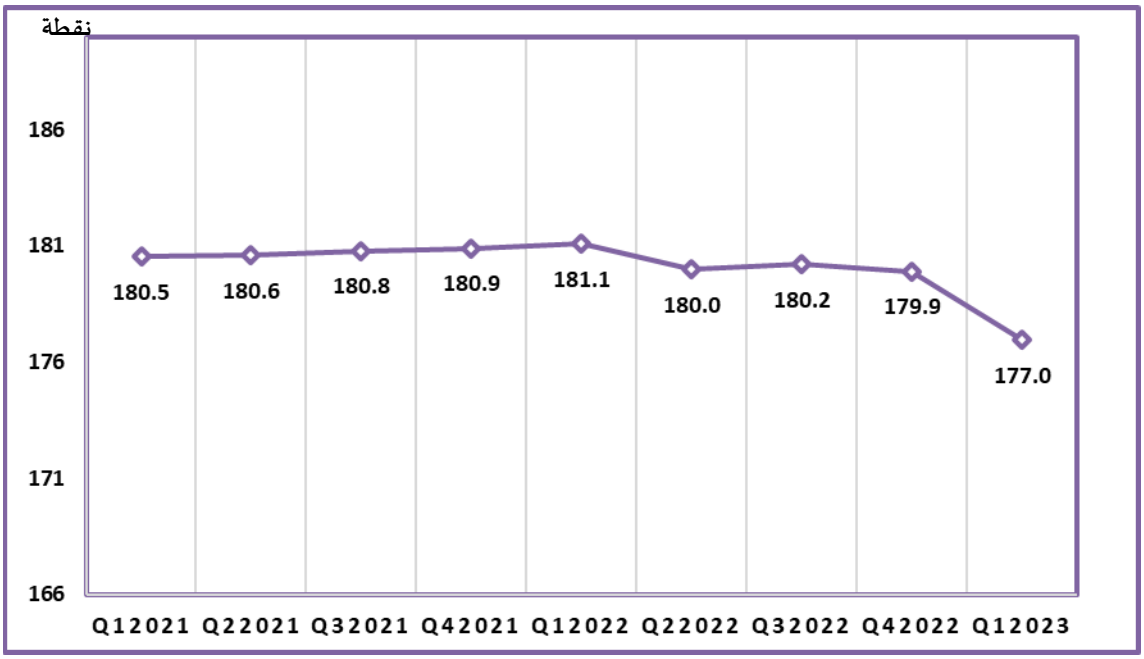
وقد ظل المؤشر عند مستويات إيجابية مرتفعة نتيجة تعبير المستجيبين عن ارتفاع مستوى تفاؤلهم إزاء الأوضاع الحالية والمستقبلية خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٣ وهو ما يعكس استمرار ثقة المستهلكين إزاء الأوضاع الاقتصادية في الدولة.

كما نلاحظ بصورة عامة ارتفاع مستويات الثقة بالأداء الاقتصادي للدولة، حيث نجد قيمة المؤشر منذ دورته الأولى (الربع الثالث ٢٠١٣) 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 (٠ - ٢٠٠) نقطة حيث يبلغ المؤشر حده الأقصى (٢٠٠) إذا كانت آراء جميع المبحوثين إيجابية.

التغير في مؤشرات ثقة المستهلك
بين الربعين الرابع ٢٠٢٢ والأول ٢٠٢٣

مؤشر ثقة المستهلك
-2.9
مؤشر الوضع الحالي
-2.1
مؤشر الوضع المستقبلي
-3.5

شكل (١)
مؤشر ثقة المستهلك
الربع الأول 2021 وحتى الربع الأول ٢٠٢٣



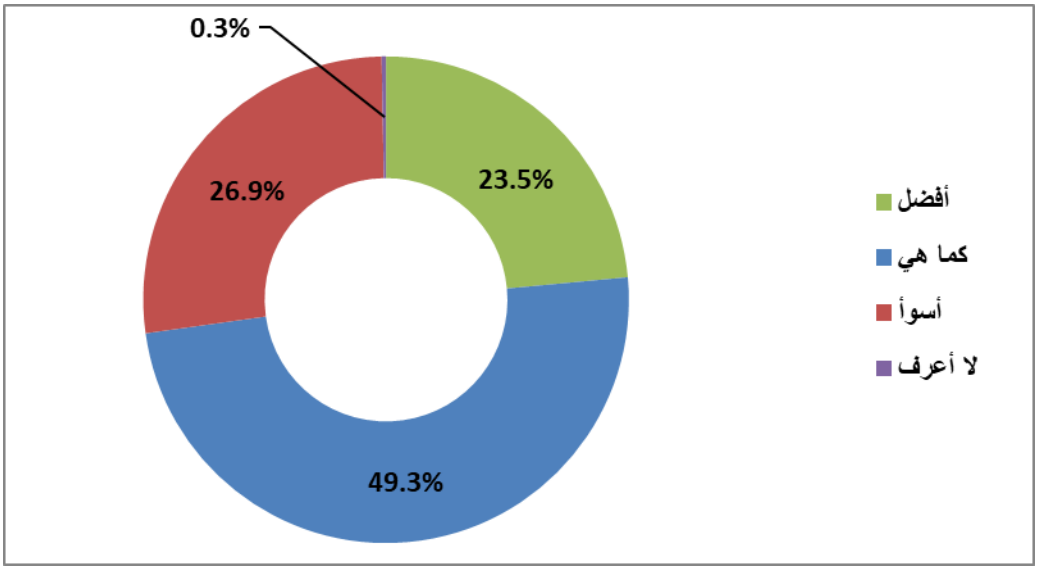
(23.5 %) من الأسر لديهم شعور بتحسن حالتهم المادية في الربع الأول ٢٠٢٣

وبسؤال المستهلك عن تقييمه لحالته المادية هو وأسرته خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة، أظهرت نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول ٢٠٢٣ أن ما نسبته (23.5%) من العينة المستجيبة يشعرون بتحسن في حالتهم المادية مقارنة بنحو (21.3%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع السابق ، في الوقت الذي أشار (26.9%) بسوء حالتهم المادية مقارنة بنحو (31.1%) كانت في الربع السابق ، فيما أبدت (49.3%) من الأسر المستجيبة شعورها بعدم تغير حالتهم المادية خلال الربع الأول ٢٠٢٣ مقارنة بنحو (46.6%) كانت في الربع السابق، وأفاد (0.3%) بـ"لا أعرف" مقارنة بنحو (1.0%) كانت في الربع السابق كما في الشكل (٢).

شكل (٢)

هل تعتقد أن حالتك المادية أنت وأسرتك أفضل أم أسوأ أم بقيت كما هي خلال الوقت الحالي مقارنةً بالاثني عشر شهراً السابقة ؟

الربع الأول ٢٠٢٣



أسباب الشعور بتحسن الحالة المادية للأسرة:

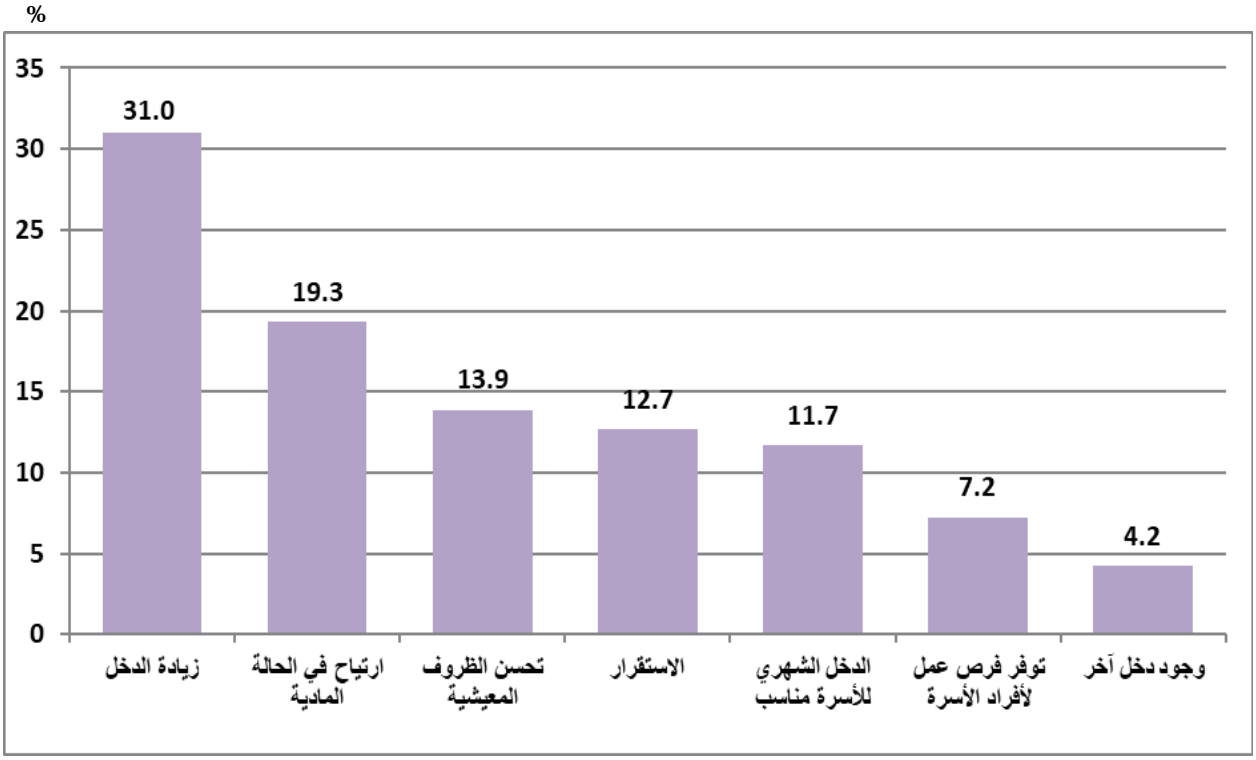
تمثلت أهم الأسباب الرئيسة لشعور بعض الأسر بتحسن حالتهم المادية والبالغ نسبتهم (23.5%) باستطلاع الرأي في الربع الأول ٢٠٢٣ في زيادة الدخل بنسبة (31.0%) من مجموع الذين أفادوا بتحسن حالتهم المادية، يليه الارتياح في الحالة المادية بنسبة (19.3%) ثم تحسن الظروف المعيشية للأسرة بنسبة (13.9%)، وذلك خلال الاثني عشر شهراً السابقة، وجدير بالذكر أن قرار حضرة صاحب السمو أمير البلاد المفدى بزيادة المعاشات التقاعدية وزيادة راتب الأرامل كان له أثر كبير في تحسن الحالة المادية للأسر، وبمزيد من التفصيل يوضح الشكل رقم (٣) أسباب شعور المستهلكين بتحسن أحوالهم المادية هم وأسرهم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهرا السابقة.

شكل (٣)

أسباب شعور المستهلكين بتحسن أحوالهم المادية هم وأسرهم

خلال وقت الاستطلاع مقارنةَ بالاثني عشر شهراً السابقة

الربع الأول ٢٠٢٣



أسباب الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة:

وعلى الجانب الآخر، وفيما يتعلق بالأسر التي أفادت بسوء حالتها المادية خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة والبالغ نسبتهم (26.9%)، فقد جاءت تلك الاجابات نتيجة لما عبرت عنه تلك الأسر من ارتفاع الأسعار بشكل عام، يليه كثرة الالتزامات والأعباء العائلية، ثم عدم زيادة الدخل، وبمزيد من التفصيل يوضح الشكل رقم (٤) أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهرا السابقة.

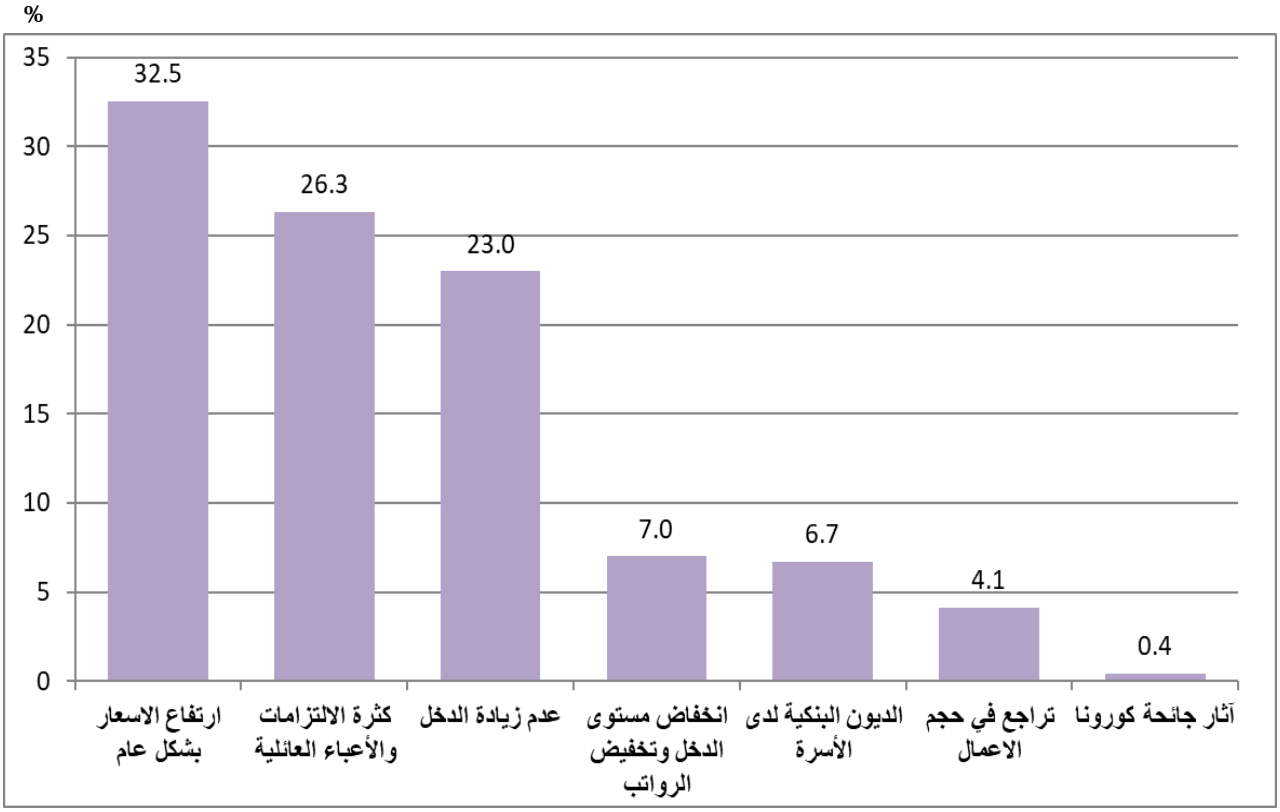
وبحسب البيانات الصادرة عن جهاز التخطيط والإحصاء، عن الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال الربع الأول 2023، فقد بلغ (105.40) نقطة في شهر يناير من عام 2023 مسجلاً انخفاضاً بنسبة (2.59%) مقارنة مع الشهر السابق ديسمبر ٢٠٢٢، كما سجل (105.34) نقطة و (105.55) نقطة وذلك لشهري فبراير ومارس من عام 2023 على التوالي.

شكل (٤)

أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم

خلال وقت الاستطلاع مقارنةً بالاثني عشر شهراً السابقة

الربع الأول ٢٠٢٣



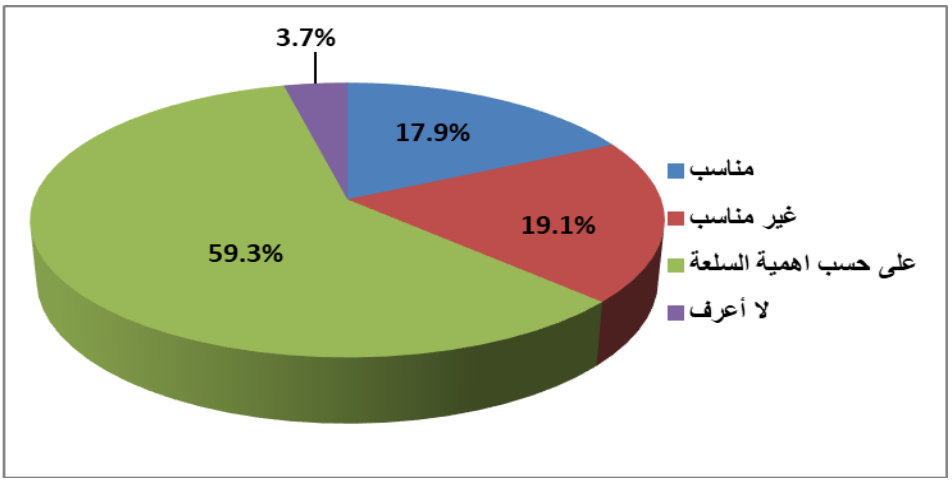
(17.9%) من المستهلكين لديهم الشعور بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

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 ٢٠٢٣ لتشير إلى ارتفاع نسبة المستهلكين الذين أبدوا مناسبة الوقت الحالي لشراء تلك السلع حيث بلغت (17.9%) مقارنة بنحو (14.5%) طبقا لنتائج استطلاع الرأي في الربع السابق ، كما ارتفعت نسبة المستهلكين الذين لا يقومون بشراء تلك السلع طالما ليسوا في حاجة ملحة لها لتبلغ (59.3%) مقارنة بنحو(58.3%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع السابق، ونلاحظ بصورة عامة ارتفاع هذه النسبة مما يدل على وعي المستهلكين في دولة قطر مما انعكس على عدم إقبالهم على شراء السلع المعمرة وترتيبهم لأولويات الشراء .

وعلى الجانب الآخر نجد انخفاض في نسبة المستهلكين الذين أفادوا بأن الوقت الحالي أصبح غير مناسب لعملية الشراء حيث بلغت (19.1%) مقارنة بنسبة (20.5%) كانت في الربع السابق، بينما أجاب (3.7%) بلا أعرف، ومزيد من التوضيح في الشكل رقم (٥).

شكل (٥)

هل تعتقد أن الوقت الحالي مناسب بصفة عامة للأفراد والمستهلكين
لشراء أي من السلع المعمرة (كالأثاث، والتلفزيون، والثلاجة، والغسالة.....)؟
الربع الأول ٢٠٢٣

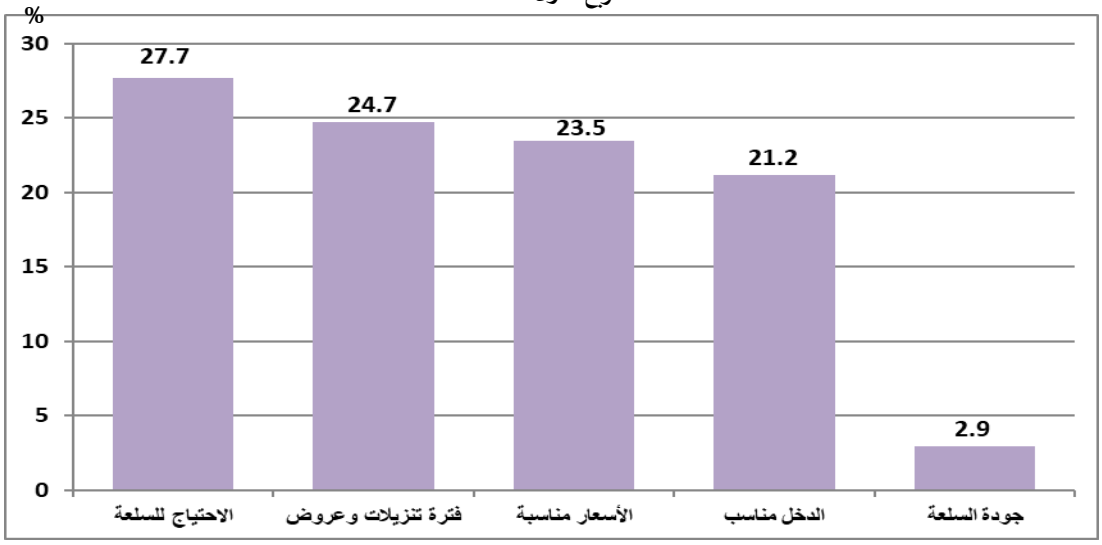


أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بملاءمة الوقت الحالي لشراء السلع المعمرة والبالغ نسبتهم (17.9%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول ٢٠٢٣ لتشير إلى أن السبب الرئيس هو "الاحتياج للسلعة" بنسبة (27.7%) ثم التنزيلات والعروض بنسبة (24.7%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت مناسبة الأسعار كسبب في شراء السلع المعمرة وبنسبة (23.5%)، ونوضح ذلك بمزيد من التفصيل في الشكل رقم (6).

شكل (٦)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي مناسب لشراء السلع المعمرة
الربع الأول ٢٠٢٣



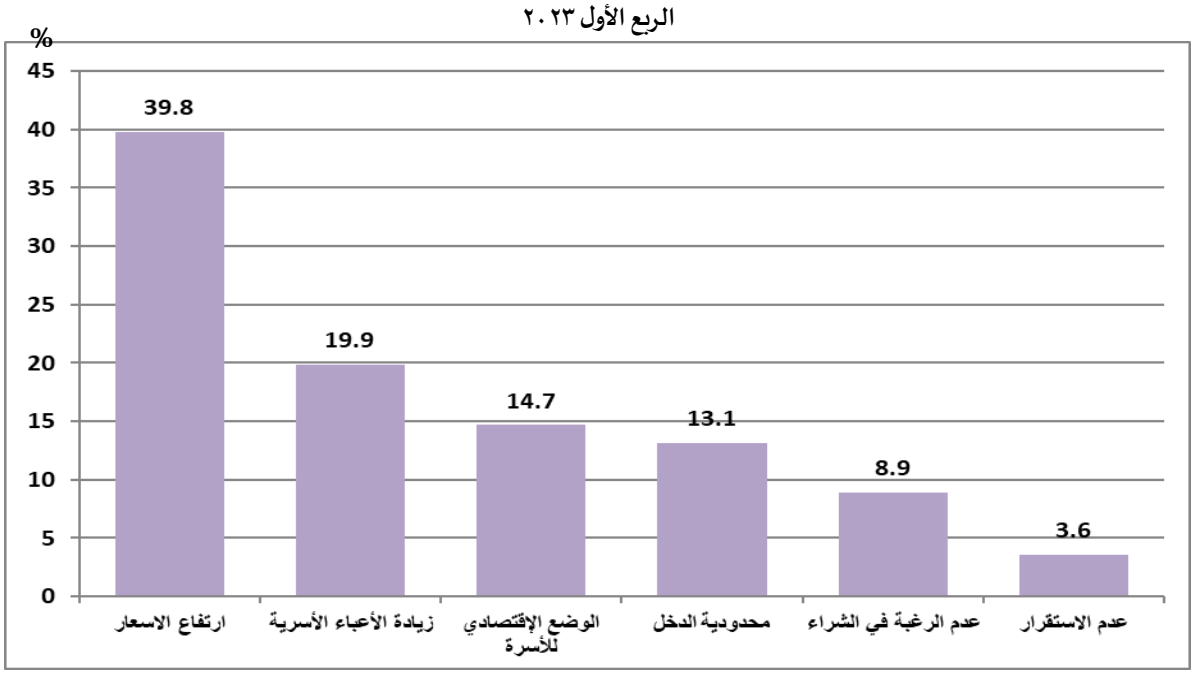
أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة:

وعلى الجانب الآخر، وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء والبالغ نسبتهم (19.1%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت الإجابات لتعكس أن "ارتفاع الأسعار" هو أهم تلك الأسباب وبنسبة (39.8%) من مجموع الأفراد الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء، يليه "زيادة الأعباء الأسرية" بنسبة (19.9%)، ثم "الوضع الاقتصادي للأسرة" بنسبة (14.7%)، ومزيد من التفصيل في الشكل رقم (7).

شكل (٧)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي غير مناسب لشراء السلع المعمرة

الربع الأول ٢٠٢٣



استمرار تفاؤل الأسر إزاء الوضع الحالي:

وطبقاً لنتائج الربع الأول ٢٠٢٣، ظلت مستويات التفاؤل لدى المستهلكين إزاء الأوضاع الحالية مرتفعة حيث بلغت قيمة المؤشر نحو (167.5) نقطة، بانخفاضٍ قدره (2.1) نقطة مقارنة بالربع السابق وقد ظل المؤشر عند مستويات مرتفعة، وبحسب الإفادات المتحصلة من المبحوثين فإن الإجراءات الجيدة من أصحاب القرار وازدياد النشاط السياحي وتشطيب المشاريع المتعلقة بالطرق والجسور والازدهار الاقتصادي، فضلاً عن التنظيم الجيد لكأس العالم ٢٠٢٢ ، بالإضافة إلى اهتمام الدولة بالمواطنين والمقيمين ومراعاة احتياجاتهم وتحسين أوضاعهم تجعلهم يشعرون بالرضا إزاء الأوضاع الحالية، كما أبدى المبحوثين رضاهم عن توفر فرص العمل في الوقت الحالي مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة.

ونوضح مؤشر الوضع الحالي في الشكل (8)

شكل (8)

مؤشر الوضع الحالي

الربع الأول 2021 وحتى الربع الأول ٢٠٢٣

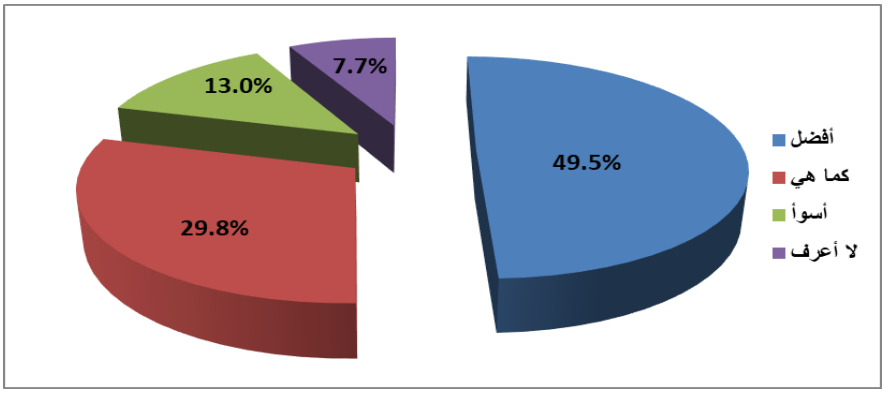
وبسؤال المبحوثين عن الأوضاع الاقتصادية الحالية مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة فقد عبر (49.5%) من المبحوثين عن شعورهم بتحسن الأوضاع الاقتصادية الحالية في دولة قطر، وعبر (29.8%) أن الاوضاع كما هي، بينما عبر (13.0%) عن شعورهم بأن الأوضاع الاقتصادية أسوأ، وأجاب (7.7%) ب "لا أعرف" وذلك بحسب نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول ٢٠٢٣، كما في الشكل رقم (9).

شكل (9)

بالنسبة لحالة الاقتصاد الحالية في دولة قطر

هل تعتقد أن الوضع أفضل أم أسوأ أم بقي كما هو مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة؟

الربع الأول ٢٠٢٣



الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي:

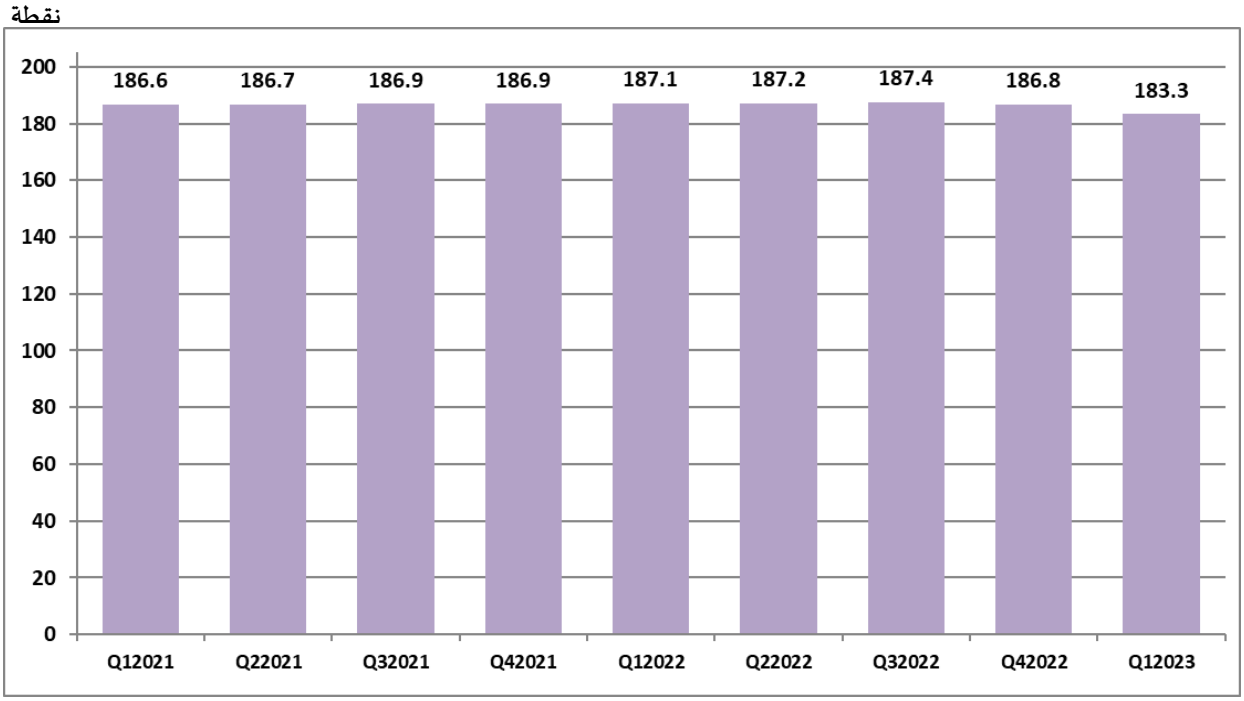
استقر المؤشر الفرعي للوضع المستقبلي خلال الربع الأول ٢٠٢٣ عند (183.3) نقطة بانخفاضٍ قدره (3.5) نقطة مقارنة بالربع السابق ، وظل المؤشر عند مستويات مرتفعة من التفاؤل ، وقد أبدى أفراد العينة المستجيبة توقعاتهم بنمو وازدهار الاقتصاد مع توفر فرص العمل والتطور العمراني والمشاريع التنموية ودعم قطاع الصناعة والاستقرار العام والأمن والأمان والانتعاش السياحي، وعودة الشركات المتوقفة للعمل بعد السيطرة على وباء كورونا، بالإضافة إلى التنظيم الجيد لكأس العالم في قطر2022 وما سيترتب عليه من رواج سياحي، وبشكل عام كانت التوقعات بكل ما هو أفضل.

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

شكل (10)

مؤشر الوضع المستقبلي

الربع الأول 2021 وحتى الربع الأول ٢٠٢٣



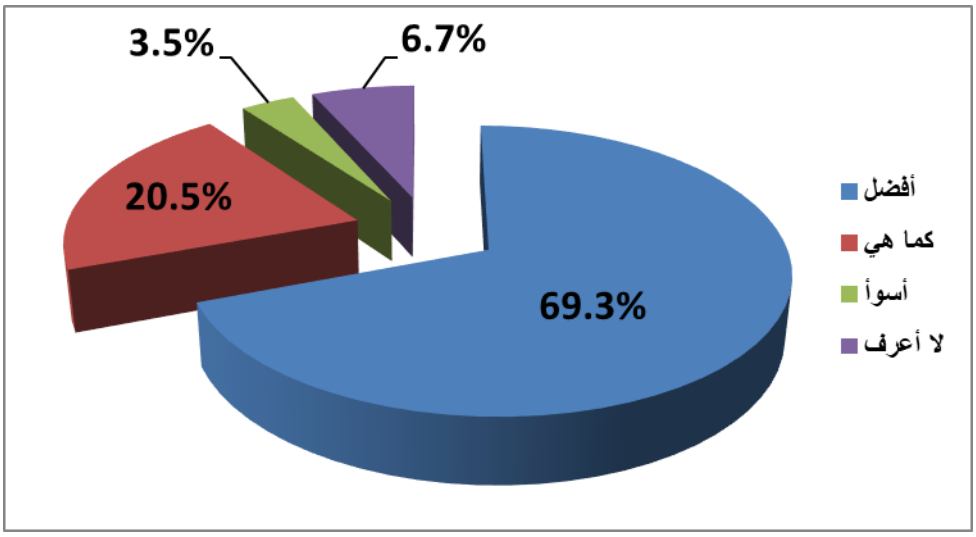
وطبقا لآراء المستهلكين في الربع الأول ٢٠٢٣، فقد عبر نحو (69.3%) عن توقعاتهم بشأن تحسن الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي (فترة الاستطلاع)، وتوقع نحو (20.5%) بقاء الوضع كما هو عليه دون تغيير، بينما توقع (3.5%) أن تسوء الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي، وأجاب (6.7%) بلا أعرف، كما هو موضح بالشكل رقم (11).

شكل (11)

هل تتوقع أن تكون الحالة الاقتصادية في دولة قطر

أفضل أم اسوأ أم تبقى كما هي خلال الاثني عشر شهراً المقبلة مقارنة بالوقت الحالي؟

الربع الأول ٢٠٢٣

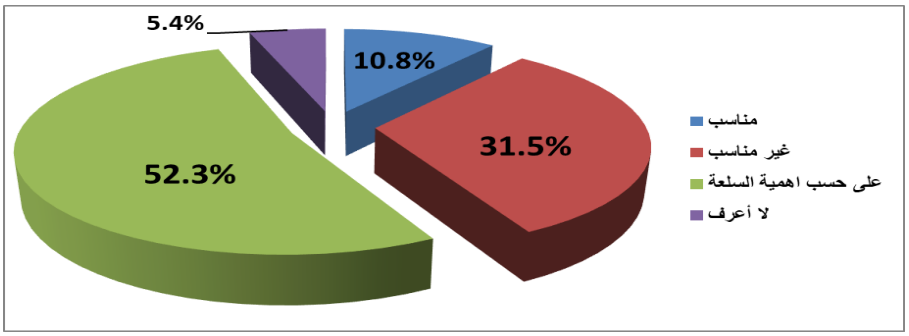


خطة الأسرة المستقبلية لشراء سيارة جديدة:

وحول مدى ملاءمة الاثني عشر شهرا المقبلة للقيام بشراء سيارة جديدة، جاءت نتائج استطلاع الراي في الربع الأول ٢٠٢٣ لتشير إلى أن نسبة المستهلكين الذين لديهم اعتقاد بأن الوقت مناسب للقيام بعملية الشراء بلغت (10.8%) مقارنة بنحو (8.5%) كانت في الربع السابق، وأوضحت نسبة كبيرة ممن يرون مناسبة الوقت لعملية الشراء نظراً لحاجتهم لسيارات جديدة أو لرغبتهم في استبدال سياراتهم الحالية، بالإضافة إلى مناسبة أسعار السيارات، والدخل الجيد. ونجد (52.3%) من المستهلكين لا يقومون بشراء سيارة طالما ليسوا في حاجة لها مقارنة بنحو (53.3%) كانت في الربع السابق، في الوقت نفسه عبر نحو (31.5%) من المستهلكين الذين تم استطلاع رأيهم خلال الربع الأول ٢٠٢٣ عن اعتقادهم بأن الوقت غير مناسب مقارنة بما نسبته (31.9%) كانت في الربع السابق، وأفادت بعض الأسر بأن ارتفاع أسعار السيارات وانخفاض مستوى الدخل وكثرة الالتزامات العائلية وارتفاع الرسوم الدراسية ووجود قروض لدى البعض لا تمكنهم من شراء سيارة حالياً، وأجاب (5.4%) بلا أعرف، ومزيد من التفاصيل في الشكل رقم (١٢).

شكل (12)

هل تعتقد أن فترة الاثني عشر شهراً المقبلة ستكون مناسبة
لشراء سيارة مثل (سيارة خفيفة، سيارة فان، سيارة دفع رباعي ..)؟
الربع الأول ٢٠٢٣

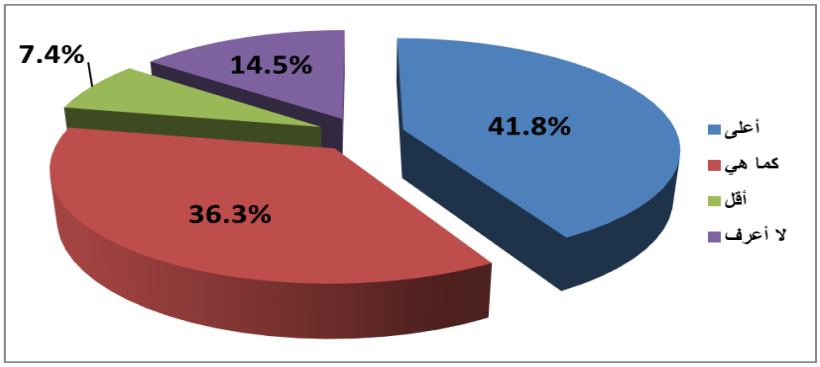


توقعات المستهلكين بشأن الأسعار المستقبلية:

ومن واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع الأول ٢٠٢٣، توقع نحو (41.8%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بشكل عام خلال فترة الاثني عشر شهرا التالية للاستطلاع بينما كانت تلك النسبة (37.4%) بحسب نتائج الربع السابق، وتوقع (36.3%) أن تظل الأسعار كما هي مقارنة بنسبة (43.5%) للربع السابق، بينما توقع (7.4%) انخفاض الأسعار مقارنة بنسبة (5.0%) كانت في الربع السابق، وأجاب (14.5%) بلا أعرف، ومزيد من التفاصيل في الشكل رقم (١٣).

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 ٢٠٢٣



وجاءت توقعات المستهلكين لمعدلات الزيادة في الأسعار على النحو التالي: توقع (12.7%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بنسبة تتراوح بين (١% - ٥%)، وتوقع نحو (32.7%) زيادة الأسعار بنسبة تتراوح بين (٦% - ١٠%)؛ بينما توقع نحو (54.6%) ارتفاع الأسعار بأكثر من (١٠%) مقارنة بنحو (15.9%) و(27.6%) و(56.5%) من واقع نتائج الربع السابق على التوالي.