

تداعيات جائحة كوفيد 19 على مؤشر ثقة المستهلك الجزائري

Repercussions of the COVID-19 pandemic on the Algerian Consumer Confidence Index

د. شنوف حمزة

University of Algiers 3 –Algeria

chennouf.hamza@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2020/09/30

تاريخ القبول: 2020/09/04

تاريخ الاستلام: 2020/05/29

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تداعيات كوفيد 19 على مؤشر ثقة المستهلك الجزائري للفترة الممتدة بين 2020/03/31 – 2020/05/01، والتي أجريت دراسته على عينة من 180 فرد يمثلون أسر جزائرية، وتوصلت نتائج البحث إلى وجود حالة تشاؤمية بلغت ما قيمته 75.27 نقطة بخصوص المؤشر العام لثقة المستهلك الجزائري، وذلك بالرغم من الحالة التفاؤلية للمواطنين بخصوص مؤشر توقعات المستهلك، إلا أن ذلك أصطحب حالة تشاؤمية في كل من مؤشر دخل الأسرة والأوضاع الاقتصادية، وهو ما عبر على الحالة التشاؤمية للمواطنين بشكل عام.

- الكلمات المفتاح : كوفيد 19 ؛ مؤشر ثقة المستهلك ؛ الأداء الاقتصادي .
- تصنيف JEL : P46 .P24 .

Abstract:

This study aimed to determine the repercussions of COVID-19 on the Algerian Consumer Confidence Index between 03/31/2020 and 01/05/2020, which was conducted on a sample of 180 individuals representing Algerian families. The research has found that the existence of a pessimistic situation that reached 75.27 points regarding the general index of Algerian consumer confidence, despite the optimistic state of citizens regarding the index of consumer expectations. Thus, they have accompanied a pessimistic case in both the index of household income and economic conditions, which expressed the pessimistic situation of citizens in general.

- **Keywords:** Coved-19; Consumer confidence index; Economic performance.
- **Jel Classification Codes :** P46 ; P24.

- تمهيد :

إن المتتبع للأحداث الاقتصادية في الآونة الأخيرة، وفي الثلث الأول من عام 2020 خاصة، يرى حجم الصدمة التي حققتها جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي بشكل عام، إذ يراها بعض الخبراء والمتابعين للحياة الاقتصادية أنها أكثر حدة من أزمة 2008، وهناك من ذهب أبعد من ذلك، وقال سيكون الوضع أسوأ مما كان عليه أثناء فترة الكساد الكبير. وضرب جائحة كوفيد 19 للاقتصاد العالمي أو الاقتصاد الوطني ما هو إلا نتيجة اضطرابات مفاجئة ومتكررة في أحد أطراف معادلة الاقتصاد، والتي يعبر عليها بالنتائج المحلي الاجمالي.

ويمثل الاستهلاك أحد أطراف معادلة الاقتصاد (النتائج المحلي الاجمالي) والذي له تأثير أيضا على جميع متغيرات معادلة الاقتصاد (الإنفاق الحكومي، الاستثمار)، ويعتبر مؤشر ثقة المستهلك من بين المؤشرات الهامة في تحديد الأداء الاقتصادي وتوجيهه بشكل عام على المدى القصير والمتوسط في كثير من الأحيان. كما يعد هذا الأخير أحد الأدوات التي يتم استخدامها بدرجة كبيرة لمعرفة القدرة الانفاقية للمستهلك وثقتهم بمستقبلهم الاقتصادي. حيث أصبح يتم الاعتماد عليه بشكل دوري في معظم دول العالم خاصة التي تتسم بوجود أسواق مالية نشطة، وقد ثبت، بمرور الوقت، أن التغير في ثقة المستهلك يعبر على التغير في الانفاق الاستهلاكي، وبالتالي التغير في الناتج المحلي الاجمالي، ومنه التغير في معدلات النمو الاقتصادي، والذي يمس هذا الأخير الأسواق المالية، معدلات التوظيف والأسعار...

ومع تفاقم هذه الجائحة شهدت الجزائر مثلها مثل باقي دول العالم اضطرابات كثيرة في حركة عجلة الاقتصاد، نتيجة الخوف من عدم معرفة ما سيؤول إليه المستقبل القريب. خاصة مع ما أحدثته هذه الأزمة من انخفاض أسعار البترول، وتوقف بعض الأنشطة الاقتصادية، ما أدى ذلك إلى حدوث عدت قرارات من السلطات العليا للبلاد منها انخفاض مستوى العمالة على مستوى المؤسسات العمومية، التخفيض في ميزانيات التجهيز والتسيير...، كما شهدت تضرر الكثير من الأسر نتيجة توقف أرباب أسرهم عن العمل...

مما سبق نطرح الاشكالية الرئيسية التالية :

ما أثر جائحة كوفيد 19 على ثقة المستهلك الجزائري ؟

فرضيات الدراسة: للإجابة على الاشكالية الرئيسية، سيتم الاعتماد على الفرضيات التالية :

الفرضية الأولى: هناك تشاؤم بخصوص مؤشر مستوى دخل الأسرة، بالنسبة للمستهلك الجزائري، في ظل تفشي جائحة كوفيد 19؛
الفرضية الثانية: هناك تشاؤم بخصوص مؤشر الأوضاع الاقتصادية، بالنسبة للمستهلك الجزائري، في ظل تفشي جائحة كوفيد 19؛

الفرضية الثالثة: هناك تشاؤم بخصوص مؤشر توقعات المستهلك، بالنسبة للمستهلك الجزائري، في ظل تفشي جائحة كوفيد 19؛

الفرضية الرابعة: هناك تشاؤم في مؤشر ثقة المستهلك الجزائري بشكل عام، في ظل تفشي جائحة كوفيد 19.

أهداف الدراسة :

تتجسد الأهداف الرئيسية وراء اعداد هذه الورقة البحثية إلى :

- تحديد مفهوم ونشأة مصطلح مؤشر ثقة المستهلك؛
- ابراز أهمية تحديد مؤشر ثقة المستهلك في الحياة الاقتصادية؛
- التعرف على توقعات المستهلك الجزائري بخصوص كل من الدخل الأسري، وتوقعات المستهلك؛
- التعرف على توقعات المستهلك الجزائري لحالة للاقتصاد الوطني، في الفترة الحالية والمستقبلية.

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في حساب مؤشر ثقة المستهلك الجزائري، وتحديد الحالة المزاجية للمواطنين هل هي تشاؤمية أو تفاؤلية نتيجة للأوضاع الحالية. كما تتمثل أهمية الدراسة في تحديد أثر تفشي جائحة كوفيد 19 على مؤشرات ثقة المستهلك في الدول الأكثر تعرضا في العالم خلال الربع الأول من سنة 2020.

منهج الدراسة: تم في هذا الدراسة الاعتماد على المنهج الوصف التحليلي، وذلك بغرض وصف وتفسير وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية، التي سوف نقوم بها لاختبار فرضيات البحث والتحقق من نتائج الاختبار. وسنقوم في هذا البحث بضبط تداعيات جائحة كوفيد 19 على مؤشر ثقة المستهلك في كل من الجزائر والدول الأكثر تعرضا للإصابات في العالم، من خلال التطرق في الجزء الأول الخاص بالأدبيات النظرية والتطبيقية، لتوضيح مفهوم مؤشر ثقة المستهلك ثم تحديد تداعيات انتشار جائحة كوفيد على مؤشرات ثقة المستهلك لدول الخمس أكثر تعرضا في العالم، من ثم في الجزء التطبيقي ولاقترانا لمعلومات حول مؤشر ثقة المستهلك الجزائري سنحاول قياس مؤشر ثقة المستهلك في ظل هذه الأوضاع، ومقارنة نتائجها إلى ما ألت إليه نتائج بعض الدول العالمية.

الدراسات السابقة : نظرا لحدثة موضوع كوفيد 19، في الحياة العملية أو العلمية، وافتقار البحوث الأكاديمية لمواضيع تتماشى مع تداعيات كوفيد 19 على الأوضاع الاقتصادية، سنحاول في هذا الجزء عرض بعض الأبحاث التي تتطرق في صلب موضوعها حول تأثير جائحة كوفيد على مؤشر ثقة المستهلك.

- أشارت (GFK, 2020)، أنه كان لانتشار جائحة كوفيد 19، أثرا كبيرا على مؤشر ثقة المستهلك البريطاني في شهر أبريل، وفق لدراسة أجرتها GFK المختصة بالمسح الشهري لثقة المستهلك، إذ بلغ هذا الأخير أدنى مستوى له منذ الهبوط التاريخي لشهر جويلية سنة 2008. وبمقداره - 34 نقطة، مقارنة بالانخفاض التاريخي لسنة 2008 والذي وصل لحد - 39 نقطة.

- حاول (LEER, 2020) تحليل كيف غير انتشار جائحة كوفيد 19 من ثقة المستهلك الأمريكي، في الولايات 50 الأمريكية، مع تحول تصورات المستهلك في أعقاب انتشار هذه الجائحة، فتوصلت نتائج هذه الدراسة فبالرغم من تحسن المؤشر تدريجيا في شهر ماي، إلا أنه لا يزال المستهلكون في جميع الولايات الخمسين أقل ثقة بكثير مما كانوا عليه في أوائل مارس، قبل أن يعلن الرئيس دونالد ترامب حالة طوارئ وطنية في 13 مارس. ويرجع ذلك إلى أن المستهلكين ينظرون إلى كوفيد 19، على أنه مشكلة وطنية وأنه تهديد للاقتصاد الوطني، ومنه تكون التغيرات في ثقة المستهلك على مستوى الدولة مرتبط بشكل سلبي مع الحالات المؤكدة في الدولة ككل.

- و أوضح (Jones, 2020)، في مقالة ضمن منتدى الاقتصادي العالمي رسوم بيانية توضح كيف غير كوفيد 19 من إنفاق المستهلكين حول العالم، حيث أشارت الدراسة إلى وجود كبح بخصوص انفاق المستهلكين، وتخفيض أنفاقهم على جميع المنتجات والخدمات غير أساسية، كان سببا في اضطراب جميع الصناعات الممكنة، مع تضرر أغلب القطاعات، لكن بنسب متفاوتة بين قطاعات في وضع أفضل للتغلب على تأثير هذه العاصفة وأخرى تصارع من أجل البقاء. وخلص إلا أن الأكثر القطاعات تضررا كانت في السفر، والنقل والملابس، كم أوضحت الدراسة تفاعل على مستوى مؤشرات ثقة المستهلك في كل من الصين، اندونيسيا ونيجيريا، بالمقابل وجود تفاعل بشأن المستقبل عند المواطنين الأمريكيين مقارنة بالأوروبيين، كما يعتقد 37% من المواطنين الأمريكيين أن البلاد ستتعافى في غضون الشهرين أو الثلاثة القادمة.. وفي الأخير خلص الباحث إلا ان العالم يتجه نحو مستقبل مجهول، ومختلف بكثير بعد زوال هذه الجائحة.

1.1- ماهية مؤشر ثقة المستهلك :

يعتبر مؤشر ثقة المستهلك من بين أهم مؤشرات الأداء الاقتصادي، وهو أحد القوى الدافعة للاقتصاد، وتحديده ومتابعته مع مرور الوقت، ثبت نجاعته في تحديد السلوك الانفاقي للمواطن، وبالتالي تحديد التغير في حجم الانفاق الاستهلاكي، من ثم التغير في الناتج المحلي الاجمالي، ويعبر هذا المؤشر على " مقياس الحالة المزاجية للمستهلكين تجاه أوضاع الاقتصاد الحالية، ومقياس لتفاؤلهم أو تشاؤمهم بخصوص توقعاتهم الاقتصادية" (جورمان، 2010، صفحة 219)، كما يرى (العيسوي، 2014، صفحة 259) أن هذا المؤشر يلقي الضوء على المستوى العام للنشاط الاقتصادي واتجاهاته في المستقبل القريب (6 أشهر) خصوصا لاستعداد المستهلكين للإنفاق واستعداد قطاع الأعمال للتوسع. كما يرى (Board, 2020) أن هذا التقرير الشهري والذي يستخدم كمسح ل 5000 أسرة، يعكس ثقة المستهلك لظروف العمل السائدة، والتطورات المحتملة للأشهر المقبلة. كما يشرح مواقف المستهلكين، ونوايا الشراء مع البيانات المتاحة حسب العمر، والدخل والمنطقة. كما يرى (Leguideboursier, 2020) هو مؤشر اقتصادي يوفر معلومات عن معنويات الأسرة، ويستند هذا المؤشر إلى دراسة استقصائية لحوالي 500 شخص، سُئلوا عن رؤيتهم للمستقبل الاقتصادي على المدى القصير والمتوسط وكذلك على مؤشرهم الشخصي، وهذا مؤشر يخبرنا عن صحة الاقتصاد في المستقبل لأنه مؤشر رئيسي حقيقي للاستهلاك المستقبلي للأفراد. مما سبق يمكننا قول أن مؤشر ثقة المستهلك هو مؤشر اقتصادي يهدف إلى تحديد الاتجاه العام لسلوك المستهلك على المدى القصير والمتوسط، وأي زيادة في مؤشر ثقة المستهلك فيعني ذلك الاستعداد التام للإنفاق، وأي انخفاض في مؤشر الاستهلاك يعني شد الأزمات والتقليل من الإنفاق. كما يمكننا القول أن بالرغم من امكانية تعارض النتائج على المدى القصير في بعض الأحيان، إلا أن اتجاه المستوى العام للاستهلاك يتماشى طرديا مع استراتيجيات وخطط أصحاب قطاع الأعمال، وبالتالي التأثير الطردي مع قيمة ومعدلات نمو الناتج المحلي الاجمالي "الاقتصاد"، في ظل ثبات المتغيران الأخران في معادلة الاقتصاد.. ولو أن في أغلب الأحيان تشير الزيادة في الاستهلاك العائلي إلى الزيادة في المتغيران الآخرين " الاستثمارات والنفقات الحكومية".

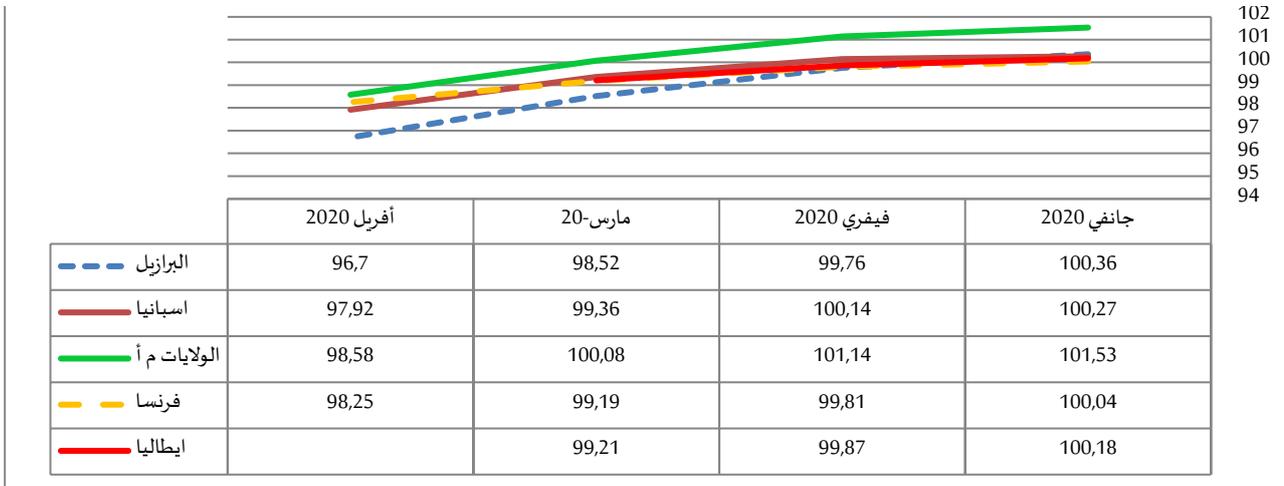
لو تتبعنا قليلا سنرى هناك رقمين للمسح عند اعداد التقرير الشهري لمؤشر ثقة المستهلك، تارة 500 أسرة، وتارة 5000 أسرة، ويرجع ذلك لمقياسان يتبعان على نطاق واسع عند اعداد مؤشر ثقة المستهلك، يتمثل في مؤشر ثقة المستهلك الصادر عن مجلس المؤتمر، ومؤشر ثقة مستهلك الصادر عن جامعة Michigan، وباختلاف طبيعة الأسئلة الموجهة ومحاورها وتاريخ اصدار التقارير، يكمن الفرق بينهما أن مؤشر ثقة المستهلك الصادر عن جامعة Michigan (جورمان، 2010، صفحة 219) هو استفتاء شهري يجري على 500 مستهلك، وكانت سنة الأساس له عام 1966. أما مجلس المؤتمر فتتم عملية المسح على 5000 أسرة من جميع المناطق. وقد قام (Ludvigson, Spring 2004) بتوضيح الفرق بينهم بالتفصيل. أما طريقة حسابها سيتم توضيحها بشكل من التفصيل خلال الجزء التطبيقي.

2.1- أثر جائحة كوفيد 19 على مؤشر ثقة المستهلك، لأكثر الدول تعرضا:

إن المتتبع للأحداث العالمية في الوقت الراهن يرى حجم الكارثة التي لحقتها جائحة كوفيد على المستوى العالمي، ويعتبر من أكثر الكلمات بحثا على محرك البحث GOOGLE، وما زاد الطينة البلة بالإضافة إلى الخسائر البشرية، هناك خسائر مادية كبرى على المستوى العالمي، وحدث ذلك جراء توقف النشاطات الاقتصادية العالمية عن الحركة من جهة، وزعزعت ثقة المستهلك وجهله إلى ما يؤول إليه الاقتصاد خاصة على المدى القصير من جهة أخرى. خاصة مع ارتفاع معدلات البطالة، وانخفاض معدلات الاستهلاك، والنقص في مدخرات الأفراد وتوقف العديد من الشركات على العمل، كل هذا أدى إلى انخفاض معدلات نمو اقتصاديات الدول. لذا نسعى في هذا الجزء من خلال كل ما سبق تحليل مؤشر ثقة المستهلك لدول أكثر تعرضا بعدد الاصابات جراء تفشي هذه الجائحة.

وقد تم اختيار مؤشر ثقة المستهلك للأشهر الأربعة الأولى لسنة 2020 (OCDE, 2020)، وتم من خلال نفس المصدر التأشير أو اختيار نتائج الدول المعنية لدراسة فقط، والتي تعتبر الأكثر تعرضا " الولايات المتحدة الأمريكية، اسبانيا، البرازيل، إيطاليا، فرنسا" لغاية تاريخ 19 ماي 2020 (worldometers, 2020)، بعد اقضاء كل من روسيا والمملكة المتحدة لعدم توفر معلومات حول مؤشر ثقة المستهلك. والشكل التالي يوضح تطور مؤشر ثقة المستهلك خلال الربع الأول من سنة 2020:

الشكل (1): تطور مؤشر ثقة المستهلك للربع الأول 2020، لدول الخمس أكثر تعرضا بكوفيد 19

Source : <https://data.oecd.org/fr/leadind/confiance-des-consommateurs.htm>

يلاحظ من الشكل أعلاه أن جميع الدول الكبرى المتضررة من جائحة كوفيد 19، كان مؤشر ثقة المستهلك في انخفاض مستمر خلال الربع الأول من سنة 2020. والجدول التالي يوضح أثر التغير في مؤشر ثقة المستهلك خلال الربع الأول من سنة 2020:

الجدول (1): التغير في نسب مؤشر ثقة المستهلك للدول الخمس الأكثر تعرضا بكوفيد 19

الدولة	جانفي 2020	فيفري 2020	نسبة تغير بين شهر 1-2	مارس 2020	نسبة تغير بين شهر 2-3	أفريل 2020	نسبة تغير بين شهر 3-4
الولايات م أ	101.53	101.14	-0.39%	100.08	-1.06%	98.58	-1.52%
اسبانيا	100.27	100.14	-0.13%	99.36	-0.79%	97.92	-1.47%
البرازيل	100.36	99.76	-0.60%	98.52	-1.26%	96.7	-1.88%
ايطاليا	100.18	99.87	-0.31%	99.21	-0.67%	لا يوجد	-
فرنسا	100.04	99.81	-0.23%	99.19	-0.63%	98.25	-0.96%
			-0.33%		-0.88%		-1.46%

المصدر : من اعداد الباحث

ولقراءة وتحليل البيانات بشكل أفضل، سنحاول في الجدول أدناه عرض إجمالي عدد الاصابات في البلدان السابق ذكرها عند نهاية كل شهر، ومن ثم ملاحظة التغير في مؤشر ثقة المستهلك، والجدول التالي يوضح تطور عدد الاصابات في كل من

"الولايات المتحدة الأمريكية، اسبانيا، البرازيل، ايطاليا، فرنسا" (WHO, Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports, 2020) خلال الربع الأول من سنة 2020.

الجدول (2) : عدد الاصابات عند نهاية كل شهر للدول الخمس الأكثر تعرضا بكوفيد 19

الدولة	جانفي 2020	فيفري 2020	مارس 2020	أفريل 2020
الولايات م أ	6	62	140,640	1,003,974
اسبانيا	-	32	85,195	212,917
البرازيل	-	1	4,256	71,866
ايطاليا	2	888	101,739	203,591
فرنسا	6	57	43,977	127,066

المصدر: التقرير اليومي لمنظمة الصحة العالمية عند نهاية كل شهر

يلاحظ من الجدول (1 و 2)، كان هناك انخفاض لمؤشر ثقة المستهلك خلال جميع الأشهر الأولى، وتماشى هذا مع بدايات جائحة كوفيد 19 في تلك البلدان، وتوسع عدد المصابين خلال الأيام، وهذا ما أنشئ زعزعة في ثقة للمستهلكين تجاه الأوضاع الاقتصادية لبلدانهم، كما وصلت درجة المؤشر الأكثر سلبية خلال الشهر الرابع، وبمؤشر ثقة تشاؤمي وصل إلى 98.58 نقطة في الولايات المتحدة الأمريكية عندما بلغ عدد المصابين 1003974، وعدد المصابين في اسبانيا 212917، وبلغت آنذاك مؤشر ثقة المستهلك 97.92 نقطة وهي عند أدنى نقطة، و96.7 نقطة في البرازيل وبعدد مصابين في حدود 71866، مع غياب احصائيات ايطاليا والتي كان عدد الاصابات في تزايد مستمر، وبلغ مؤشر ثقة المستهلك الفرنسي إلى أدنى مستوياته بـ 98.25% وبعدد اصابات بلغ 127066، وتعتبر هذه المرحلة الأكثر انتشارا للجائحة في تلك البلدان. مع النصف الثاني من شهري مارس وشهر أفريل. ولم يقتصر الأمر هنا فقط إذ وصل درجة تغير قيم مؤشر ثقة المستهلك لدول مجتمعة في شهر أفريل وبنسبة (1.46%)، وبأثر أكبر مما كلن عليه في الشهرين السابقين وبنسبتي (0.33%) و (0.88%) على التوالي.

من خلال كل ما سبق ما يمكننا قوله أن لتفشي جائحة كوفيد 19 أثر سلبي على مؤشر ثقة المستهلك، وهو ما عبر عليه بالحالة التشاؤمية للمستهلكين في البلدان الأكثر تعرضا لجائحة كوفيد لغاية 2020/05/19، للأربع الأشهر الأولى. كما يمكننا القول أن ارتفاع عدد الاصابات في تلك البلدان أدى إلى ادخال الحكومات في مرحلة شك، ومع توقف النشاطات الاقتصادية، أدى ذلك إلى حدوث شك لدى الأفراد وانخفاض درجة الثقة، من ثم إلى مرحلة التشاؤم إلى أدنى من 100 نقطة مع زيادة عدد الاصابات وتوقف عجلة الاقتصاد. وعليه فإن سلوك الأفراد نتيجة جهلهم إلى ما يؤول إليه المستقبل القريب، ومع توقف نشاطاتهم وجلووسهم في منازلهم ومع تأثر البعض جراء توقفهم عن العمل، ساعد بدرجة كبيرة في تدني الأوضاع الاقتصادية حول العالم باعتباره أحد العناصر الرئيسية، في تكوين معادلة الاقتصاد.

II - الطريقة والأدوات :

أولا. عينة ومجتمع الدراسة : تم اختيار عينة عشوائية من الأفراد يمثلون أسرهم بلغ عددهم 180 فرد على مستوى الوطني ككل وذلك بعد عرضها على شكل استبنياني الكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي، من إجمالي عدد الأسر الجزائرية والتي بلغ اجمالها 5806300 في آخر احصاء تم الحصول عليه (ONS). وقد اعتبر الباحث أن العينة مقبولة لحد ما، وتم عن طريق عملية حسابية تم بناءها، بالاعتماد على عدد العائلات في الولايات المتحدة الأمريكية والتي بلغ عدد 128.58 مليون أسرة (Duffin, 2019) حتى سنة 2019، ويتم تحليل ما اجماليه 5000 أسرة "حسب مجلس المؤتمر" لمعرفة القدرة الانفاقية للمستهلك، وثقتهم المستقبلية الاقتصادية لخصت على النحو التالي :

عدد الأسر الأمريكية / عدد العينات = عدد الأسر والتي تمثلها العينة الواحدة.

$$25716 = 5.000 / 128.580.000$$

وبالتالي اسقاط النتيجة على عدد العينات والمتمثلة في 180 أسرة جزائرية من إجمالي 5.8 مليون أسرة، نجد أن عدد

العينات المدروسة قد يعبر على عدد يفوق 4.6 مليون أسرة جزائرية :

$$4.628.880 = 25716 \times 180$$

أما اسقاط عدد عينات المستخدمة بجامعة Michigan والمقدر عددها ب 500 عينة، فالأمر أعلى بكثير، وقد وزعة عينة

الدراسة حسب خصائصها كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول (3): الخصائص المميزة لعينة الدراسة

الجنس	%	العمر	%	الحالة الاجتماعية	%	مستوى التعليمي	%	الحالة العملية	%	قطاع العمل	%	المستوى الاداري	%
ذكر	50	29-18	46.7	أعزب	59.4	أقل من ثانوي	1.7	خارج ق ع	16.7	حكومي	45	عالي	19.4
أنثى	50	49-30	51.7	متزوج	38.9	ثانوي	11.7	باحث عمل	25.6	خاص	12.8	متوسط	15.6
		> 50	1.7	مطلق	1.7	جامعي	86.7	موظف	57,8	غير معني	42.2	عادي	22.8
												غير معني	42.2

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات استمارة الاستبيان

ثانيا. أداة الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة لحل اشكالية الدراسة، وتم جمع أجوبة الاستمارة وفق استبيان الكتروني تم ارساله بطريقة عشوائية لأفراد عبر صفحات المواقع التواصل الاجتماعي بشرط أن يكون جزائريين، وذلك للفترة الممتدة بين 31 مارس و 01 ماي من سنة 2020. وتضمنت أسئلة الاستبيان أربع محاور، المحور الأول خصائص الميزة لمفردات عينة الدراسة، وثلاث محاور رئيسية يتم الاعتماد عليها " بنفس المنهجية المستخدمة لحساب المؤشر والتي تم تطويرها بمركز البحوث المسموح بجامعة Michigan بالولايات المتحدة الأمريكية" للاطلاع على موقع (surveys of consumers university of michigan)، إذ تتمثل المحاور الثلاثة الرئيسية في مؤشرات الفرعية التي يبنها عليها مؤشر ثقة المستهلك، وكانت على النحو التالي:

المحور الثاني: يتضمن خمس فقرات تهدف في مجملها إلى قياس مؤشر مستوى دخل الأسرة؛

المحور الثالث: يتضمن فقرتين تهدف في مجملها إلى قياس مؤشر الأوضاع الاقتصادية؛

المحور الرابع: يتضمن ثلاث فقرات تهدف في مجملها إلى قياس مؤشر توقعات المستهلك؛

تم اعتماد الباحث على اسئلة الاستبيان في محاوره الثلاثة الرئيسية، على الاستثمارات الموزعة من خلال ملخص لمجموع من المصادر المتداولة، التي تعتمد في أساسها على قياس مؤشر ثقة المستهلك من بينها (NCSI, 2015)، وكذلك (Michigan, 2020)، مع تحيينها وضبطها مع يناسب ثقافة المستهلك الجزائري.

ثالثا: طريقة حساب المؤشرات

والطريقة المعتمدة والمتعارف عليها لحساب المؤشرات، تمر وفق المراحل التالية:

- حساب نسبي كل من الإجابات المتفائلة، والمتشائمة إلى اجمالي الإجابات. بعد استبعاد الإجابات غير المحددة.
 - حساب الفرق بين النسبتين للإجابات المتفائلة مع المتشائمة، واطافة 100 نقطة إلى هذا الفارق.
 - حساب المتوسط الحسابي لجميع أسئلة لتحديد المؤشر الفرعي؛
 - حساب المؤشر العام لثقة المستهلك كمتوسط حسابي للمؤشرات الفرعية الثلاثة.
 - يحدد تفسير قيمة مؤشر لكل سؤال، و المؤشرات الفرعية والمؤشر العام لثقة المستهلك وفق النتائج التالية:
 - تراوح قيمة المؤشر من الصفر إلى أقل من 100 نقطة، تكون نتيجة في هذه الحالة متشائمة كلما انخفضت قيمة المؤشر؛
 - القيمة تساوي 100 نقطة للمؤشر، ويعني ذلك مستوى الحياد؛
 - تراوح المؤشر من القيمة أكبر من 100 نقطة إلى 200 نقطة وتكون نتيجة في هذه الحالة متفائلة كلما ارتفع قيمة المؤشر؛
- ملاحظة: تم الاستغناء في هذا البحث على مقارنة النسبة المتحصل عليها مع فترة المرجعية " يقصد بها سنة الأساس" لغيابها، سواء عند حساب متوسط الحسابي لكل من المؤشرات الفرعية أو المؤشر العام لثقة المستهلك، لتحديد ارتفاع أو انخفاض المؤشرات.

III- النتائج ومناقشتها:

سنحاول في هذا الجزء تحليل نتائج كل سؤال على حدة ومناقشته، ومن ثم تعميم النتائج على كل من المؤشرات الفرعية والمؤشر الرئيسي، قصد قياس المؤشر العام لثقة المستهلك الجزائري في ظل جائحة كوفيد.

1. عرض النتائج المتعلقة بالمحور الثاني الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة

سيتم عرض نتائج هذا المحور وتحليلها، واختباره فقد تم الاعتماد على كل ما هو موضح في النقاط التالية:

أ- عرض نتائج السؤال الأول المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج السؤال الأول الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص الوضعية المادية للشخص وأسرتة في الوقت الحالي مقارنة بالعام الماضي، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (4) : عرض نتائج السؤال الأول المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الأول	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة " بعد استبعاد اجابات محايدة"	كما هي " نفسها "		أسوء		أفضل		العبارات
			العدد	%	العدد	%	العدد	%	
متفائلة	108	8	101	56.1	36	20	43	23.9	هل ترى أن الحالة المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي مقارنة بالعام الماضي

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك فئة من أفراد عينة الدراسة ترى ثبات في الحالة المادية للأسر الجزائرية مقارنة بالسنة الماضية، لكن مع هذا فقد بلغت نسبة المؤشر للسؤال الأول 108 نقطة بعد الاستغناء على ردود الإجابات المحايدة، وكان الفرق بين نسبتين المتفائلة والمتشائمة ايجابية في حدود 8 نقاط. إذ يعبر ذلك على الحالة التفاؤلية لأفراد العينة للحالة المالية للأسر الجزائرية مقارنة بالسنة الماضية والذي بلغ نسبتهم الاجمالية في حدود 23.9% من اجمالي عينات الدراسة. كما نرى أيضا أن خمس من أفراد عينة الدراسة وهم المواطنون يرون تدهور الحالة المادية له ولأسرتة للأسوء في الوقت الحالي مقارنة بالعام الماضي. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك عند النقطة 108، وهو ما يدل على حالة ثقة تفاؤلية للمواطنين الجزائريين بخصوص ظروفهم المادية في الوقت الحالي مقارنة بالعام الماضي.

ب- عرض نتائج السؤال الثاني المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

و لخصت نتائج السؤال الثاني الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص الظروف المادية لشخص وأسرتة في الوقت الحالي مناسبة لشراء أجهزة منزلية من عدمه، والنتائج جاءت كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (5) : عرض نتائج السؤال الثاني المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الثاني	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة	غير مناسبة لشراء أجهزة منزلية		مناسبة لشراء أجهزة منزلية		العبارات
			العدد	%	العدد	%	
متشائمة	60	(40)	126	70	54	30	هل الظروف المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن حوالي 70% من الأسر الجزائريين والذي يمثلون عينة من مجتمع الدراسة، لا تسمح لهم ظروفهم المادية في الوقت الحالي حقا من شراء أجهزة منزلية، وتعتبر هذه النسبة مقبولة في ظل ثبات الأجور، ونقص التوظيف وزيادة أسعار الأجهزة المنزلية، عكس ما عبرت عليه 54 أسرة من أفراد عينة الدراسة، إذ يرون أن ظروفهم المادية تسمح لهم أو لأسرتهم لشراء أجهزة منزلية في الوقت الحالي. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى 60 نقطة، وهو ما يدل على حالة ثقة تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص ظروفهم المادية في الوقت الحالي لشراء أجهزة منزلية.

ت- عرض نتائج السؤال الثالث المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

و لخصت نتائج السؤال الثالث الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص الظروف المادية لشخص وأسرتة في الوقت الحالي هل تسمح لهم بشراء سيارة أو عقار من عدمه، والنتائج حالت كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (6) : عرض نتائج السؤال الثالث المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الثالث	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة	غير مناسبة لشراء سيارة أو عقار		مناسبة لشراء سيارة أو عقار		العبارات
			العدد	%	العدد	%	
متشائمة	10	(90)	171	95	9	5	هل الظروف المادية لك ولأسرتك في الوقت الحالي

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

عند تحليلنا لسؤال الثالث المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والخاص بالظروف المادية للأسر في الوقت الحالي هل هي مناسبة لشراء سيارة أو عقار من عدمه، في ظل هذه الأوضاع وانتشار الجائحة، يظهر لنا جليا أنه أغلب الأسر الجزائرية لا تسمح لهم ظروفهم المادية بشراء سيارة أو عقار، وهذا ما يرونه 95% من الأسر الجزائرية. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى مستوى تدني وصل إلى 10 نقاط، وهو ما يدل على حالة ثقة جد تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص ظروفهم المادية في الوقت الحالي لشراء سيارة أو عقار.

ث- عرض نتائج السؤال الرابع المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج السؤال الرابع الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص التكاليف المعيشية لشخص أو أسرته في السنة الحالية مقارنة بالعام الماضي، كانت نتائجها كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (7) : عرض نتائج السؤال الرابع المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الثالث	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة " بعد استبعاد اجابات محايدة"	لا أعرف	كما هي	انخفضت	ارتفعت	العبارات
			%	%	%	%	
متفائلة	182	(82)	8.3	30.6	5,6	55.6	هل ترى أن تكاليفك المعيشية لك ولأسرتك في السنة الحالية مقارنة بالعام الماضي

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

يتضح من خلال الجدول (7) أن هناك فئة من أفراد عينة الدراسة تمثل ما نسبته 55,6% ترى أن تكاليفهم المعيشية لهم أو لأسرهم في السنة الحالية "أفضل" مقارنة بالعام الماضي، لكن مع هذا يرى حوالي ثلث من أفراد عينة الدراسة حياد أو عدم دراية بمقارنة تكاليفهم المعيشية في السنة الحالية بالعام الماضي، وكان الفرق بين نسبتي المتفائلة والمتشائمة التي قدرت بنسبة 5,6% إيجابية في حدود 82 نقطة. إذ يعبر ذلك على الحالة التفاؤلية لأفراد العينة في تحسن تكاليفهم المعيشية في السنة الحالية مقارنة بالعام الماضي. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك عند النقطة 182، وهو ما يدل على حالة ثقة تفاؤلية للمواطنين الجزائريين بخصوص تحسن تكاليفهم المعيشية في الوقت الحالي مقارنة بالعام الماضي.

ج- عرض نتائج السؤال الخامس المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج السؤال الخامس الخاص بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص مدخرات عينة الدراسة للسنة الحالية مقارنة بالسنة الماضية، كانت نتائجها كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (8) : عرض نتائج السؤال الخامس المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الثالث	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة " بعد استبعاد اجابات محايدة"	لا أعرف	كما هي	انخفضت	ارتفعت	العبارات
			%	%	%	%	
متشائمة	54	(46)	7.8	28.9	46.1	17.2	مقارنة بالسنة الماضية، فإن مدخراتي قد

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

عند تحليلنا لسؤال الخامس المتعلق بمؤشر مستوى دخل الأسرة، والخاص بمقارنة مدخرات الأسر الجزائرية في السنة الحالية مقارنة بالعام الماضي، في ظل هذه الأوضاع وانتشار الجائحة، يظهر لنا جليا أنه أغلب الأسر الجزائرية انخفض متوسط ادخاراتهم للسنة الحالية مقارنة بالسنة الماضية، وهذا ما يروونه 46.1% من الأسر الجزائرية. عكس ما كانت تؤول له نتائج 17.2% من اجابات أفراد العينة والذين يرون ارتفاع مدخراتهم مقارنة بالسنة الماضية، وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى مستوى منخفض وصل إلى 54 نقطة، وهو ما يدل على حالة تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص ارتفاع مدخراتهم في السنة الحالية مقارنة بالسنة الماضية.

ح- عرض متوسط نتائج مؤشر دخل الأسرة

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج، المؤشر الفرعي الأول الخاص بمستوى دخل الأسرة، لمجموع الأسئلة الخمسة، كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (9) : عرض نتائج مؤشر مستوى دخل الأسرة

المؤشر الفرعي	السؤال الأول	السؤال الثاني	السؤال الثالث	السؤال الرابع	السؤال الخامس	متوسط الحسابي لإجمالي الاجابات	حالة المؤشر
مؤشر مستوى دخل الأسرة	108	60	10	182	54	82.8	متشائمة

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ عند تحليلنا لنتائج المؤشر الفرعي مستوى دخل الأسرة، أن متوسط الحسابي لمجموع الخمس أسئلة، قد بلغ 82.8 نقطة، وتعتبر هذه النسبة على حالة تشاؤمية بخصوص مؤشر مستوى دخل الأسرة، ويرجع سبب ذلك إلى سلبية الأسئلة التي تعبر على ضعف أجور العاملين، وانتشار معدل البطالة بأنواعها سواء اختيارية أو اجبارية لأفراد العينة، أو خروج بعض أفراد العينة على مجال القوة العاملة. وهو ما لم يسمح لهم سواء بشراء أجهزة منزلية، و/أو سيارة أو عقار، و/أو انخفاض مدخراتهم في الفترة الحالية.

من خلال كل ما سبق يمكننا القول أنه هناك مؤشر ثقة تشاؤمي بخصوص مؤشر الفرعي الثاني الخاص بمستوى دخل الأسرة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى والتي مفادها أنه هناك تشاؤم بخصوص مؤشر مستوى دخل الأسرة، بالنسبة للمستهلك الجزائري في ظل فترة تفشي جائحة كوفيد 19.

2. عرض النتائج المتعلقة بالمحور الثالث الخاص بمؤشر الأوضاع الاقتصادية

سيتم عرض نتائج هذا المحور وتحليلها، واختباره فقد تم الاعتماد على كل ما هو موضح في العناصر التالية:

أ- عرض نتائج السؤال الأول المتعلق بمؤشر الأوضاع الاقتصادية

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج السؤال الأول الخاص بمؤشر الأوضاع الاقتصادية، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص رؤيتهم لحالة الاقتصاد في الجزائر بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية ... مقارنة بالسنة الماضية، كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (10) : عرض نتائج السؤال الأول المتعلق بمؤشر الأوضاع الاقتصادية

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الثاني	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة	أسوأ		أحسن		العبارات
			العدد	%	العدد	%	
متشائمة	50	(50)	137	76.1	43	23.9	هل ترى أن حالة الاقتصاد في الجزائر بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية ... " مقارنة بالسنة الماضية

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن حوالي 76.1% من الأسر الجزائريين والذي يمثلون عينة من مجتمع الدراسة، يرون أن حالة الاقتصاد في الجزائر بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية ... " أسوأ مقارنة على ما كانت عليه في السنة الماضية، وتعتبر هذه النسبة جد سلبية بالرغم من تأزم الأوضاع في ظل تفشي جائحة كورونا، عكس ما عبرت عليه 43 أسرة من

أفراد عينة الدراسة، إذ يرون أن حالة الاقتصاد في الجزائر بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية ... " أحسن مقارنة على ما كانت عليه في السنة الماضية. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى 50 نقطة، وهو ما يدل على حالة ثقة تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص تأزم حالة الاقتصاد في الجزائر في هذه السنة بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية ... " مقارنة على ما كانت عليه في السنة الماضية.

ب- عرض نتائج السؤال الثاني المتعلق بمؤشر الأوضاع الاقتصادية

و لخصت نتائج السؤال الثاني الخاص بمؤشر الأوضاع الاقتصادية، والذي يلخص حالة عينة الدراسة بخصوص نسب فرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام، والنتائج جاءت كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (11) : عرض نتائج السؤال الثاني المتعلق بمؤشر الأوضاع الاقتصادية

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الأول	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة " بعد استبعاد اجابات محايدة"	متوفرة لحد ما		غير متوفرة		متوفرة بشكل كبير		العبارات
			%	العدد	%	العدد	%	العدد	
متشائمة	6	(94)	32.8	59	65	117	2.2	4	بالنسبة لفرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام هل ترى أنها

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

يتضح من خلال الجدول (11) أن هناك فئة من أفراد عينة الدراسة تمثل ما نسبته 32,8% ترى أن فرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام متوفرة لحد ما إذ تعتبر هذه النسبة محايدة إذ مقارنها بإجابات أفراد العينة الآخرين، لكن مع هذا يرى حوالي ثلثين أفراد عينة الدراسة عدم توفر فرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام، وكان الفرق بين نسبتي المتفائلة التي قدرتها بنسبة 2.2% والمتشائمة في حدود 94 نقطة. إذ يعبر ذلك على الحالة التشاؤمية لأفراد العينة في توفر فرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك عند النقطة 6، وهو ما يدل على حالة ثقة تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص امكانية توفر فرص العمل في الوقت الحالي بشكل عام.

ت- عرض متوسط نتائج مؤشر الأوضاع الاقتصادية

من خلال مخرجات استمارة الاستبيان لخصت نتائج المؤشر الفرعي الثاني الخاص بالأوضاع الاقتصادية، لمجموع السؤالين، كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (12) : عرض نتائج مؤشر الأوضاع الاقتصادية

حالة المؤشر	متوسط الحسابي لإجمالي الاجابات	السؤال الثاني	السؤال الأول	المؤشر الفرعي
متشائمة	28	6	50	مؤشر الأوضاع الاقتصادية

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ عند تحليلنا لنتائج المؤشر الفرعي الأوضاع الاقتصادية، أن متوسط الحسابي لمجموع السؤالين، قد بلغ 28 نقطة، وتعتبر هذه النسبة على حالة جد تشاؤمية بخصوص الأوضاع الاقتصادية في البلاد بسبب تفشي جائحة كوفيد 19 من جهة، وتغير الأوضاع السياسية في البلاد من جهة أخرى، وهذا ما يؤثر الحالة التشاؤمية للمواطنين بخصوص الأوضاع الاقتصادية.

من خلال كل ما سبق يمكننا القول انه هناك مؤشر ثقة تشاؤمي بخصوص مؤشر الفرعي الثاني الخاص بمؤشر الأوضاع الاقتصادي، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية والتي مفادها أنه هناك تشاؤم بخصوص مؤشر الأوضاع الاقتصادية، بالنسبة للمستهلك الجزائري في ظل فترة تفشي جائحة كوفيد 19.

3. عرض النتائج المتعلقة بالمحور الرابع الخاص بمؤشر توقعات المستهلك

سيتم في هذا الجزء عرض نتائج هذا المحور وتحليله، ولاختباره فقد تم تلخيص أسئلة هذا الجزء في جدول واحد لتقارب عناصر سلم التقييم، وهذا كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول (13) : عرض نتائج أسئلة مؤشر توقعات المستهلك

حالة المؤشر	تحديد قيمة المؤشر للسؤال الأول	الفرق بين النسبتين المتفائلة والمتشائمة " بعد استبعاد اجابات محايدة"	كما هي عليه		أسوأ		أفضل		العبارات
			العدد	%	العدد	%	العدد	%	
متفائلة	152	52	84	46.7	23	12.8	73	40.6	خلال عام من الآن هل ترى أن وضعيتك المالية لك ولأسرتك ستكون
متفائلة	106	6	62	34.4	56	31.4	62	34.4	خلال عام من الآن هل ترى أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام " فرص عمل، ... ظروف معيشية، صحية"
متشائمة	88	(12)	56	31.1	70	38.9	54	30	خلال عام من الآن مقارنة بالوضع الحالي بشكل عام، هل ترى أن فرص العمل ستكون

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ من خلال الجدول أعلاه، وبخصوص السؤال الأول أنه هناك حوالي 40.6% من الأسر الجزائريين والذي يمثلون عينة من مجتمع الدراسة، يرون أن خلال عام من الآن، أن وضعيتهم المالية لهم ولأسرهم ستكون أفضل مما عليه اليوم، وتعتبر هذه النسبة مقبولة بالرغم من تأزم الأوضاع في ظل تفشي جائحة كورونا، ووجود اهتمام تام على ما ستؤول إليه القطاعات الاقتصادية في العالم بشكل عام، عكس ما عبرت عليه 23 أسرة من أفراد عينة الدراسة أي 12,8 من اجمالي الأسر، إذ يرون أن خلال عام من الآن، أن وضعيتهم المالية لهم ولأسرهم ستكون أسوأ مما عليه اليوم. في المقابل هناك نسبة 46,7% من الأسر لهم حيادية تامة في الاجابة على هذا السؤال. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى 152 نقطة، وهو ما يدل على حالة ثقة تفاعلية للمواطنين الجزائريين بخصوص تحسن وضعيتهم المالية لهم ولأسرهم خلال عام من الآن.

يتضح من خلال السؤال الثاني في الجدول (13)، أن الاجابات كانت جد متقاربة بين مختلف الحالات الممكنة التي يراها أفراد العينة سواء كانت ايجابية أو سلبية أو محايدة، إذ أن هناك فئتين من أفراد عينة الدراسة تعبر نسبيهما بالتساوي 34,8% لكل فئة، أن الفئة الأولى ترى أن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية...، بعد سنة من الآن ستكون أفضل مما عليه اليوم، أما الفئة الثانية فالتزمت بالحياد بخصوص هذا السؤال، عكس الفئة الأخرى والتي بلغت نسبته في حدود 31.4% ترى أنه ستؤول الأوضاع الاقتصادية بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية...، إلى الأسوأ بعد عام من اليوم. ونستطيع القول أن سبب تقارب الاجابات بخصوص هذا السؤال نتيجة الاهتمام التام إلى ما ستؤول إليه الأوضاع ما بعد جائحة كوفيد 19 على المستوى العالمي، وتذبذب الأوضاع السياسية وعدم استقرارها على المستوى المحلي. وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى 106 نقطة، وهو ما يدل على حالة ثقة تفاعلية للمواطنين الجزائريين بخصوص تحسن الأوضاع الاقتصادية بشكل عام " فرص عمل، ظروف معيشية، صحية...

عند تحليلنا لسؤال الثالث المتعلق بمؤشر توقعات المستهلك، والخاص بتحسين فرص العمل بشكل عام في السنة المقبلة مقارنة بالعام الحالي، في ظل هذه الأوضاع وانتشار الجائحة، يظهر لنا جليا أنه النسبة الأكبر من الأسر الجزائرية ترى أنه خلال عام من الآن مقارنة بالوضع الحالي بشكل عام، أن فرص العمل ستكون أسوأ، وهذا ما عبر عليه نسبة 38.9%. عكس ما كانت تؤول له نتائج الفئات المحايدة والمتفائلة والتي كانت قريبة من بعضها في حدود 30%، وخلص تحليل نتائج هذا السؤال إلى وصول مؤشر ثقة المستهلك إلى مستوى منخفض وصل إلى 88 نقطة، وهو ما يدل على حالة تشاؤمية للمواطنين الجزائريين بخصوص تحسن فرص العمل بشكل عام في العام المقبل مقارنة بالوضع الحالي.

الجدول (14) : عرض نتائج مؤشر توقعات المستهلك

حالة المؤشر	متوسط الحسابي لإجمالي الاجابات	السؤال الثالث	السؤال الثاني	السؤال الأول	المؤشر الفرعي
متفائلة	115	88	106	152	مؤشر توقعات المستهلك

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ عند تحليلنا لنتائج المؤشر الفرعي توقعات المستهلك، أن متوسط الحسابي لمجموع ثلاث أسئلة، قد بلغ 115 نقطة، وتعتبر هذه النسبة على حالة تافؤلية بخصوص توقعات المستهلك. بالرغم من الاهتمام الكبير إلى الحالة التي ستؤول إليها الأوضاع الاقتصادية مستقبلا.

من خلال كل ما سبق يمكننا القول انه هناك مؤشر ثقة تافؤلي بخصوص مؤشر الفرعي الثالث الخاص بمؤشر توقعات المستهلك، وهذا ما ينفي صحة الفرضية الثالثة والتي مفادها أنه هناك تشاؤم بخصوص مؤشر توقعات المستهلك، بالنسبة للمستهلك الجزائري في ظل فترة تفشي جائحة كوفيد 19.

4. عرض النتائج المتعلقة بمؤشر ثقة المستهلك العام

سيتم في هذا الجزء عرض نتائج مؤشر ثقة المستهلك العام، ولاختباره فقد تم حساب متوسط الحسابي للمؤشرات الفرعية "مستوى دخل الأسرة، الأوضاع الاقتصادية وتوقعات المستهلك"، وهذا كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (15): عرض نتائج مؤشر توقعات المستهلك

المؤشر العام	المؤشرات الفرعية			
	مستوى دخل الأسرة	الأوضاع الاقتصادية	توقعات المستهلك	المتوسط الحسابي
المؤشر العام لثقة المستهلك	82.8	28	115	75,27
حالة المؤشر	تشاؤمية			

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات نتائج التحليل الإلكتروني.

من الملاحظ عند تحليلنا لنتائج المؤشر العام لثقة المستهلك الجزائري للاقتصاد بشكل عام، من خلال تحليل نتائج المؤشرات الفرعية الثلاثة الرئيسية والمعمول بها في أكبر المؤسسات والتقارير العالمية، أن متوسط الحسابي لمجموع مؤشرات الأسئلة الفرعية، قد بلغ 75.27 نقطة. وتعتبر هذه النسبة على حالة جد تشاؤمية بخصوص الأوضاع الاقتصادية في البلاد، يرجع ذلك بسبب تفشي جائحة كوفيد 19 من جهة، والتي يبقى مصير الأوضاع الاقتصادية مجهولة من وجهة نظر البعض، وتغير الأوضاع السياسية في البلاد من جهة أخرى.

من خلال كل ما سبق يمكننا القول انه هناك مؤشر ثقة تشاؤمي بخصوص مؤشر العام لثقة المستهلك والذي يعتبر العنصر الأساسي والفعال في معادلة الاقتصاد، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة والتي مفادها أنه هناك تشاؤم بخصوص مؤشر ثقة المستهلك الجزائري بشكل عام، في ظل تفشي جائحة كوفيد 19.

IV- الخلاصة:

وختاما لما سبق وكحوصلة لنتائج البحث، نستعرض أهم النقاط المتوصل إليها على النحو التالي:

- كان هناك أثر سلبي لمؤشر الفرعي الخاصة بدخل الأسرة لدى المستهلكين الجزائريين خلال هذه الفترة، وهذا ما عبرت عليه القيمة السلبية في مؤشر دخل الأسرة، إذ بلغ ما قيمته 82.2 نقطة.
- كان هناك أثر سلبي حاد في قيمة المؤشر الفرعي الخاص بالأوضاع الاقتصادية في البلاد خلال هذه الفترة، إذ بلغ ما قيمته 28 نقطة، وهذه القيمة تعبر على الحالة الجد المتشائمة من قبل المستهلكين بخصوص هذا المؤشر.
- كان هناك أثر ايجابي بخصوص أوضاع توقعات المستهلك وتحسنه، والتي تعبر عن الأوضاع الاقتصادية المستقبلية، إذ بلغ مؤشر الفرعي الخاص بمؤشر توقعات المستهلك في حدود 115 نقطة، وتعتبر هذه القيمة على الحالة التافؤلية لدى المستهلكين الجزائريين بعد زوال هذه المرحلة.
- كان للمستهلك الجزائري مثله مثل باقي المستهلكين في أغلب دول العام عامة، والدول الاكثر تعرضا للإصابات بكوفيد 19 خاصة، حالة تشاؤمية بخصوص المؤشر العام لثقة المستهلك خلال هذه الفترة، إذ بلغ هذا المؤشر العام لثقة المستهلك الجزائري خلال هذه الفترة 75.27 نقطة، وتعتبر هذه النسبة على الحالة التشاؤمية لدى المستهلكين الجزائريين.

آفاق البحث:

من بين الأهداف الرئيسية المرجوة من اعداد هذه الورقة، بالرغم من قيمة مؤشر ثقة المستهلك، إلا أنه غير فعال في دراسة حالة الاقتصاد الجزائري، مقارنة بالدول الأخرى، نظرا لغياب سوق مالية باعتبار أن هذا المؤشر يحتل أهمية خاصة لدى المستثمرين المهتمين بالديناميكية النفسية للأسواق المالية وقرارتهم الاستثمارية. إلا أنه من الضرورة الاهتمام بمؤشر ثقة المستهلك من طرف الجهات المختصة، سواء كان مكاتب دراسات خاصة أو مؤسسات دولة كالديوان الوطني للإحصاء ONS، باعتباره من أهم

مؤشرات قياس أداء الاقتصادي، ذلك لكونه الركيزة الأساسية في تحريك مناخ الأعمال، والعنصر الأول المبني عليه معادلة الاقتصاد " الناتج المحلي الاجمالي".

- الإحالات والمراجع:

1. GFK. (2020, April 24). **GFK**. Retrieved May 25, 2020, from GFK: <https://www.gfk.com/en-gb/press/uk-consumer-confidence-holds-at-34-for-april-2020>
2. LEER, N. L. (2020, MAY 20). **Analysis: How COVID-19 Has Changed Consumer Confidence in All 50 States**. Retrieved MAY 25, 2020, from Morning Consult: <https://morningconsult.com/2020/05/20/consumer-confidence-50-states/>
3. Jones, K. (2020, May 02). **These charts show how COVID-19 has changed consumer spending around the world**. Retrieved May 25, 2020, from The World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/coronavirus-covid19-consumers-shopping-goods-economics-industry/>
4. توم جورمان. (2010). دليل المبتدئين الشامل إلى علم الاقتصاد (المجلد طبعة الأولى). (إيمان عبد الغني نجم، المترجمون) جمهورية مصر العربية: كلمات عربية للترجمة والنشر، ص. 219.
5. إبراهيم العيسوي. (2014). العدالة الاجتماعية والنماذج التنموية - مع اهتمام بحالة مصر وثورتها - (المجلد الأولى). بيروت: المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، ص. 259.
6. Board, T. C. (2020). **Consumer Confidence Survey®**. Retrieved MAY 16, 2020, from The Conference Board: <https://www.conference-board.org/data/consumerconfidence.cfm>
7. Leguideboursier. (2020, MAI 23). **Indice de confiance des consommateurs de l'université du michigan - reuters etats unis**. Retrieved MAI 23, 2020, from Leguideboursier: <http://www.leguideboursier.com/apprendre-bourse/macroeconomie/indice-de-confiance-des-consommateurs-de-l-universite-du-michigan-reuters-etats-unis.php>
8. Ludvigson, S. C. (Spring 2004). **Consumer Confidence and Consumer Spending**. Journal of Economic Perspective, pp. 29-50.
9. OCDE. (2020). **Confiance des consommateurs**. Consulté le 05 16, 2020, sur OCDE: <https://data.oecd.org/fr/leadind/confiance-des-consommateurs.htm>
10. worldometers. (2020). **COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC**. Retrieved MAY 19, 2020, from worldometers: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
11. WHO, w. h. (2020). **Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports**. Retrieved April 19, 2020, from world health organization: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>
12. الديوان الوطني للإحصاء ONS. (بلا تاريخ). الأسر والسكان خارج الأشخاص القائمين خارج مراكز الاجتماعية. تاريخ الاسترداد 17 ماي، 2020، من الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: <http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/population-algerienne>
13. Duffin, E. (2019, Nov 28). **Number of households in the U.S. from 1960 to 2019**. Retrieved May 16, 2020, from Statista: <https://www.statista.com/statistics/183635/number-of-households-in-the-us/>
14. المركز الوطني للإحصاء والمعلومات NCSI. (ديسمبر، 2015). مؤشر ثقة المستهلك، نشرة ربع سنوية. عمان. تم الاسترداد من موقع المركز الوطني للإحصاء والمعلومات تعزيز المعرفة سلطنة عمان على الويب .
15. Michigan, U. o. (2020, MARCH). **Charts — March 2020**. Retrieved 2020 MARCH, from surveys of consumers university of michigan.