



مؤشر ثقة المستهلك

نشرة ربع سنوية

المؤشر العام لثقة المستهلك ٩٦,١

مؤشر توقعات المستهلك ٩٧,٩

مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية ٩١,٦

مؤشر مستوى دخل الأسرة ٩٨,٨

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 ثابت قيمة المؤشر عند ١٠٠ يعني الحياد، أو عدم حدوث تغيير عن الفترة المرجعية، وقد تم اختيار الربع الأخير من ٢٠١٤ ليكون فترة الأساس بسبب اتجاه المؤشرات إلى الاستقرار النسبي فيه مقارنة بالفترات السابقة من العام، وأيضاً لتلافي أثر توحيد رواتب موظفي القطاع المدني (الذي بدأ العمل به منذ أول يناير ٢٠١٤) على قيم المؤشرات.

مستوى الحياد



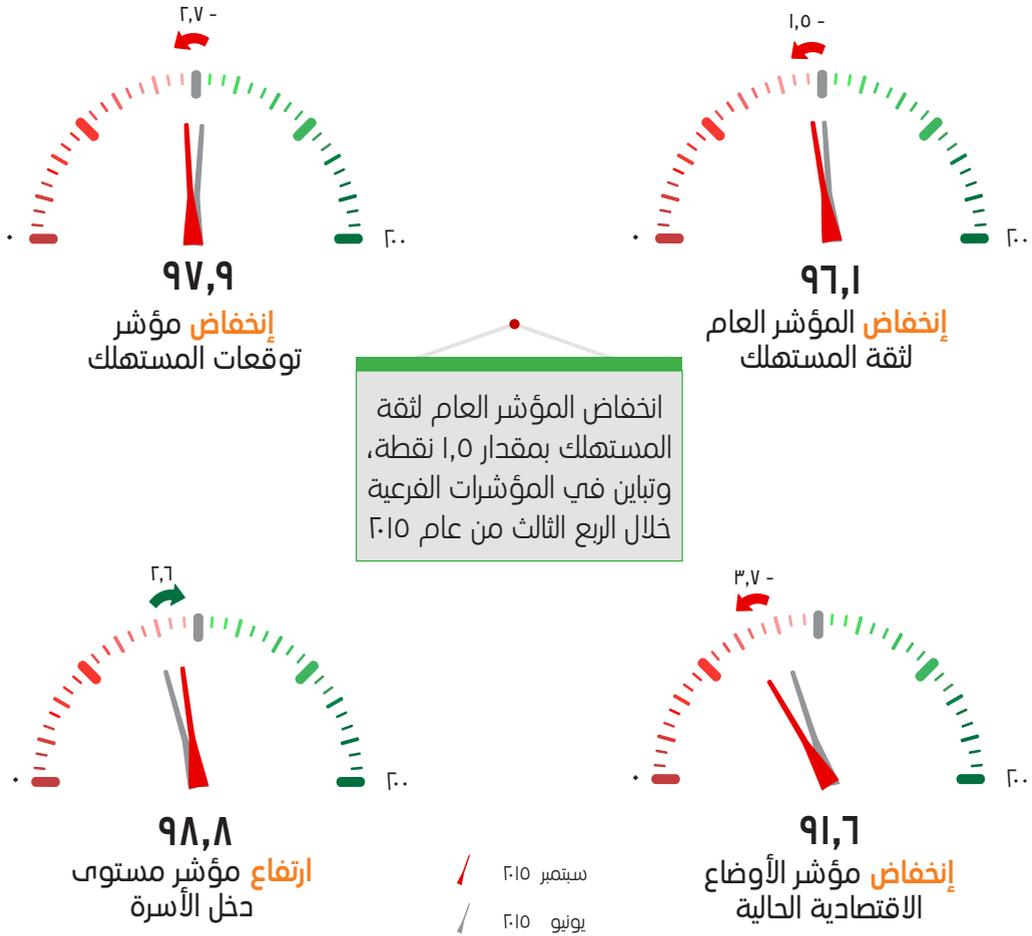
زيادة مستوى التشاؤم

١٠٠

زيادة مستوى المتفائل

المؤشر العام والمؤشرات الفرعية

شكل ١: المؤشر العام لثقة المستهلك والمؤشرات الفرعية
الربع الثالث - سبتمبر ٢٠١٥



- انخفضت قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك بمقدار ١,٥ نقطة في الربع الثالث من عام ٢٠١٥، حيث سجل المؤشر ٩٦,١ نقطة مقابل ٩٧,٦ نقطة في الربع الثاني من هذا العام.
- انخفض مؤشر توقعات المستهلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ بمقدار ٢,٧ نقطة، ليسجل ٩٧,٩ نقطة مقابل ١٠٠,٦ نقطة في الربع الثاني من نفس العام، مما يعني تراجعاً نسبياً في مستوى التفاؤل بخصوص الأوضاع الاقتصادية المستقبلية بين الربعين.
- واصل مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية انخفاضه في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ ليصل إلى ٩١,٦ نقطة، بانخفاض قدره ٣,٧ نقطة عن الربع الثاني، وانخفاض ٦,٣ نقطة عن الربع الأول من نفس العام.
- سجل مؤشر مستوى دخل الأسرة الارتفاع الوحيد بين المؤشرات الفرعية في الربع الثالث من عام ٢٠١٥، حيث بلغت قيمته ٩٨,٨ نقطة، بزيادة قدرها ٢,٦ نقطة عن الربع الثاني، وزيادة ٦,٨ نقطة عن الربع الأول من نفس العام.

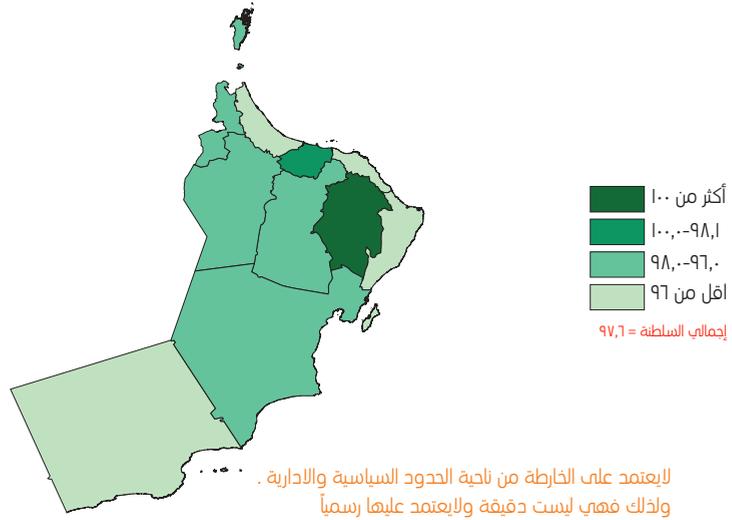
التباينات في المؤشر العام لثقة المستهلك

حسب المحافظة:

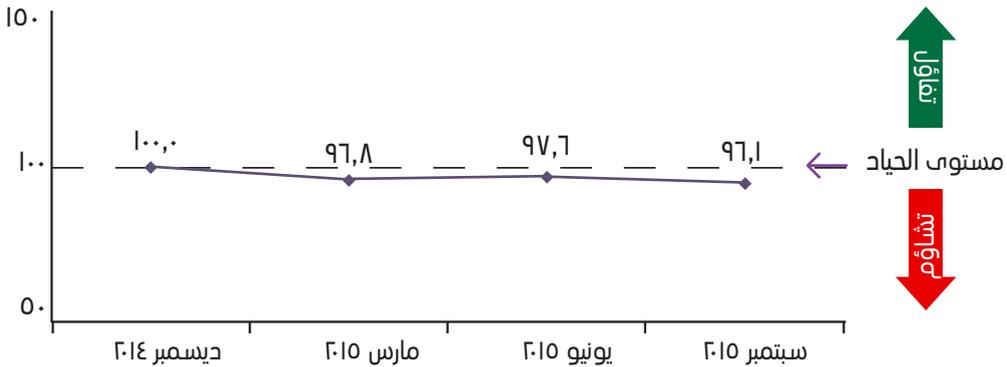
- بلغ مؤشر ثقة المستهلك أعلى قيم له في محافظتي شمال الشرقية و جنوب الباطنة (١٠١,٢ و ٩٩,٤ نقطة على الترتيب)، بينما سجلت أدنى قيم للمؤشر في محافظتي جنوب الشرقية و شمال الباطنة (٩١,٩ و ٩٤,٤ نقطة على الترتيب). تم حساب مؤشر واحد للمحافظات الثلاث مسندم والبريمي والوسطى مجتمعة وذلك لصغر حجم العينة بكل منها.

شكل ٢: المؤشر العام لثقة المستهلك حسب

أعلى القيم في محافظتي شمال الشرقية وتليها جنوب الباطنة.



شكل ٣: تطور المؤشر لثقة المستهلك



نقطة الأساس: ديسمبر ٢٠١٤ = ١٠٠ نقطة

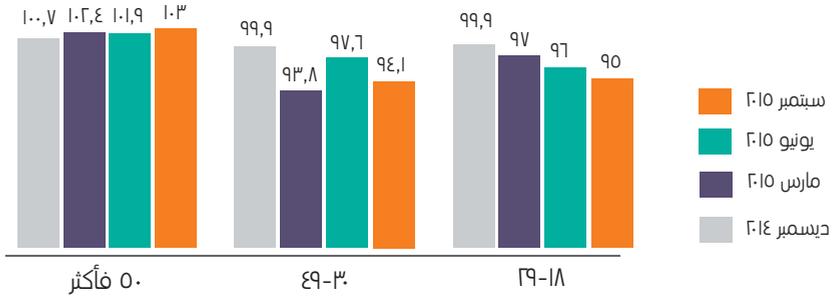
حسب العمر:

ارتفاع مستوى الثقة بين الأفراد الأكبر سناً (٥٠ سنة فأكثر) ، وانخفاضه لباقي الفئات العمرية

ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثالث من ٢٠١٥ بين الأفراد الأكبر سناً في الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) ليصل إلى ١٠٣ نقطة، بزيادة قدرها ١,١ نقطة عن الربع الثاني من نفس العام، وهو بذلك أعلى المؤشرات بين فئات العمر المختلفة، ولكن يظل المؤشر أقل من قيمته المسجلة في الربع الأول من نفس العام (والتي بلغت ١٠٢,٤ نقطة) لهذه الفئة العمرية.

انخفض المؤشر العام لثقة المستهلك في المقابل للشباب في الفئة العمرية الأصغر (١٨-٢٩ سنة) بين الربعين الثاني والثالث من عام ٢٠١٥ بمقدار نقطة واحدة ليسجل ٩٥ نقطة في الربع الثالث، كذلك انخفض المؤشر بشكل أكبر بين الأفراد في فئة العمر (٣٠-٤٩ سنة) بين الربعين بمقدار ٣,٥ نقطة ليصل إلى ٩٤,١ نقطة في الربع الثالث مقابل ٩٧,٦ نقطة في الربع الثاني.

شكل ٤ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب العمر



حسب المستوى التعليمي:

- ارتفع المؤشر العام لثقة المستهلك بمقدار ١,٢ نقطة بين الأفراد الحاصلين على تعليم

أقل من الثانوي ليصل إلى ٩٨,١ نقطة في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ مقابل ٩٦,٩ نقطة في الربع الثاني.

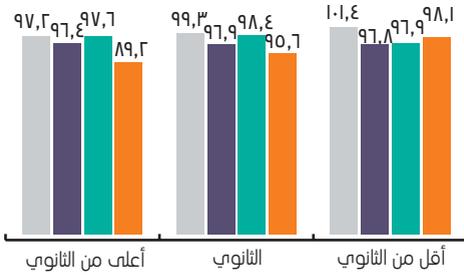
ارتفاع مؤشر الثقة بين الحاصلين على تعليم أقل من ثانوي وانخفاضه بين الحاصلين على تعليم أعلى

- في المقابل، حدث

انخفاض كبير في المؤشر العام لثقة المستهلك بين الأفراد الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (بمقدار ٨,٤ نقطة) ليصل إلى ٨٩,٢ نقطة في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ مقابل ٩٧,٦ نقطة في الربع الثاني.

- انخفضت كذلك قيمة المؤشر (لكن بدرجة أقل) بين الأفراد الحاصلين على تعليم ثانوي (بمقدار ٢,٨ نقطة) ليصل إلى ٩٥,٦ نقطة في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ مقابل ٩٨,٤ نقطة في الربع الثاني.

شكل ٥ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب التعليم



مارس ٢٠١٥
سبتمبر ٢٠١٥
ديسمبر ٢٠١٤
يونيو ٢٠١٥

حسب الجنس:

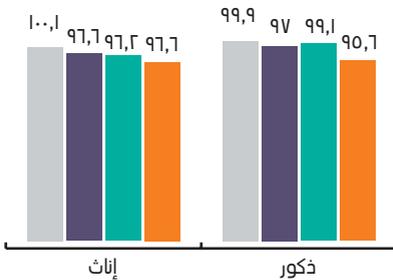
- انخفض المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ بشكل ملحوظ بين الذكور بمقدار ٣,٥ نقطة ليصل

إلى ٩٥,٦ نقطة (مقابل ٩٩,١ نقطة في الربع الثاني)، وفي المقابل ارتفع المؤشر بشكل طفيف بين الإناث بمقدار ٠,٤ نقطة ليصل إلى ٩٦,٦ نقطة (مقابل ٩٦,٢ نقطة في الربع الثاني).

انخفاض مستوى الثقة بين الذكور، وارتفاعه بشكل طفيف بين الإناث

- ويلاحظ أن مستوى الثقة بين الإناث في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ أصبح أعلى من الذكور (٩٦,٦ نقطة مقابل ٩٥,٦ نقطة على الترتيب)، وهو عكس الوضع في الربع السابق من نفس العام حيث كان مستوى الثقة أعلى بين الذكور (٩٦,٢) للإناث مقابل (٩٩,١) للذكور).

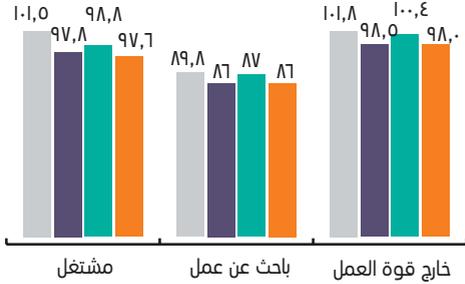
شكل ٦ : المؤشر العام لثقة المستهلك حسب الجنس



حسب الحالة العملية:

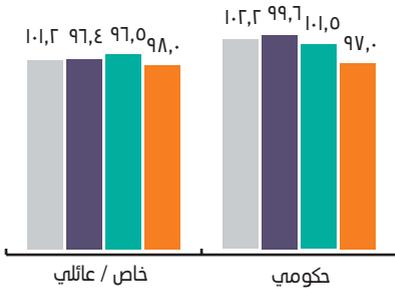
- انخفض المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ عن الربع الثاني لجميع فئات الحالة العملية، وكان الانخفاض الأكبر بين الأفراد خارج قوة العمل بمقدار ٢,٤

شكل ٧: المؤشر العام لثقة المستهلك حسب الحالة العملية



مارس ٢٠١٥
سبتمبر ٢٠١٥
ديسمبر ٢٠١٤
يونيو ٢٠١٥

شكل ٨: المؤشر العام لثقة المستهلك حسب قطاع العمل



انخفاض مستوى الثقة لجميع الفئات، وبشكل خاص بين الأفراد خارج قوة العمل والمشتغلين

نقطة (٩٨) نقطة في الربع الثالث مقابل ١٠٠,٤ نقطة للربع الثاني)، وانخفض المؤشر بمقدار ١,٢ نقطة بين المشتغلين لتصل قيمته بين إلى ٩٧,٦ نقطة مقابل ٩٨,٨ في الربع الثاني، بينما انخفض المؤشر بمقدار نقطة واحدة بين الباحثين عن عمل ليصل إلى ٨٦,٠ نقطة مقابل ٨٧,٠ نقطة في الربع الثاني.

تظل قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك بين الباحثين عن عمل في الربع الثالث من ٢٠١٥ هي الأدنى بين جميع فئات الحالة العملية، حيث تقل عن قيمة المؤشر للمشتغلين والأفراد خارج قوة العمل بما يقارب ١٢ نقطة.

حسب قطاع العمل:

انخفضت قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك في الربع

انخفاض مستوى الثقة بشكل ملحوظ بين المشتغلين بالقطاع الحكومي وارتفاعه بين المشتغلين بالقطاع الخاص

الثالث من عام ٢٠١٥ بين المشتغلين بالقطاع الحكومي إلى أدنى قيمة لها هذا العام حيث بلغت ٩٧ نقطة بانخفاض قدره ٤,٥

نقطة عن الربع الثاني من نفس العام. في المقابل ارتفعت قيمة المؤشر العام لثقة المستهلك بين الربعين الثاني والثالث من عام ٢٠١٥ بين المشتغلين بالقطاع الخاص/ العائلي بمقدار ١,٥ نقطة لتصل إلى ٩٨ نقطة في الربع الثالث.

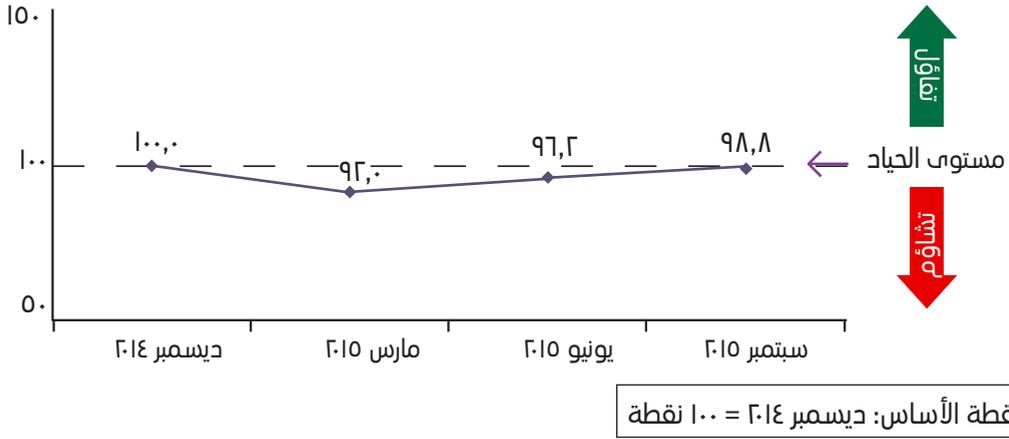
ونلاحظ تلاشي الفجوة في مؤشر ثقة المستهلك بين المشتغلين في القطاع الحكومي والمشتغلين بالقطاع الخاص/العائلي في الربع الثالث من عام ٢٠١٤ (بل وتحولها بفارق بسيط لصالح المشتغلين بالقطاع الخاص/العائلي)، فبينما كان مستوى الثقة أعلى دائماً بين المشتغلين بالقطاع الحكومي، نجد أنه لأول مرة يزيد مستوى الثقة في القطاع الخاص/العائلي بنقطة واحدة عن الحكومي (٩٨ نقطة مقابل ٩٧ نقطة على الترتيب).

المؤشرات الفرعية

مؤشر مستوى دخل الأسرة

- يشير شكل (٩) إلى ارتفاع قيمة مؤشر مستوى دخل الأسرة للمرة الثانية على التوالي خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٥ بمقدار ٢,٦ نقطة عن الربع الثاني من نفس العام (٩٨,٨ مقابل ٩٦,٢ نقطة على الترتيب)، وهو أعلى المؤشرات الفرعية. وبالرغم من انه المؤشر الفرعي الوحيد الذي ارتفعت قيمته خلال هذا الربع من العام، إلا أنه ما يزال أقل من القيمة المسجلة في الربع الأخير من عام ٢٠١٤ (١٠٠ نقطة). ويعتمد المؤشر في حسابه على السؤالين الموضحين في الشكلين ١٠ و ١١.

شكل ٩ : تطور مؤشر مستوى دخل الأسرة

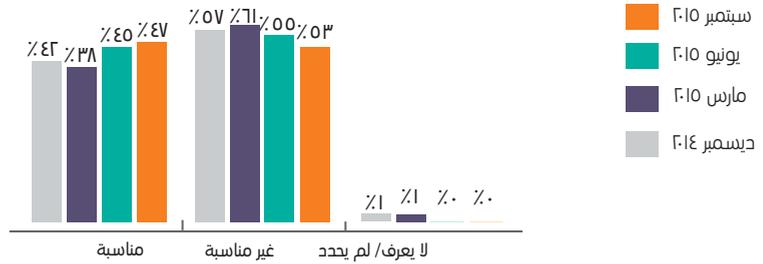


- حوالي اثنين من كل خمسة من المواطنين (٤٣٪) يعتقدون أن الحالة المادية لأسرهم في الربع الثالث من ٢٠١٥ أفضل من العام الماضي (مقابل ٤١٪ في الربع الثاني، و ٤٨٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، بينما ذكر ١٨٪ أن الحالة المادية لأسرهم أسوأ من العام الماضي، وهي نفس النسبة المسجلة في الربع الثاني من عام ٢٠١٥.
- ذكر ما يقارب من نصف المواطنين (٤٧٪) أن الظروف المالية لأسرهم في الربع الثالث من ٢٠١٥ مناسبة لشراء السلع غالية الثمن مثل الأجهزة المنزلية أو السيارة أو ما شابه، وهي أعلى النسب المسجلة خلال عام ٢٠١٥ وأيضاً أعلى من النسبة المسجلة في الربع الأخير من عام ٢٠١٤ (٤٢٪).

شكل ١٠ : هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي أفضل، أم أسوأ، أم كما هي مقارنة بالعام الماضي؟



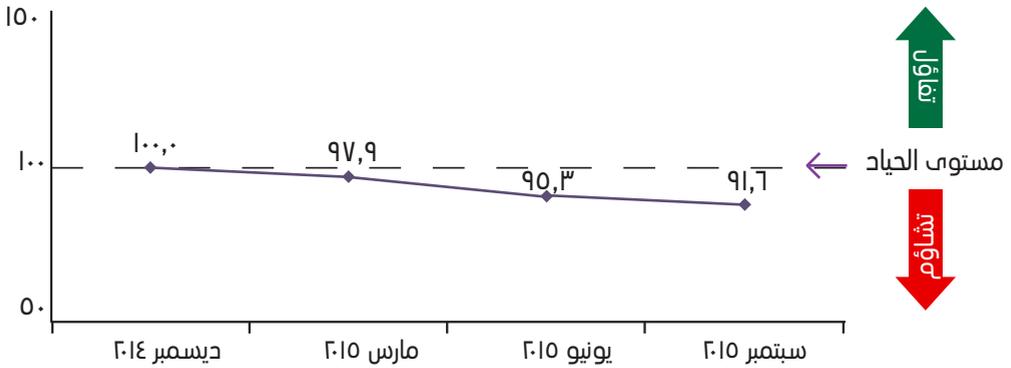
شكل ١١: هل الظروف المالية لك ولأسرتك في الوقت الحالي مناسبة أم غير مناسبة لشراء أجهزة منزلية أو سيارة أو ما شابه؟



مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية

- كما هو مبين في شكل (١٢)، واصل مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية انخفاضه للمرة الثالثة على التوالي خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٥ ليصل إلى ٩١,٦ نقطة، بانخفاض قدره ٣,٧ نقطة عن الربع الثاني، وانخفاض قدرة ٨,٤ نقطة عن الربع الأخير من عام ٢٠١٤. ويعتمد المؤشر في حسابه على السؤالين الموضحين في الشكلين ١٢ و ١٣.

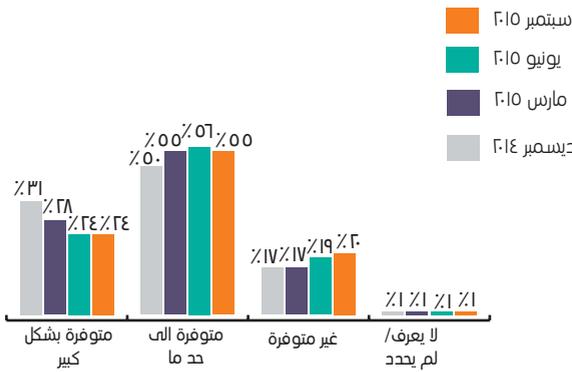
شكل ١٢: تطور مؤشر الأوضاع الاقتصادية الحالية



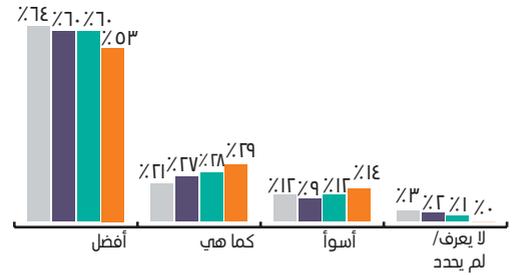
نقطة الأساس: ديسمبر ٢٠١٤ = ١٠٠ نقطة

- أكثر من نصف العمانيين (٥٣٪) يعتقدون أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام في السلطنة في الربع الثالث من ٢٠١٥ أفضل من العام الماضي، وهي أقل من النسب المسجلة خلال الربعين السابقين من عام ٢٠١٥ (٦٠٪) والربع الأخير من عام ٢٠١٤ (٦٤٪).
- أربعة من كل خمسة من المواطنين تقريباً (٧٩٪) يرون أن فرص العمل إما متوفرة بشكل كبير (٢٤٪) أو متوفرة إلى حد ما (٥٥٪) في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ ، وذلك مقابل ٨٠٪ في الربع الثاني من نفس العام، ومقابل ٨١٪ في الربع الأخير من ٢٠١٤.

شكل ١٤ : بالنسبة لفرص العمل في الوقت الحالي، بشكل عام هل ترى أنها متوفرة بشكل كبير، أو متوفرة إلى حد ما أو غير متوفرة؟

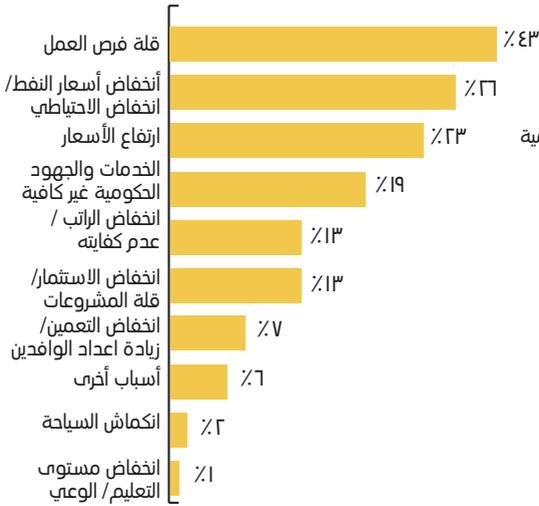


شكل ١٣ : هل ترى أن الاقتصاد في سلطنة عمان بشكل عام (فرص العمل، الاستثمارات، الإنتاج، الظروف المعيشية) أفضل، أم أسوأ، أم كما هي مقارنة بالعام الماضي؟

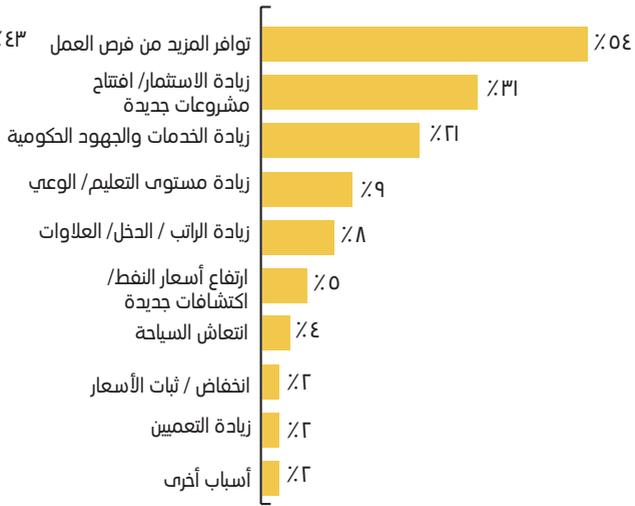


- كما هو مبين في شكل (١٥)، بالنسبة للمواطنين الذين ذكروا أن الأوضاع الاقتصادية أفضل في الربع الثالث من ٢٠١٥ عن العام الماضي، كانت أهم ثلاثة أسباب لذلك الاعتقاد هي: توافر المزيد من فرص العمل (٥٤٪)، وزيادة الاستثمار وافتتاح مشروعات جديدة (٣١٪)، وزيادة الخدمات والجهود الحكومية (٢١٪)، وهي نفس الأسباب التي ذكرت في الربع السابق مع اختلافات بسيطة في النسب.
- ويوضح شكل (١٦)، أن أهم أسباب الاعتقاد بأن الأوضاع الاقتصادية الحالية في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ أسوأ من العام الماضي هي: قلة فرص العمل (٤٣٪)، وانخفاض أسعار النفط (٣٦٪)، بالإضافة إلى ارتفاع الأسعار (٢٣٪)، وتختلف هذه الأسباب بعض الشيء عن الأسباب التي ذكرت في الربع السابق، على سبيل المثال تضاعفت نسبة من ذكروا انخفاض أسعار النفط عن النسبة المسجلة في الربع السابق، كما ارتفعت نسبة من ذكروا قلة فرص العمل بمقدار ٧ نقاط مئوية، بينما انخفضت نسبة الشكوى من ارتفاع الأسعار بمقدار ١٣ نقطة مئوية.

شكل ١٦ : لماذا ترى أن الاقتصاد العماني أسوأ حالياً؟



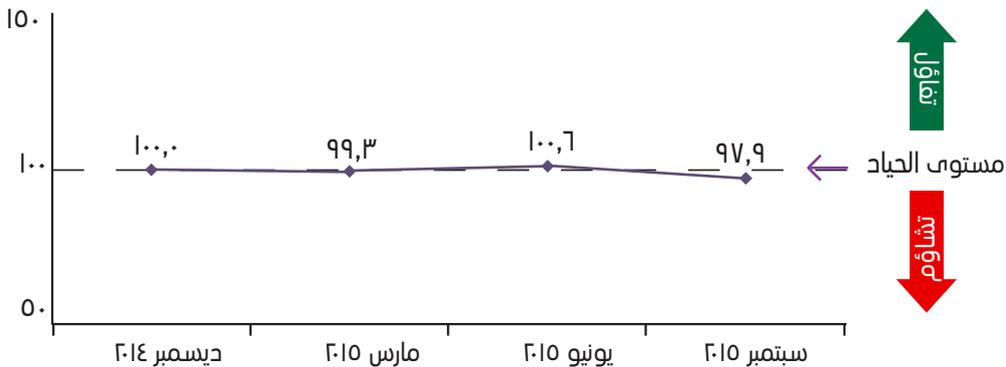
شكل ١٥ : لماذا ترى أن الاقتصاد العماني أفضل حالياً؟



مؤشر توقعات المستهلك

- يشير شكل (١٧) إلى انخفاض مؤشر توقعات المستهلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ بمقدار ٢,٧ نقطة ليصل إلى ٩٧,٩ نقطة مقابل ١٠٠,٦ نقطة في الربع الثاني من نفس العام، ومقابل ١٠٠ نقطة في الربع الأخير من عام ٢٠١٤. ويعتمد مؤشر توقعات المستهلك في حسابه على ثلاثة أسئلة موضحة في الأشكال من ١٧ إلى ١٩.

شكل ١٧ : تطور مؤشر توقعات المستهلك

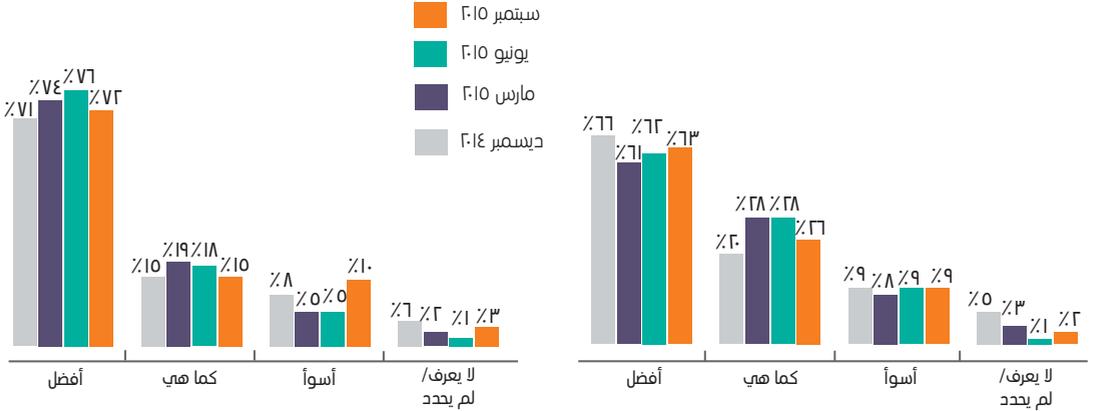


نقطة الأساس: ديسمبر ٢٠١٤ = ١٠٠ نقطة

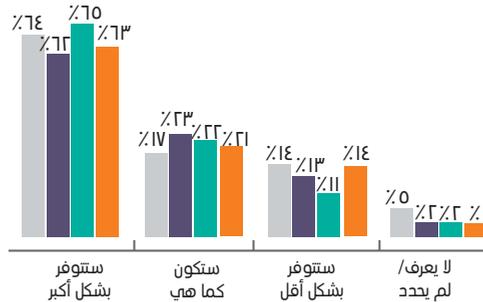
- يعتقد أكثر من ثلاثة من كل خمسة من المواطنين (٦٣٪) أن الحالة المادية لهم ولأسرهم ستتحسن خلال العام القادم بإذن الله تعالى، وذلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥ (مقابل ٦٢٪ في الربع الثاني، ٦١٪ في الربع الأول، و ٦٦٪ في الربع الأخير من عام ٢٠١٤)، وفي المقابل يعتقد ٩٪ بأنها ستكون أسوأ (وهي نفس النسبة المسجلة في الربع السابق).
- كذلك أعرب أكثر من ٧٢٪ من العمانيين عن تفاؤلهم بتحسين الأوضاع الاقتصادية في السلطنة بشكل عام خلال العام القادم، وذلك في الربع الثالث من عام ٢٠١٥، بانخفاض قدره ٤ نقاط مئوية عن الربع السابق، كما يعتقد ٦٣٪ من المواطنين أن فرص العمل ستكون متوفرة بشكل أكبر مقابل ٦٥٪ في الربع الثاني من عام ٢٠١٥.

شكل ١٩: 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 ١٨: خلال عام من الآن، هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك ستكون أفضل، أم أسوأ، أم كما هي الآن؟



شكل ٢٠: 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 ١٤٨٦ 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 ٦ إلى ١٠ سبتمبر ٢٠١٥م.

• مؤشر مستوي 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 المرجعية (الربع الأخير من عام ٢٠١٤)٤، 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.

٤- تم تعديل طريقة حساب المؤشرات بداية من الربع الأول من ٢٠١٥، بحيث يتم حساب المؤشر منسوباً إلى قيمته في فترة الأساس.

      8007 6274  +968 9145 9145