جهاز التخطيط والإحصاء
Planning and Statistics Authority

مؤشر ثقة المستهلك لدولة قطر

الربع الثاني ٢٠٢٢

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.

لمزيد من المعلومات حول المنهجية، يرجى الاطلاع على العدد الأول.

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 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 ٦٤٠٠ 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 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، يونيو ٢٠٢٢

مؤشر ثقة المستهلك:

بلغت قيمة مؤشر ثقة المستهلك في الربع الثاني ٢٠٢٢ (١٨٠,٠) نقطة بانخفاضٍ قدره (١,١) نقطة عن الربع الأول من العام نفسه، وبانخفاض قدره (٠,٦) نقطة عن الربع الثاني من عام ٢٠٢١، 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 الثاني من عام ٢٠٢٢ وهو ما يعكس استمرار ثقة المستهلكين ازاء 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.

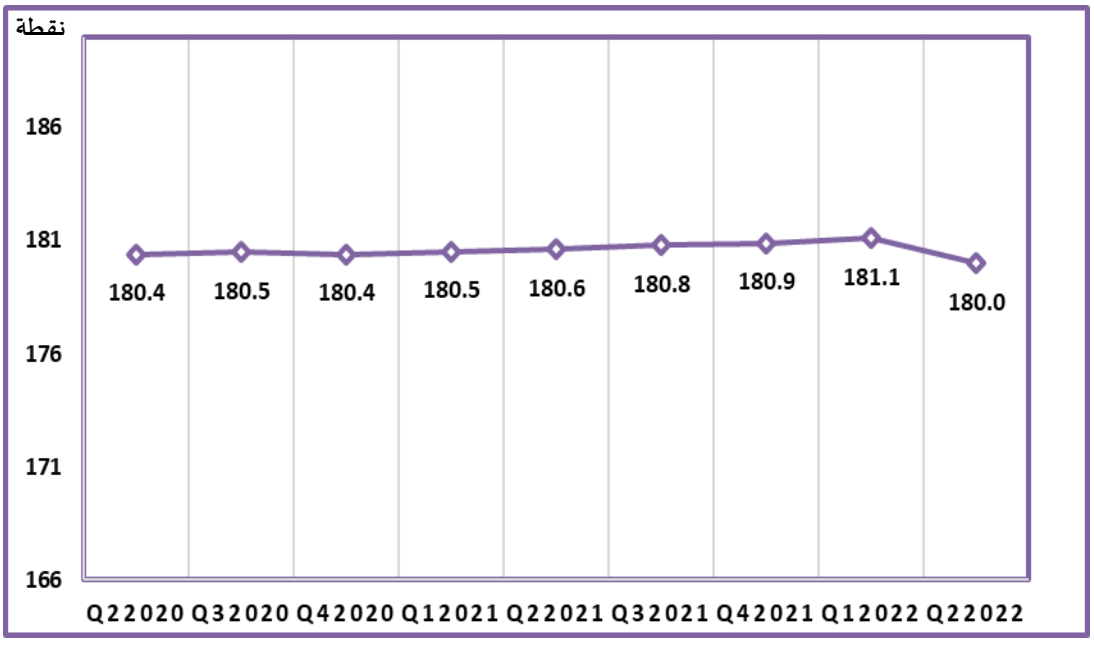
التغير في مؤشرات ثقة المستهلك
بين الربعين الأول والثاني ٢٠٢٢

مؤشر ثقة المستهلك
-١,١

مؤشر الوضع الحالي
-٢,٩

مؤشر الوضع المستقبلي
٠,١

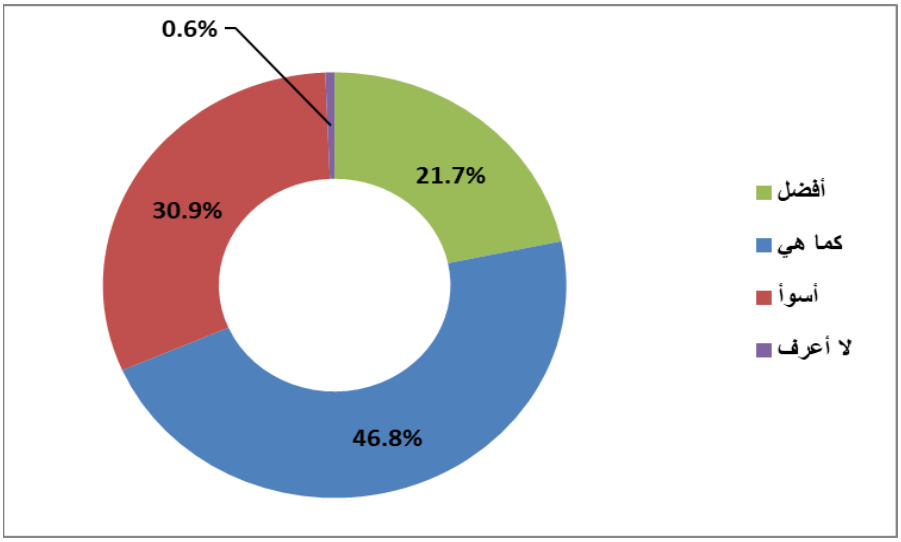
شكل (١)
مؤشر ثقة المستهلك
الربع الثاني ٢٠٢٠ وحتى الربع الثاني ٢٠٢٢



(٢١,٧ %) من الأسر لديهم شعور بتحسن حالتهم المادية في الربع الثاني ٢٠٢٢

وبسؤال المستهلك عن تقييمه لحالته المادية هو وأسرته خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة، أظهرت نتائج استطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢ أن ما نسبته (٢١,٧%) من العينة المستجيبة يشعرون بتحسن في حالتهم المادية مقارنة بنحو (١٨,٠%) من واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع السابق ، في الوقت الذي أشار (٣٠,٩%) بسوء حالتهم المادية مقارنة بنحو (٣٠,٦%) كانت في الربع السابق ، فيما أبدت (٤٦,٨%) من الاسر المستجيبة شعورها بعدم تغير حالتهم المادية خلال الربع الثاني ٢٠٢٢ مقارنة بنحو (٥١,١%) كانت في الربع السابق، وأفاد (٠,٦%) بـ"لا أعرف" مقارنة بنحو (٠,٢%) 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 الثاني ٢٠٢٢



أسباب الشعور بتحسن الحالة المادية للأسرة:

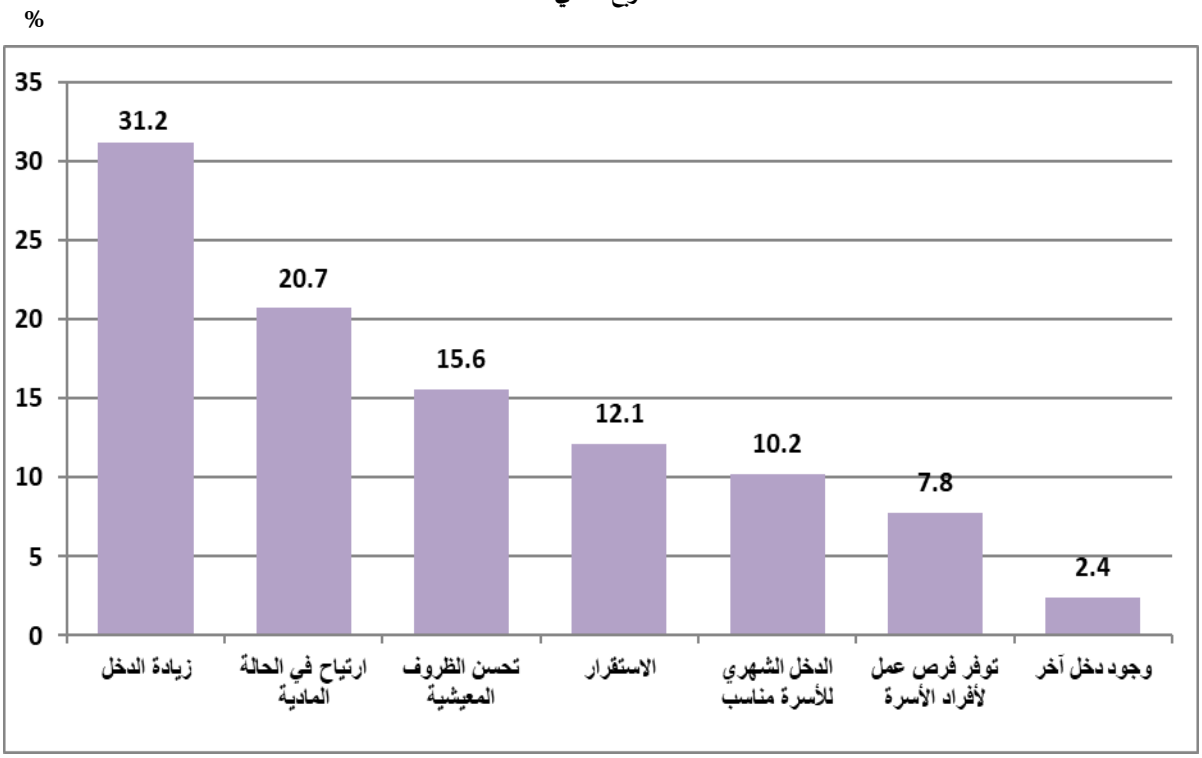
وتمثلت أهم الأسباب الرئيسة لشعور بعض الأسر بتحسن حالتهم المادية (٢١,٧%) باستطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢ في زيادة الدخل بنسبة (٣١,٢%) من مجموع الذين أفادوا بتحسن حالتهم المادية، يليه الارتياح في الحالة المادية بنسبة (٢٠,٧%) ثم تحسن الظروف المعيشية للأسرة بنسبة (١٥,٦%)، وذلك خلال الاثني عشر شهراً السابقة، وجدير بالذكر أن قرار حضرة صاحب السمو أمير البلاد المفدى بزيادة المعاشات التقاعدية 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 الثاني ٢٠٢٢



أسباب الشعور بسوء الحالة المادية للأسرة:

وعلى الجانب الآخر، وفيما يتعلق بالأسر التي أفادت بسوء حالتها المادية خلال فترة الاستطلاع مقارنة بسنة سابقة ونسبتهم (٣٠,٩%)، فقد جاءت تلك الاجابات نتيجة لما عبرت عنه تلك الأسر من ارتفاع الاسعار بشكل عام، يليه كثرة الالتزامات والأعباء العائلية، ثم تخفيض الرواتب، ومزيد من التفصيل يوضحه الشكل رقم (٤) أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم خلال فترة الاستطلاع مقارنة بالاثني عشر شهرا السابقة.

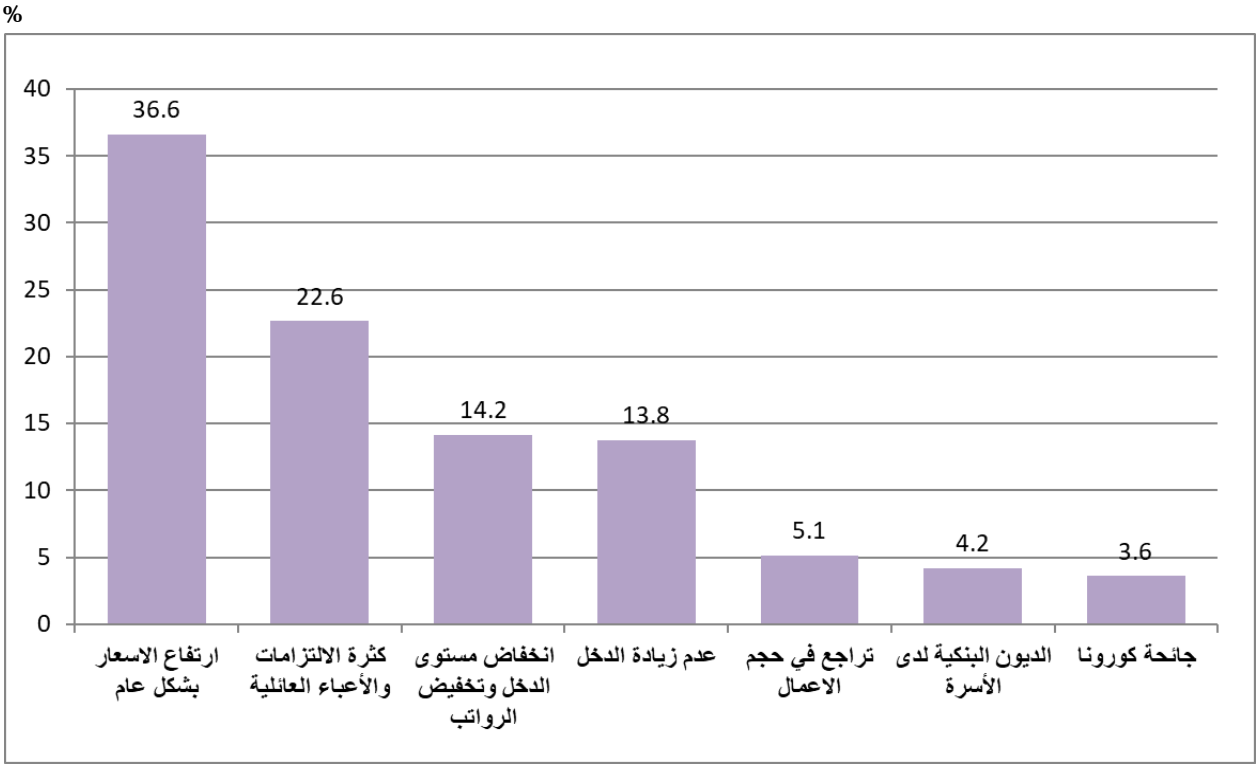
وبحسب البيانات الصادرة عن جهاز التخطيط والإحصاء، عن الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال الربع الثاني ٢٠٢٢، فقد بلغ (١٠١,٧٧) نقطة في شهر ابريل من عام ٢٠٢٢ مسجلاً ارتفاعاً بنسبة (٠,٢٩%) مقارنة مع الشهر السابق مارس ٢٠٢٢، كما سجل (١٠٣,١٣) نقطة و (١٠٣,١٤) نقطة وذلك لشهري مايو ويونيو من عام ٢٠٢٢ على التوالي.

شكل (٤)

أسباب شعور المستهلكين بسوء أحوالهم المادية هم وأسرهم

خلال وقت الاستطلاع مقارنةً بالاثني عشر شهراً السابقة

الربع الثاني ٢٠٢٢



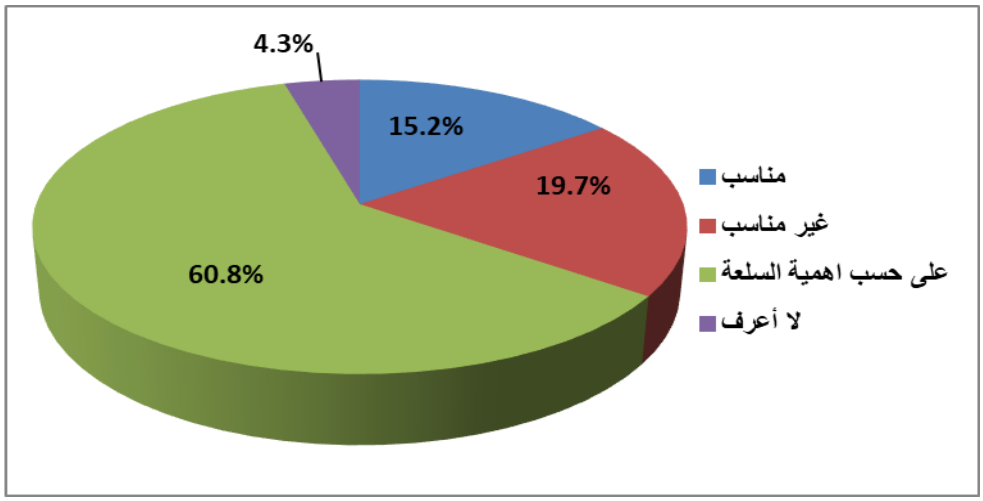
(١٥,٢%) من المستهلكين لديهم الشعور بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

وبسؤال المستهلك حول رؤيته بشأن مدى مناسبة الوقت الحالي للقيام بشراء السلع الاستهلاكية طويلة الأجل (المعمرة) من عدمه، جاءت نتائج استطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢ لتشير إلى انخفاض نسبة المستهلكين الذين أبدوا مناسبة الوقت الحالي لشراء تلك السلع حيث بلغت (١٥,٢%) مقارنة بنحو (١٥,٧%) طبقا لنتائج استطلاع الرأي في الربع السابق ، بينما ارتفعت نسبة المستهلكين الذين لا يقومون بشراء تلك السلع طالما ليسوا في حاجة ملحة لها لتبلغ (٦٠,٨%) مقارنة بنحو(٥٨,٩%) من واقع نتائج استطلاع الراي في الربع السابق، ونلاحظ بصورة عامة ارتفاع هذه النسبة مما يدل على وعي المستهلكين في دولة قطر مما انعكس على عدم اقبالهم 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 (١٩,٧%) مقارنة بنسبة (٢٢,٠%) كانت في الربع السابق، بينما أجاب (٤,٣%) 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 الثاني ٢٠٢٢

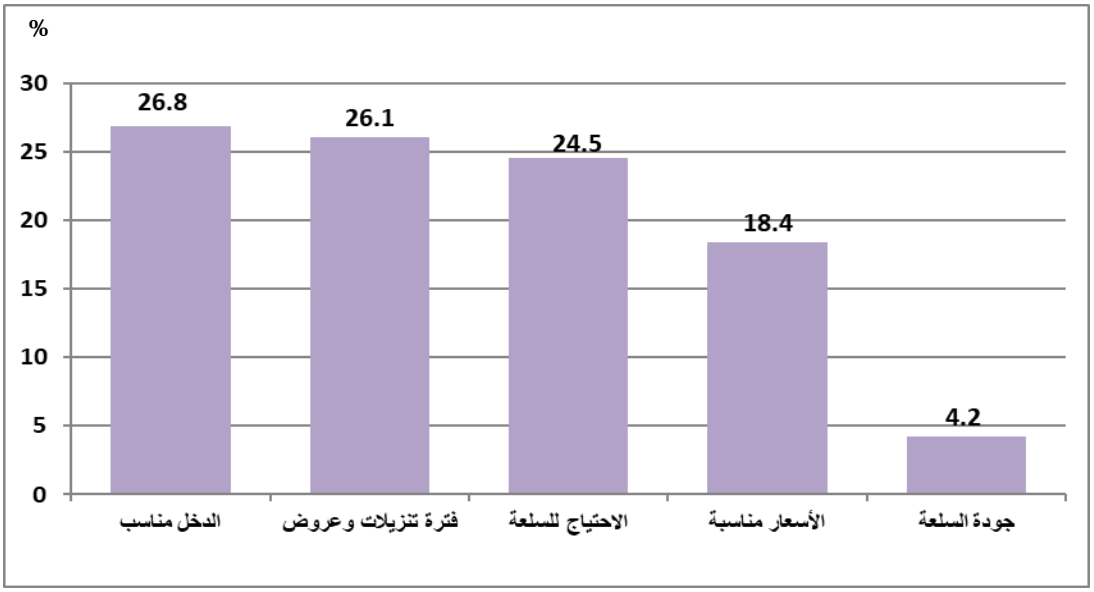


أسباب شعور المستهلكين بأن الوقت مناسب لشراء السلع المعمرة:

وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بملاءمة الوقت الحالي لشراء السلع المعمرة (١٥,٢%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت نتائج استطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢ لتشير إلى ان السبب الرئيس هو مناسبة الدخل وبنسبة (٢٦,٨%) ثم التنزيلات والعروض وهو ما عبر عنه نحو (٢٦,١%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاحتياج للسلعة كسبب في شراء السلع المعمرة وبنسبة (٢٤,٥%) ونوضح ذلك بمزيد من التفصيل في الشكل رقم (6).

شكل (٦)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي مناسب لشراء السلع المعمرة
الربع الثاني ٢٠٢٢



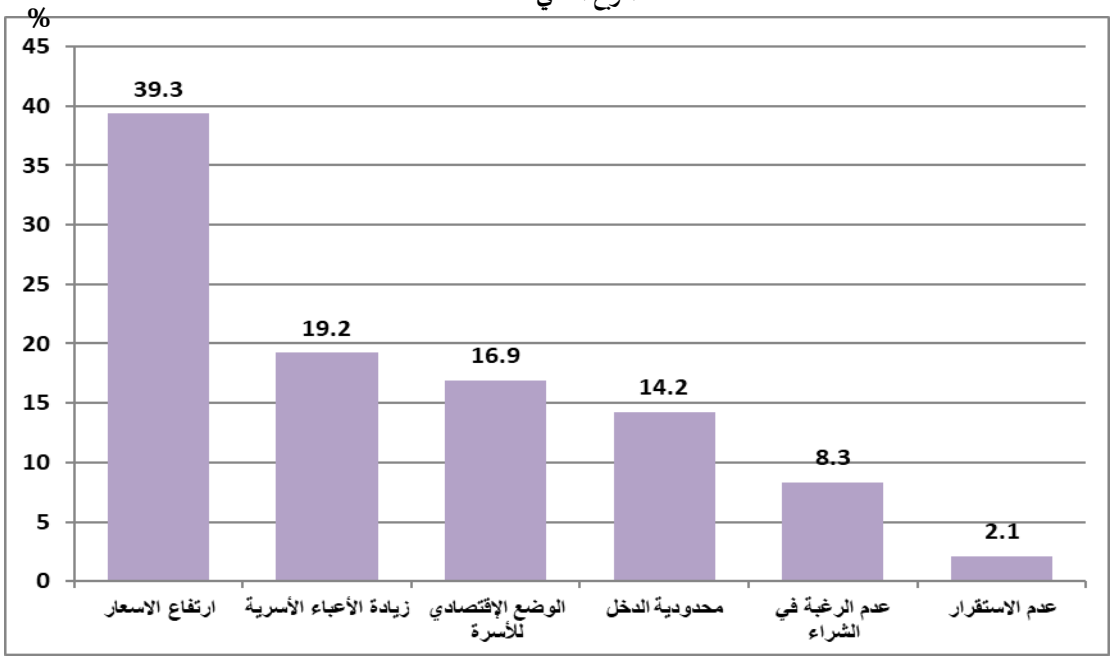
أسباب شعور المستهلكين بان الوقت غير مناسب لشراء السلع المعمرة:

وعلى الجانب الآخر، وبسؤال المستهلكين الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء (١٩,٧%) عن أسباب هذا الشعور، جاءت الإجابات لتعكس أن "ارتفاع الأسعار" هو أهم تلك الأسباب وبنسبة (٣٩,٣%) من مجموع الأفراد الذين أفادوا بعدم مناسبة الوقت الحالي للشراء، يليه "زيادة الأعباء الأسرية" بنسبة (١٩,٢%)، ثم "الوضع الاقتصادي للأسرة" بنسبة (١٦,٩%)، ومزيد من التفصيل في الشكل رقم (7).

شكل (٧)

أسباب اعتقاد المستهلكين أن الوقت الحالي غير مناسب لشراء السلع المعمرة

الربع الثاني ٢٠٢٢



استمرار تفاؤل الأسر إزاء الوضع الحالي:

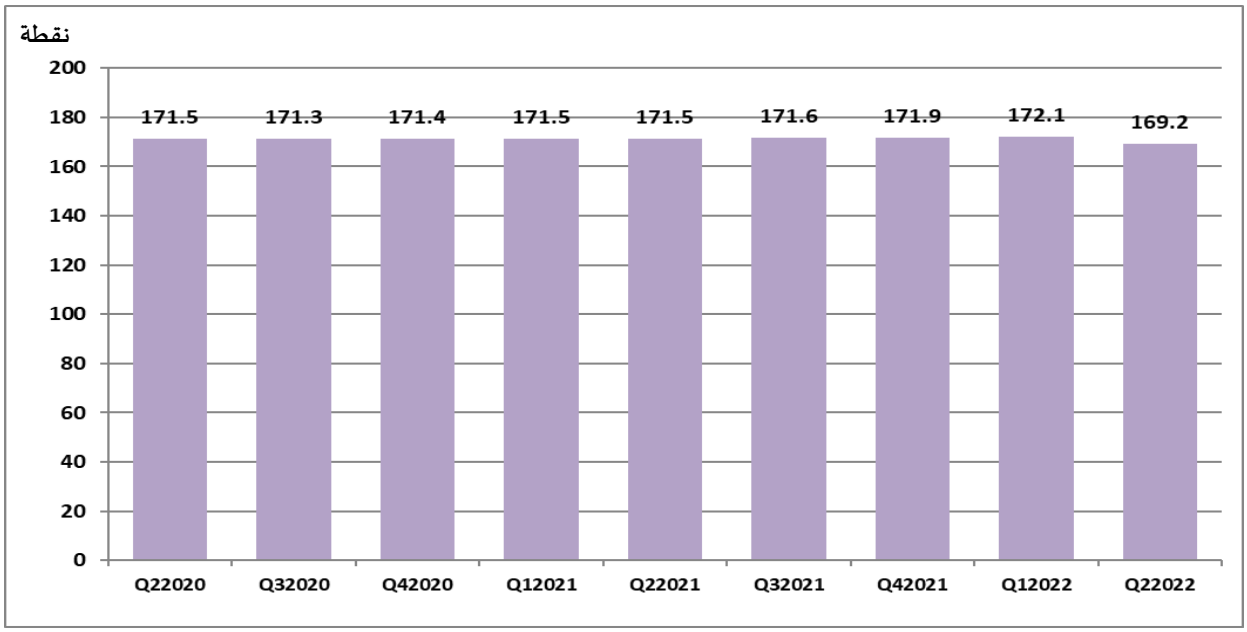
وطبقاً لنتائج الربع الثاني ٢٠٢٢، ظلت مستويات التفاؤل لدى المستهلكين إزاء الأوضاع الحالية مرتفعة حيث بلغت قيمة المؤشر نحو (١٦٩,٢) نقطة، بانخفاضٍ قدره (٢,٩) نقطة مقارنة بالربع السابق ورغم هذا الانخفاض ظل المؤشر عند مستويات مرتفعة، وبحسب الإفادات المتحصلة من المبحوثين فإن القيادة الرشيدة والاهتمام بالاستثمارات الداخلية والخارجية فضلاً عن التنوع والتطور الاقتصادي الذي تشهده الدولة، وارتفاع اسعار البترول والغاز وافتتاح المشاريع الجديدة والمصانع واقتراب كاس العالم وتشطيب المشاريع المتعلقة به والاستعدادات لذلك الحدث العالمي الهام، بالإضافة الى اهتمام الدولة بالمواطنين والمقيمين ومراعاة احتياجاتهم وتحسين أوضاعهم تجعلهم يشعرون بالرضا إزاء الأوضاع الحالية، كما ابدى 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 الثاني ٢٠٢٠ وحتى الربع الثاني ٢٠٢٢



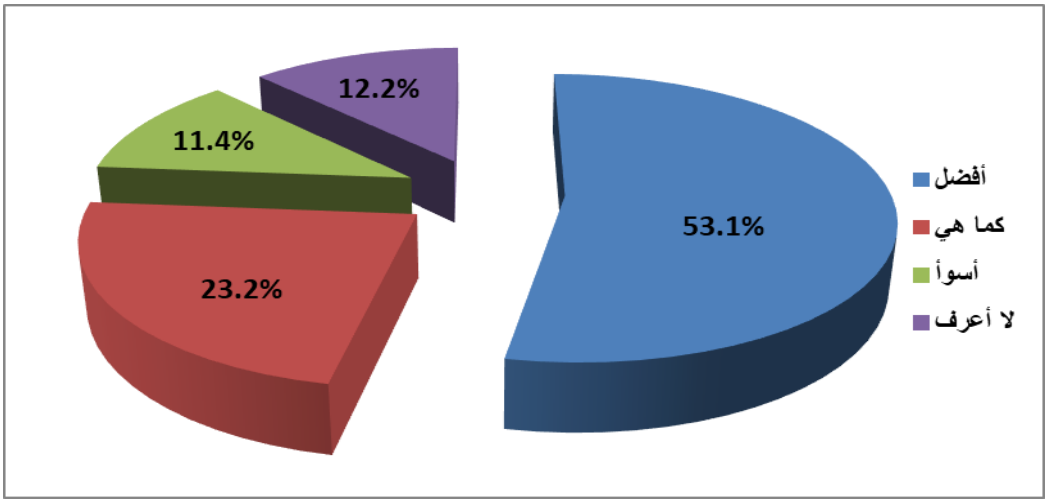
وبسؤال المبحوثين عن الأوضاع الاقتصادية الحالية مقارنة بالاثني عشر شهراً السابقة فقد عبر (٥٣,١%) من المبحوثين عن شعورهم بتحسن الأوضاع الاقتصادية الحالية في دولة قطر، وعبر (٢٣,٢%) أن الاوضاع كما هي، بينما عبر (١١,٤%) عن شعورهم بان الأوضاع الاقتصادية أسوأ، وأجاب (١٢,٢%) "بلا أعرف" وذلك بحسب نتائج استطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢، 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 الثاني ٢٠٢٢

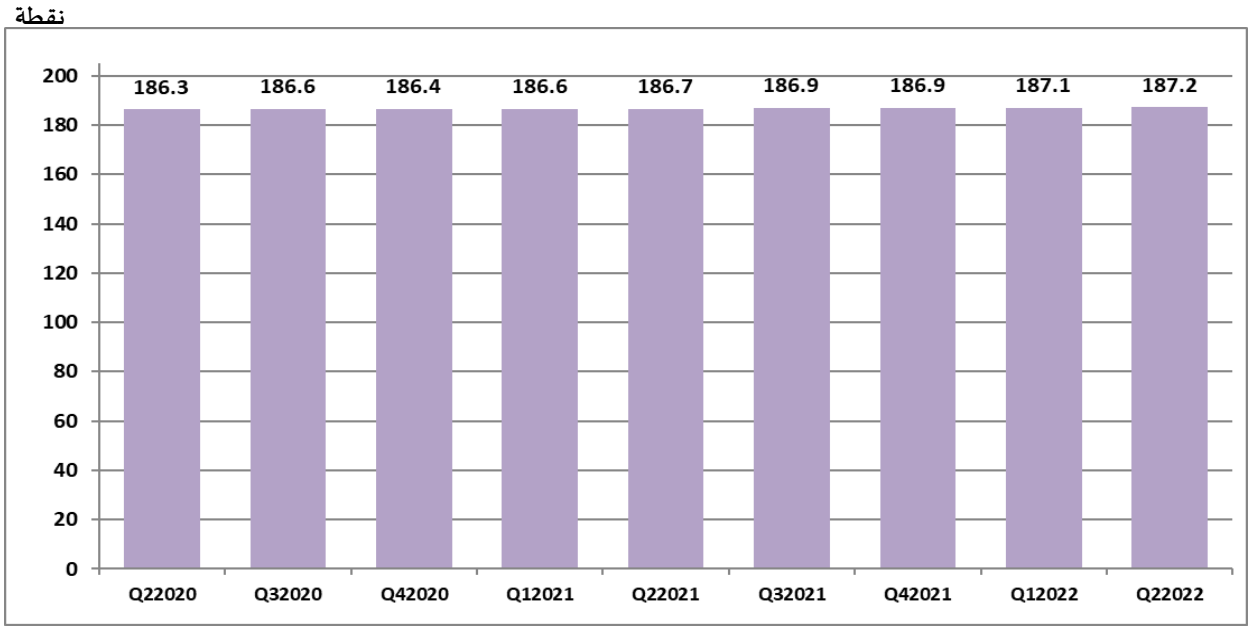


الأسر تعبر عن تفاؤلها إزاء الوضع المستقبلي:

استقر المؤشر الفرعي للوضع المستقبلي خلال الربع الثاني ٢٠٢٢ عند (١٨٧,٢) نقطة بارتفاعٍ قدره (٠,١) نقطة مقارنة بالربع السابق ، وظل المؤشر عند مستويات مرتفعة من التفاؤل ، وقد أبدى أفراد العينة المستجيبة توقعاتهم بنمو وازدهار الاقتصاد مع انتهاء الوباء وزيادة التطور العمراني والمشاريع التنموية ودعم قطاع الصناعة والاستقرار العام والأمن والأمان والانتعاش السياحي، وانتاج صناعات تعدينية وسلع دوائية وغذائية محلية، وعودة الشركات المتوقفة للعمل بعد السيطرة على وباء كورونا، بالإضافة الى الحدث الرياضي الأهم وهو تنظيم كأس العالم في قطر2022 وما يترتب 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 الثاني ٢٠٢٠ وحتى الربع الثاني ٢٠٢٢



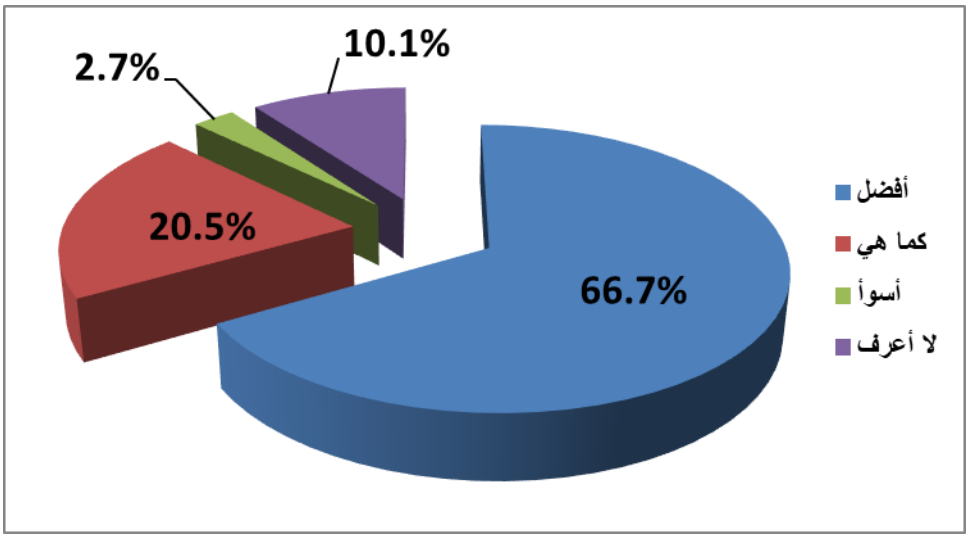
وطبقا لآراء المستهلكين في الربع الثاني ٢٠٢٢، فقد عبر نحو (٦٦,١%) عن توقعاتهم بشأن تحسن الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي (فترة الاستطلاع)، وتوقع نحو (٢٠,٥%) بقاء الوضع كما هو عليه دون تغيير، بينما توقع (٢,٧%) أن تسوء الحالة الاقتصادية خلال الاثني عشر شهرا المقبلة مقارنة بالوقت الحالي، وأجاب (١٠,١%) 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 الثاني ٢٠٢٢

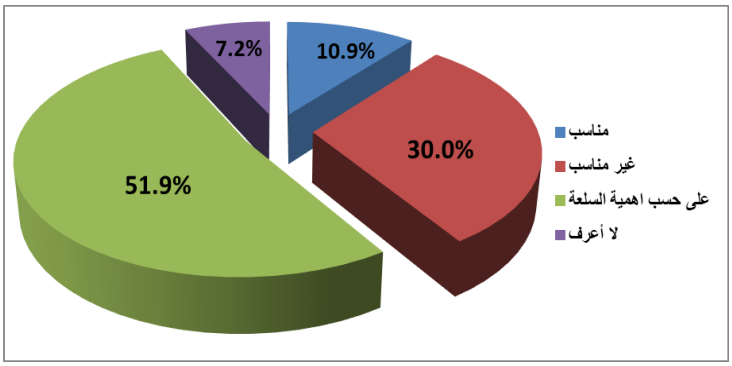


خطة الأسرة المستقبلية لشراء سيارة جديدة:

وحول مدى ملاءمة الاثني عشر شهرا المقبلة للقيام بشراء سيارة جديدة، جاءت نتائج استطلاع الراي في الربع الثاني ٢٠٢٢ لتشير إلى أن نسبة المستهلكين الذين لديهم اعتقاد بأن الوقت مناسب للقيام بعملية الشراء بلغت (١٠,٩%) مقارنة بنحو (٨,٤%) كانت في الربع السابق، وأعلنت نسبة كبيرة ممن يرون مناسبة الوقت لعملية الشراء نظراً لحاجتهم لسيارات جديدة أو لرغبتهم في استبدال سياراتهم الحالية، بالإضافة الى مناسبة أسعار السيارات، والدخل الجيد. ونجد (٥١,٩%) من المستهلكين لا يقومون بشراء سيارة طالما ليسوا في حاجة لها مقارنة بنحو (٥٠,٤%) كانت في الربع السابق، في الوقت نفسه عبر نحو (٣٠,٠%) من المستهلكين الذين تم استطلاع أراءهم خلال الربع الثاني ٢٠٢٢ عن اعتقادهم بان الوقت غير مناسب مقارنة بما نسبته (٣٣,٢%) كانت في الربع السابق، وأفادت بعض الأسر بأن انخفاض مستوى الدخل وكثرة الالتزامات العائلية واحتمال مغادرة البلاد ووجود ديون لدى البعض لا تمكنهم من شراء سيارة حالياً، وأجاب (٧,٢%) 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 الثاني ٢٠٢٢

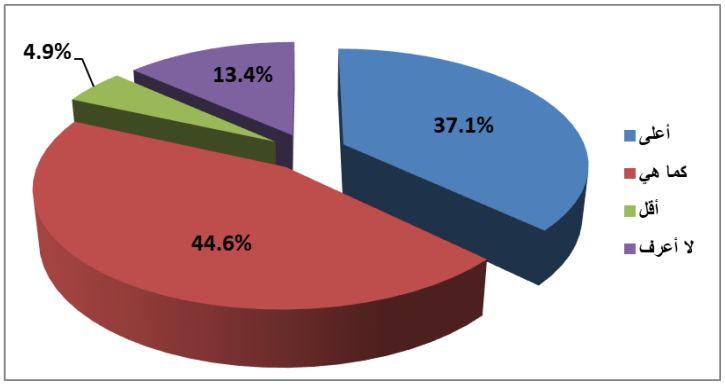


توقعات المستهلكين بشأن الأسعار المستقبلية:

ومن واقع نتائج استطلاع الرأي في الربع الثاني ٢٠٢٢، توقع نحو (٣٧,١%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بشكل عام خلال فترة الاثني عشر شهرا التالية للاستطلاع بينما كانت تلك النسبة (٤٠,٠%) بحسب نتائج استطلاع الرأي في الربع السابق، وتوقع (٤٤,٦%) أن تظل الأسعار كما هي مقارنة بنسبة (٤٠,٥%) للربع السابق، بينما توقع (٤,٩%) انخفاض الأسعار مقارنة بنسبة (٥,٧%) كانت في الربع السابق، كما أجاب (١٣,٤%) 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 الثاني ٢٠٢٢



وجاءت توقعات المستهلكين لمعدلات الزيادة في الأسعار على النحو التالي: توقع (١٩,٠%) من المستهلكين ارتفاع الأسعار بنسبة تتراوح بين (١% - ٥%)، وتوقع نحو (٢٨,٠%) زيادة الأسعار بنسبة تتراوح بين (٦% - ١٠%)؛ بينما توقع نحو (٥٣,٠%) ارتفاع الأسعار بأكثر من (١٠%) مقارنة بنحو (٢٤,٦%) و(٣٦,٩%) و(٣٨,٥%) من واقع نتائج الربع السابق على التوالي.