



مؤشر ثقة المستهلك

نشرة ربع سنوية

المؤشر العام لثقة المستهلك ٩٧,٦

مؤشر توقعات المستهلك ١٠٠,٦

مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية ٩٥,٣

مؤشر مستوى دخل الأسرة ٩٦,٢

مقدمة

مؤشر ثقة المستهلك (Index of Consumer Sentiment, ICS) من المؤشرات الهامة لأداء النشاط الاقتصادي، ويهدف إلى قياس مدى رضا المواطن عن الأوضاع الاقتصادية الحالية (مثل: التضخم، وفرص العمل، وسبل الاستثمار، وحالة السياسات الاقتصادية، وتكاليف المعيشة،... الخ) وكذلك مدى التفاؤل بخصوص تطور تلك الأوضاع في الأجل القصير (مدة عام).

وترجع أهمية مؤشر ثقة المستهلك إلى دور سلوك المستهلك - المبنى على توقعاته - من ناحية الإنفاق بأوجهه المختلفة في تحديد حجم واتجاه حركة الأسواق ومدى رواجها. فعندما يتجه المواطنون إلى إنفاق المزيد من الأموال فإن هذا يعني زيادة الطلب على السلع والخدمات المختلفة وهو ما يدفع إلى زيادة حجم / عدد الوحدات الإنتاجية لمقابلة ذلك الطلب وهو ما يزيد من حالة الانتعاش الاقتصادي في المجتمع، ويحدث العكس عندما يقل الاتجاه العام للإنفاق من جانب المستهلكين حيث يؤدي إلى الانكماش الاقتصادي. وبذلك يقدم مؤشر ثقة المستهلك رؤية مستقبلية للاتجاه الذي يسير فيه النمو الاقتصادي، وتتعاظم أهمية المؤشر عندما يتم حسابه ومتابعة تغيره بشكل دوري.

ويتم حساب مؤشر ثقة المستهلك في سلطنة عمان باتباع نفس المنهجية المستخدمة لحساب المؤشر والتي تم تطويرها بمركز بحوث المسوح بجامعة ميتشيجن بالولايات المتحدة الأمريكية (Survey Research Center, University of Michigan, USA)، وهي المنهجية المستخدمة في الكثير من دول العالم مما يوفر إمكانية المقارنة الدولية لقيم المؤشر. ويتم حساب المؤشر العام لثقة المستهلك وفقاً لهذه المنهجية كمتوسط حسابي بسيط لثلاثة مؤشرات فرعية هي^(١):

- مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية
- مؤشر مستوى دخل الأسرة
- مؤشر توقعات المستهلك

وبداية من الربع الأول من ٢٠١٥، يتم حساب مؤشر ثقة المستهلك (وكذلك المؤشرات الفرعية) كرقم قياسي منسوباً إلى الربع الأخير من ٢٠١٤، فكلما زادت قيمة المؤشر عن ١٠٠ نقطة دل ذلك على تحسن قيم المؤشر عن الفترة المرجعية وزيادة مستوى التفاؤل بخصوص الأوضاع الاقتصادية، ويحدث العكس عند انخفاض المؤشر عن ١٠٠، بينما ثبات قيمة المؤشر عند ١٠٠ يعني الحياد أو عدم حدوث تغيير عن الفترة المرجعية.

مستوى الحياد/ الثبات



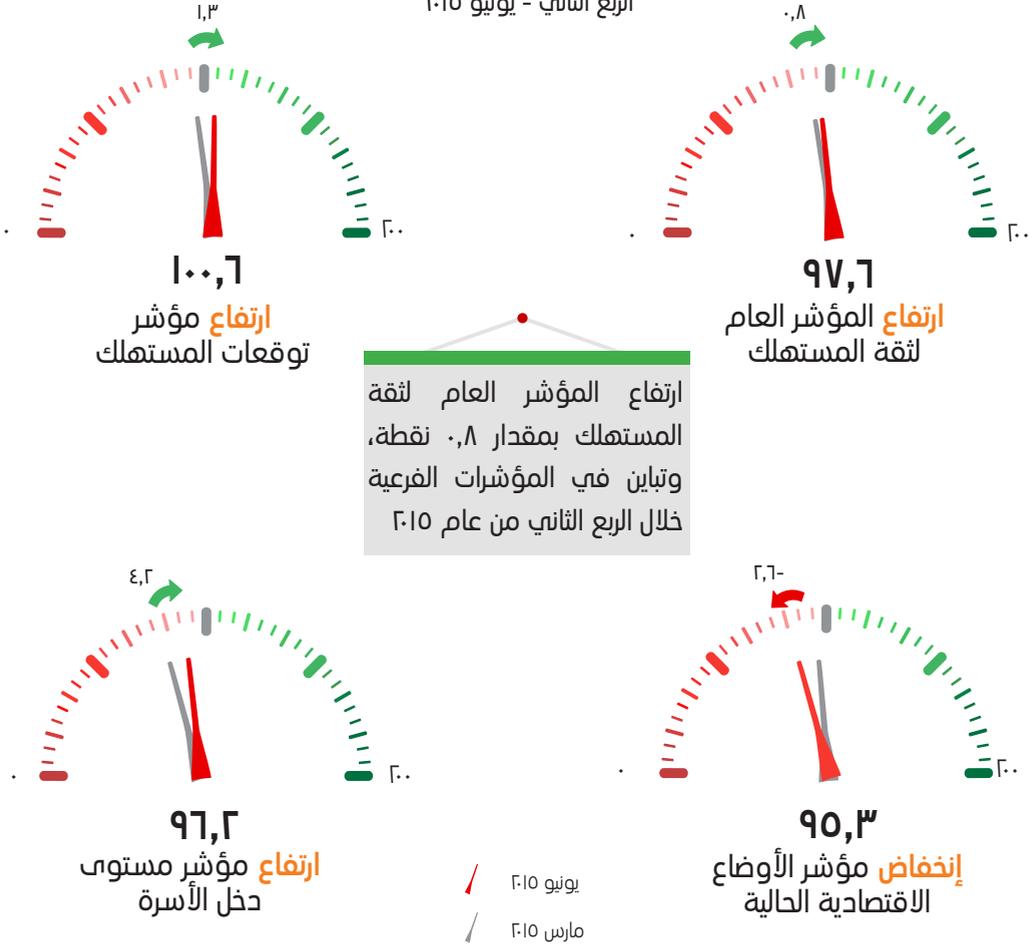
١٠٠

زيادة مستوى التشاؤم

زيادة مستوى التفاؤل

المؤشر العام والمؤشرات الفرعية

شكل ١: المؤشر العام لثقة المستهلك والمؤشرات الفرعية
الربع الثاني - يونيو ٢٠١٥



- ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك بمقدار ٠,٨ نقطة في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ ليسجل ٩٧,٦ نقطة، مقابل ٩٦,٨ نقطة في الربع الأول من نفس العام.
- بلغت قيمة مؤشر توقعات المستهلك ١٠٠,٦ نقطة في الربع الثاني من عام ٢٠١٥، بزيادة قدرها ١,٣ نقطة عن الربع الأول من نفس العام، وهو أعلى المؤشرات الفرعية، مما يعني تحسناً نسبياً في مستوى التفاؤل بخصوص الأوضاع الاقتصادية المستقبلية بين الربعين.
- واصل مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية انخفاضه في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ ليصل إلى ٩٠,٣ نقطة، بانخفاض قدره ٢,٧ نقطة عن الربع الأول، وانخفاض ٤,٧ نقطة عن الربع الأخير من عام ٢٠١٤.
- سجل مؤشر مستوى دخل الأسرة أعلى ارتفاع بين المؤشرات الفرعية في الربع الثاني من عام ٢٠١٥، حيث بلغت قيمته ٩٦,٢ نقطة، بزيادة قدرها ٤,٢ نقطة عن الربع الأول من نفس العام.

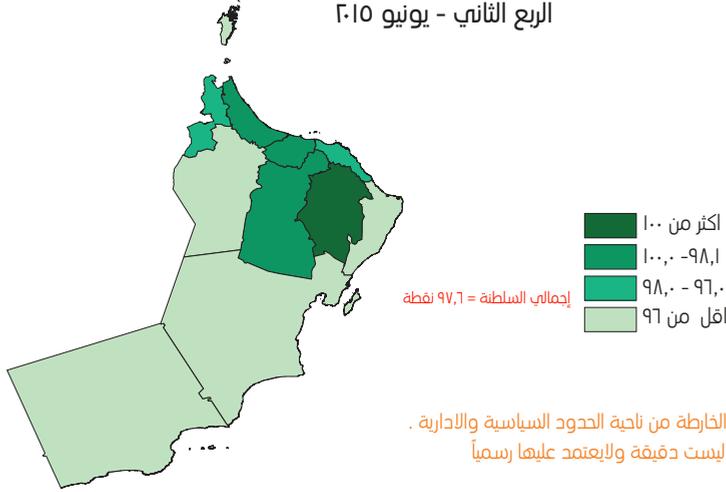
التباينات في المؤشر العام لثقة المستهلك

حسب المحافظة :

أعلى قيمة في محافظة
شمال الشرقية

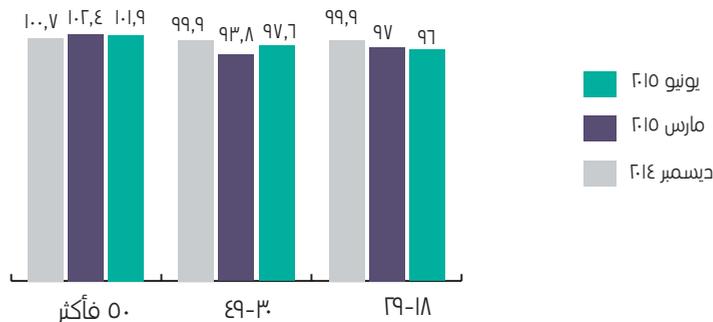
بلغ مؤشر ثقة المستهلك أعلى قيم له في محافظتي شمال الشرقية والداخلية (١٠٥,٣ و ١٠٠,٠ نقطة على الترتيب)، بينما سجلت أدنى قيم للمؤشر في محافظتي مسندم ووظفار (٨٩,٤ و ٩٢,٣ نقطة على الترتيب).

شكل ٢ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب المحافظة
الربع الثاني - يونيو ٢٠١٥



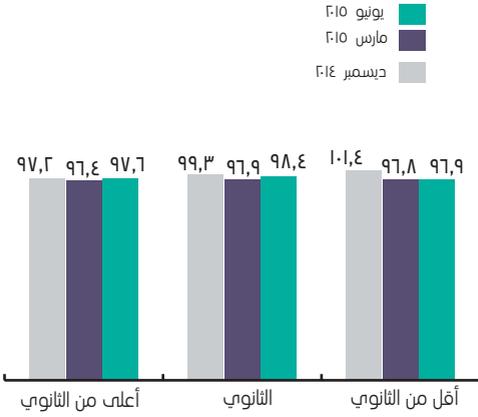
حسب العمر :

- ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثاني من ٢٠١٥ بين الأفراد في الفئة العمرية (٣٠-٤٩) سنة، ليصل إلى ٩٧,٦ نقطة، بزيادة قدرها ٣,٨ نقطة عن الربع الأول من نفس العام، ولكن يظل المؤشر أقل من قيمته المسجلة في الربع الأخير من عام ٢٠١٤ (والتي بلغت ٩٩,٩ نقطة) لهذه الفئة العمرية.
 - في المقابل انخفض المؤشر العام لثقة المستهلك للشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩) سنة بين الربعين الأول والثاني من ٢٠١٥ بمقدار نقطة واحدة ليسجل ٩٦ نقطة في الربع الثاني، كذلك انخفض المؤشر بشكل طفيف (نصف نقطة) بين الأفراد الأكبر سناً (٥٠ سنة فأكثر) ليصل إلى ١٠١,٩ نقطة في الربع الثاني من ٢٠١٥.
- شكل ٣ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب العمر



حسب المستوى التعليمي:

شكل ٤ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب التعليم



- ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك بدرجات متفاوتة للأفراد في المستويات التعليمية المختلفة بين الربعين الأول والثاني من عام ٢٠١٥، حدث الارتفاع الأكبر في قيمة

المؤشر بين الحاصلين على تعليم ثانوي ليصل في الربع الثاني إلى ٩٨,٤ (بارتفاع ١,٥ نقطة عن الربع الأول)، كذلك

ارتفاع مستوى الثقة بين الحاصلين على تعليم ثانوي فأعلى

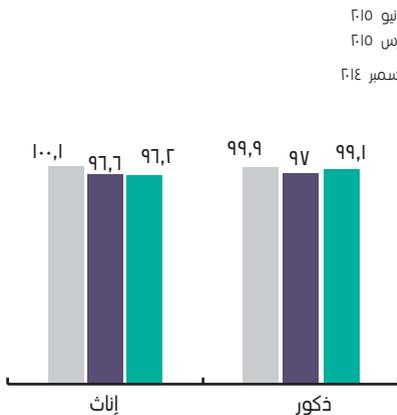
ارتفع المؤشر بمقدار ١,٢ نقطة للحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي ليصل إلى ٩٧,٦ نقطة، بينما لم ترتفع قيمة

المؤشر كثيراً بين الربعين للحاصلين على تعليم أقل من الثانوي (زيادة ١,٠ نقطة فقط في الربع الثاني).

- وبشكل عام لا يوجد تفاوت كبير في قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك في الربعين الأول والثاني من ٢٠١٥ بين المستويات التعليمية المختلفة، حيث يصل الفرق في قيمة المؤشر بين أعلى قيمه (بين الحاصلين على تعليم ثانوي) وأدنى قيمه (بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي) إلى ١,٥ نقطة فقط في الربع الثاني، مع ملاحظة أن هذا الفارق كان ملحوظاً بشكل واضح في الربع الأخير من ٢٠١٤

حسب الجنس:

شكل ٥ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب الجنس



- ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ بين الذكور بمقدار ٢,١ نقطة ليصل إلى ٩٩,١ نقطة (مقابل ٩٧ نقطة في الربع الأول)، وفي المقابل انخفض المؤشر بشكل طفيف بين الإناث بمقدار ٠,٤ نقطة ليصل إلى ٩٦,٢ نقطة (مقابل ٩٦,٦ نقطة في الربع الأول).

ارتفاع مستوى الثقة بين الذكور، وانخفاضه بشكل طفيف بين الإناث

- ويلاحظ تزايد الفجوة في مستوى الثقة بين الإناث والذكور (لصالح الذكور) مع الوقت، ففي الربع الأخير من ٢٠١٤ كان

مستوى الثقة بين الإناث أعلى قليلاً من الذكور (١٠٠,١ مقابل ٩٩,٩ نقطة على الترتيب)، ثم اخذ الفارق يزيد لصالح الذكور من ٠,٤ نقطة في الربع الأول من ٢٠١٥ إلى ٢,٩ نقطة في الربع الثاني.

حسب الحالة العملية:

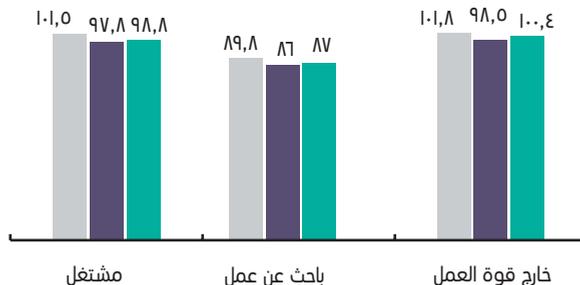
ارتفاع مستوى الثقة،
والباحثون عن عمل هم الأقل
ثقة

ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ عن الربع الأول لجميع فئات الحالة العملية، وكان الارتفاع الأكبر بين الأفراد خارج قوة العمل^٣ بمقدار ١,٩ نقطة (١٠٠,٤ نقطة في الربع الثاني مقابل ٩٨,٥ نقطة للربع الأول). كذلك ارتفع المؤشر بمقدار نقطة واحدة بين كل من المشتغلين والباحثين عن عمل، لتصل قيمته بين المشتغلين إلى ٩٨,٨

نقطة، و ٨٧ نقطة للباحثين عن عمل (مقابل ٩٧,٨ و ٨٦ نقطة على الترتيب في الربع الأول).

ورغم الارتفاع النسبي في قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك بين الباحثين عن عمل في الربع الثاني من ٢٠١٥، إلا أن قيمته ما تزال هي الأدنى بين هذه الفئة (التي يشكل الشباب النسبة الأكبر بها) عن الفئتين الآخرين، وبفارق يقترب من ١٢ نقطة.

شكل ٦: المؤشر العام لثقة المستهلك حسب الحالة العملية



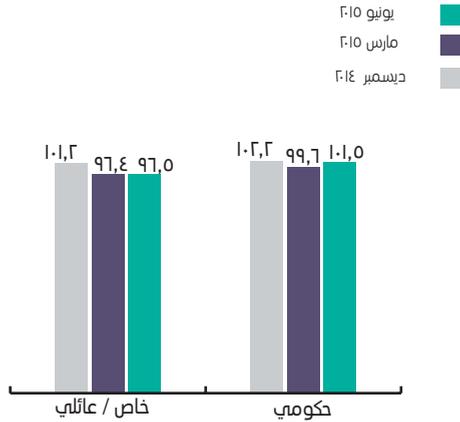
٣- تشمل هذه الفئة ربات البيوت والطلاب المتفرغين والمتقاعدین والعاجزين عن العمل أو الراهدين وغير الراغبين فيه.

حسب قطاع العمل:

- ارتفعت قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ بين المشتغلين بالقطاع الحكومي بمقدار ١,٩ نقطة، لتصل إلى ١٠١,٥ نقطة مقابل ٩٩,٦ نقطة في الربع الأول، بينما لم ترتفع قيمة المؤشر كثيراً بين الربعين بين المشتغلين بالقطاع الخاص/العائلي (زيادة ٠,١ نقطة فقط في الربع الثاني).
- ونلاحظ اتساع الفجوة في مؤشر ثقة المستهلك بين المشتغلين في القطاع الحكومي والمشتغلين بالقطاع الخاص/العائلي (لصالح المشتغلين بالقطاع الحكومي) مع الوقت، ففي الربع الأخير من ٢٠١٤ كان الفرق في مستوى الثقة نقطة واحدة لصالح القطاع الحكومي (١٠٢,٢ مقابل ١٠١,٢ نقطة على الترتيب)، ثم اخذ الفارق يزيد إلى ٣,٢ نقطة في الربع الأول من ٢٠١٥، ثم إلى ٥ نقاط في الربع الثاني.

ارتفاع مستوى الثقة بشكل أكبر بين المشتغلين بالقطاع الحكومي

شكل ٧ : المؤشر العام لثقة المستهلك
حسب قطاع العمل



المؤشرات الفرعية

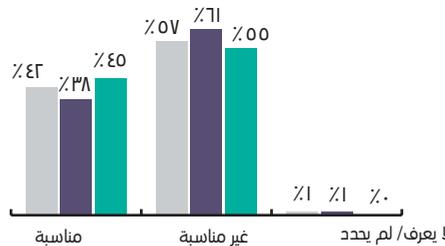
مؤشر مستوى دخل الأسرة

- ارتفعت قيمة مؤشر مستوى دخل الأسرة في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ بمقدار ٤,٢ نقطة (وهي أكبر الارتفاعات التي حدثت في المؤشرات الفرعية)، عن الربع الأول من نفس العام (٩٦,٢ مقابل ٩٢ نقطة على الترتيب)، ويعتمد المؤشر في حسابه على السؤالين الموضحين في الشكلين ٨ و ٩.
- اثان من كل خمسة تقريباً من المواطنين (٤١٪) يعتقدون في الربع الثاني من ٢٠١٥ أن الحالة المادية لأسرهم أفضل من العام الماضي (مقابل ٤٢٪ في الربع الأول، و ٤٨٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، بينما ذكر ١٨٪ أن الحالة المادية لأسرهم أسوأ من العام الماضي وهي نسبة أكبر قليلاً من الربعين السابقين.
- أعرب ٤٥٪ من المواطنين أن الظروف المالية لأسرهم مناسبة لشراء السلع غالية الثمن مثل الأجهزة المنزلية أو السيارة أو ما شابه (مقابل ٣٨٪ في الربع الأول، و ٤٢٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤).

شكل ٨ : هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي أفضل، أم أسوأ، أم كما هي مقارنة بالعام الماضي؟



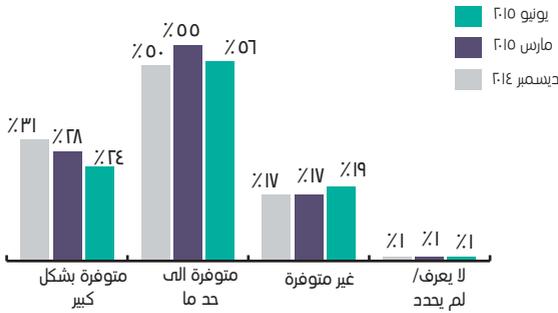
شكل ٩: هل الظروف المالية لك ولأسرتك في الوقت الحالي مناسبة أم غير مناسبة لشراء أجهزة منزلية أو سيارة أو ما شابه؟



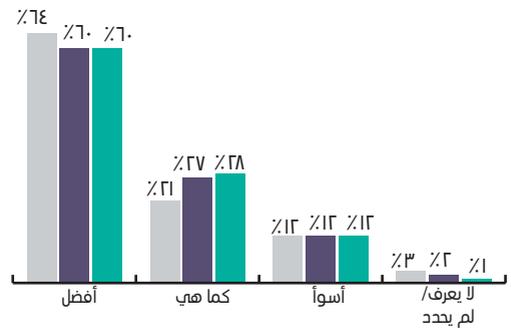
مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية

- انخفض مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية إلى ٩٥,٣ نقطة في الربع الثاني من عام ٢٠١٥، بانخفاض قدره ٢,٦ نقطة عن الربع السابق، ويعتمد المؤشر في حسابه على السؤالين الموضحين في الشكلين ١٠ و ١١.
- ثلاثة من كل خمسة من المواطنين (٦٠٪) يعتقدون في الربع الثاني من ٢٠١٥ أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام في السلطنة حالياً أفضل من العام الماضي، وهي نفس السبة المسجلة في الربع السابق (مقابل ٦٤٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، بينما يرى ١٢٪ منهم أن الأوضاع أسوأ (وهي نفس النسبة في الربعين السابقين)، ويرى ٢٨٪ أن الأوضاع كما هي (ولا تختلف النسبة كثيراً عن الربعين السابقين).
- أربعة من كل خمسة من المواطنين (٨٠٪) يرون في الربع الثاني من ٢٠١٥ أن فرص العمل إما متوفرة بشكل كبير (٢٤٪) أو متوفرة إلى حد ما (٥٦٪)، وذلك مقابل ٨٣٪ في الربع الأول و ٨١٪ في الربع الأخير من ٢٠١٤، في المقابل يرى ١٩٪ أن فرص العمل غير متوفرة (مقابل ١٧٪ في الربعين السابقين).

شكل ١١ : بالنسبة لفرص العمل في الوقت الحالي، بشكل عام هل ترى أنها متوفرة بشكل كبير، أو متوفرة إلى حد ما أو غير متوفرة؟



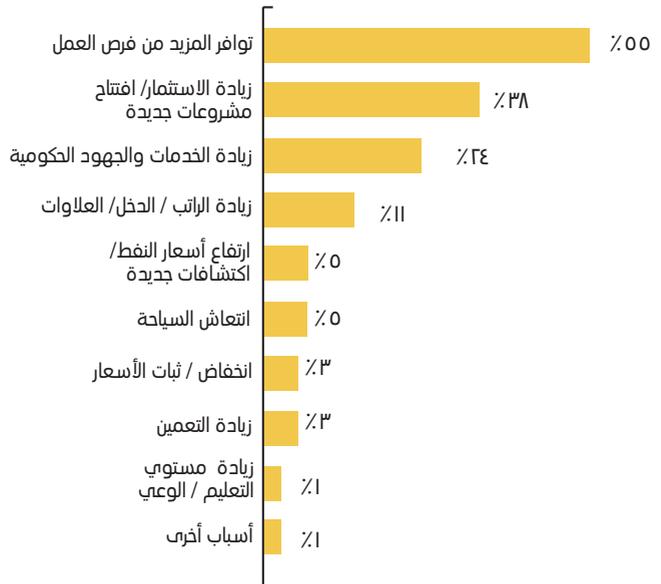
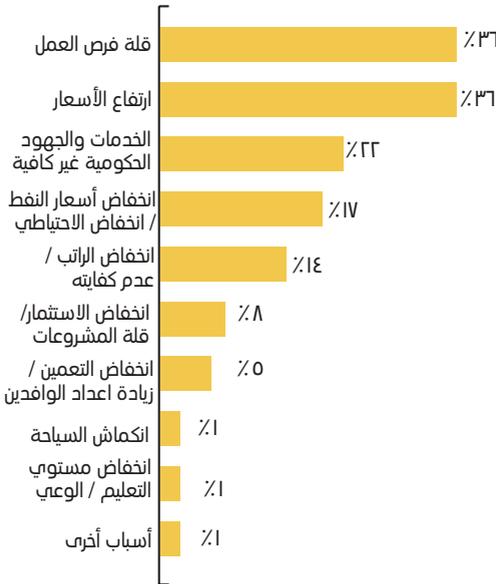
شكل ١٠ : هل ترى أن الأوضاع الاقتصادية في سلطنة عمان بشكل عام (فرص العمل، الاستثمارات، الإنتاج، الظروف المعيشية) أفضل، أم أسوأ، أم كما هي مقارنة بالعام الماضي؟



- كما هو مبين في شكل (١١٢)، بالنسبة للمواطنين الذين ذكروا أن الأوضاع الاقتصادية أفضل من العام الماضي، كانت أهم ثلاثة أسباب لذلك الاعتقاد هي: توافر المزيد من فرص العمل (٥٥٪)، وزيادة الاستثمار وافتتاح مشروعات جديدة (٣٨٪)، وزيادة الخدمات والجهود الحكومية (٢٤٪)، وهي نفس الأسباب التي ذكرت في الربعين السابقين مع اختلافات بسيطة في النسب.
- وفقاً للشكل (١٢ب)، كانت أهم أسباب الاعتقاد بأن الأوضاع الاقتصادية الحالية أسوأ من العام الماضي هي: قلة فرص العمل (٣٦٪)، وارتفاع الأسعار (٣٦٪)، وأن الخدمات والجهود الحكومية غير كافية (٢٢٪)، ولا تختلف هذه الأسباب كثيراً عن الأسباب التي ذكرت في الربعين السابقين.

شكل ١٢ ب : لماذا ترى أن الاقتصاد العماني أسوأ حالياً؟

شكل ١٢ أ : لماذا ترى أن الاقتصاد العماني أفضل حالياً؟

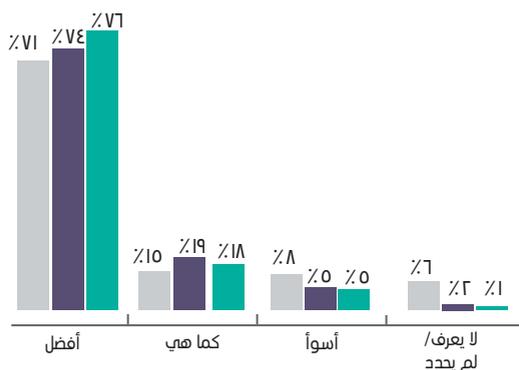


مؤشر توقعات المستهلك

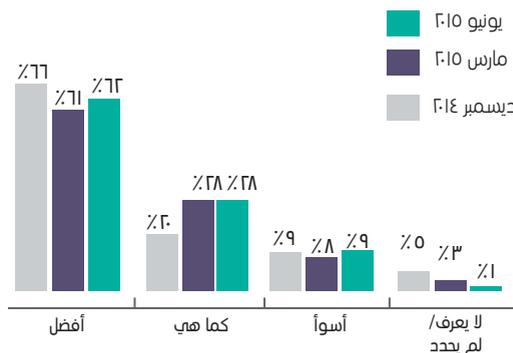
- مؤشر توقعات المستهلك هو أعلى المؤشرات الفرعية في الربع الثاني من عام ٢٠١٥ حيث بلغت قيمته ١٠٠,٦ نقطة، بارتفاع قدره ١,٣ نقطة عن الربع الأول، و يعكس المؤشر قدرًا كبيراً من التفاؤل بتحسين الحالة المعيشية والاقتصادية في المستقبل القريب. ويعتمد المؤشر في حسابه على ثلاثة أسئلة موضحة في الأشكال من ١٣ إلى ١٥.

- يعتقد أكثر من ثلاثة من كل خمسة من المواطنين (٦٢٪) أن الحالة المادية لهم ولأسرهم ستتحسن خلال العام القادم بإذن الله تعالى (مقابل ٦١٪ في الربع الأول، و ٦٦٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، وفي المقابل يعتقد ٩٪ بأنها ستكون أسوأ (بزيادة نقطة مئوية واحدة عن الربع السابق).
- كذلك أعرب أكثر من ثلاثة أرباع المواطنين (٧٦٪) عن تفاؤلهم بتحسن الأوضاع الاقتصادية في السلطنة بشكل عام خلال العام القادم (مقابل ٧٤٪ في الربع الأول، و ٧١٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، كما يعتقد ٦٥٪ منهم أن فرص العمل ستكون متوفرة بشكل أكبر (مقابل ٦٢٪ في الربع الأول، و ٦٤٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤).

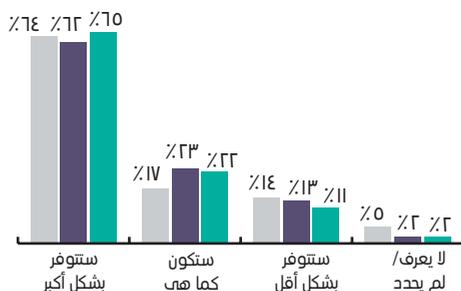
شكل ١٤: خلال عام من الآن، هل ترى أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام (فرص العمل، الاستثمارات، الإنتاج، الظروف المعيشية) ستكون أفضل، أم أسوأ، أم كما هي الآن؟



شكل ١٣: خلال عام من الآن، هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك ستكون أفضل، أم أسوأ، أم كما هي الآن؟



شكل ١٥: خلال العام القادم مقارنة بالوضع الحالي، وبشكل عام، هل ترى أن فرص العمل ستكون أكثر أم كما هي أم أقل؟



الملحق الفني: المنهجية

- بلغ حجم العينة المستخدمة ١٦٦١ مواطناً عمانياً من المقيمين بالسلطنة في فئة العمر ١٨ سنة فأكثر شملت جميع محافظات السلطنة.
- تم جمع البيانات عن طريق المقابلات عبر الهاتف (الثابت والمحمول) وفق استبيان إلكتروني (Computer Assisted Telephone Interviewing, CATI) خلال الفترة من ٣١ مايو الى ٤ يونيو ٢٠١٥م.
- **مؤشر مستوى دخل الأسرة. تم حسابه بناء على سؤالين:**
 ١. هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي أفضل، أم أسوأ، أم كما هي، مقارنة بالعام الماضي ؟
 ٢. هل الظروف المالية لك ولأسرتك في الوقت الحالي مناسبة أم غير مناسبة لشراء أجهزة منزلية أو سيارة وما شابه ؟
- **مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية: تم حسابه بناء على سؤالين:**
 ١. هل ترى أن حالة الاقتصاد في سلطنة عمان بشكل عام (فرص العمل، الاستثمارات، الإنتاج، الظروف المعيشية) أفضل، أم أسوأ، أم كما هي مقارنة بالعام الماضي ؟
 ٢. بالنسبة لفرص العمل في الوقت الحالي، بشكل عام هل ترى أنها متوفرة بشكل كبير، أو متوفرة إلى حد ما أو غير متوفرة ؟
- **مؤشر توقعات المستهلك: تم حسابه بناء على ثلاثة أسئلة:**
 ١. خلال عام من الآن، هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك ستكون أفضل، أم أسوأ، أم كما هي الآن ؟
 ٢. خلال عام من الآن، هل ترى أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام (فرص العمل، الاستثمارات، الإنتاج، الظروف المعيشية) ستكون أفضل، أم أسوأ، أم كما هي الآن ؟
 ٣. خلال العام القادم مقارنة بالوضع الحالي، وبشكل عام، هل ترى أن فرص العمل ستكون أكثر أم كما هي أم أقل ؟
- **حساب مؤشر كل سؤال:** لكل سؤال داخل مجموعات الأسئلة الثلاث السابقة، تم حساب نسبيتي الإجابات المتفائلة والمتشائمة إلى إجمالي الإجابات بعد استبعاد الإجابات غير المحددة، ثم حساب الفرق بين النسبتين وإضافة ١٠٠ نقطة إلى هذا الفرق. وبذلك يتراوح مؤشر كل سؤال بين صفر (عندما تكون كل الإجابات متشائمة)، و ٢٠٠ (عندما تكون كل الإجابات متفائلة). ويأخذ مؤشر السؤال القيمة ١٠٠ (مستوى الحياد) عندما تتساوى الإجابات المتشائمة والمتفائلة.
- **حساب المؤشرات الفرعية:** تم حساب كل مؤشر فرعي كمتوسط حسابي بسيط لمؤشرات الأسئلة الداخلة في حسابه، ثم تنسب المؤشر إلى قيمته في الفترة المرجعية (الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، وذلك بقسمة المؤشر على قيمته في الفترة المرجعية ثم الضرب في ١٠٠.
- **حساب المؤشر العام لثقة المستهلك:** تم حساب المؤشر العام لثقة المستهلك كمتوسط حسابي بسيط للمؤشرات الفرعية الثلاثة، ثم تنسب المؤشر إلى قيمته في الفترة المرجعية (الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، وذلك بقسمة المؤشر على قيمته في الفترة المرجعية ثم الضرب في ١٠٠.

INFO@NCSI.GOV.OM
WWW.NCSI.GOV.OM

NATIONAL CENTRE FOR STATISTICS & INFORMATION
P.O. BOX 848, MUSCAT 133 | SULTANATE OF OMAN

المركز الوطني للإحصاء والمعلومات
ص.ب ٨٤٨، | مسقط رب ١٣٣، سلطنة عُمان



(+٩٦٨) ٩١٤٥٩٤٥