

## مؤشر بنك بيبيلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك في لبنان: ركود لثقة المستهلك في الفصل الثالث من العام 2016

مقر بنك بيبيلوس الرئيسي، الأشرافية، الخميس، 20 تشرين الأول 2016: أطلق بنك بيبيلوس اليوم، بالتعاون مع الجامعة الأميركية في بيروت من خلال كلية سليمان العليان لإدارة الأعمال، نتائج مؤشر بنك بيبيلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك في لبنان للفصل الثالث من العام 2016.

وقد أظهرت النتائج أن معدل المؤشر الشهري بلغ 36,4 نقطة في الفصل الثالث من العام 2016، أي دون تغيير ملموس عن معدل 36,1 نقطة في الفصل الثاني من العام. بالإضافة إلى ذلك، بلغ معدل المؤشر الفرعي للوضع الحالي 36,3 نقطة في الفصل الثالث من العام 2016، مسجلاً تحسناً بنسبة 6,2% عن الفصل السابق، في حين بلغ معدل المؤشر الفرعي للتوقعات المستقبلية 36,4 نقطة، أي بتراجع نسبته 2,8% عن الفصل السابق. وقد انخفض المعدل الشهري للمؤشر في الفصل الثالث من العام 2016 بنسبة 65,7% من النتيجة الفصلية الأعلى له التي بلغت 105,8 نقطة في الفصل الرابع من العام 2008. كما جاءت النتيجة الفصلية للفصل الثالث من العام 2016 أكثر تدنياً بنسبة 32,2% عن معدل المؤشر الشهري البالغ 53,6 نقطة منذ بدء احتساب المؤشر في تموز 2007.

وقد ظهر الركود في ثقة المستهلك اللبناني في الفصل الثالث من العام من خلال إجابات المستهلكين اللبنانيين على أسئلة المسح الذي يركز عليه المؤشر، حيث اعتبر 77,6% منهم أن وضعهم المالي الحالي هو "أسوأ" مما كان عليه قبل ستة أشهر، في حين رأى 17,2% أن وضعهم المالي بقي على حاله و 5,3% فقط اعتبروا أن وضعهم المالي هو "أفضل" مما كان عليه في الأشهر الستة السابقة.

وفي تحليل لنتائج المؤشر، أشار السيد نسيب غبريل، كبير الاقتصاديين ورئيس مديرية البحوث والتحليل الاقتصادية في مجموعة بنك بيبيلوس، إلى أن الجمود السياسي والاقتصادي السائد في

البلاد أبقى ثقة المستهلك اللبناني عند مستويات منخفضة في الفصل الثالث من العام 2016. وقال: "إن فشل المجلس النيابي المتكرر في انتخاب رئيس للجمهورية، والشكوك السائدة حول إجراء الانتخابات النيابية في موعدها، والشلل في عملية صنع القرار داخل المؤسسات العامة، هي عوامل أدت إلى التأثير بشكل سلبي على ثقة المستهلكين."

وأشار السيد غبريل إلى أن "الأسر اللبنانية قابلت بتحفظ المحاولات التي بدأت في أواخر أيلول من أجل تحقيق خرق في أزمة الفراغ الرئاسي، والسبب يعود إلى ارتفاع منسوب الشك لدى المواطنين حول المبادرات السياسية على مر السنين وخاصةً منذ بدء الفراغ الرئاسي في أيار 2014. وأضاف غبريل أن نتائج الفصل الثالث للمؤشر ما زالت تظهر الحاجة عند المستهلكين اللبنانيين إلى خطوات ملموسة تحسّن مستوى معيشتهم مما سيؤدي إلى رفع توقعاتهم المستقبلية، خصوصاً وأنهم شهدوا مراراً الكثير من السياسيين يغلبون أجنداتهم الشخصية والحزبية على المصلحة الوطنية."

هذا واعتبر السيد غبريل أن "انتخاب رئيس للجمهورية في المدى القريب سيغيّر منحى الركود الحالي السائد في ثقة المستهلك". ولكن في حال إطالة أمد حصول هذه الصدمة السياسية الإيجابية، ونظراً إلى الركود العميق في ثقة المستهلك منذ الفصل الأول من العام 2012، اقترح السيد غبريل اتخاذ السلطات تدابير عملية ولموسة للمساعدة على دعم ثقة المستهلك وتحسين مستوى معيسته ورفع جودتها، وقال: "إن التطبيق السليم لقانون منع التدخين في الأماكن العامة المغلقة الذي صدر في العام 2011، وتطبيق قانون السير الجديد الذي صدر في 2012، إضافةً إلى تعزيز إمكانات مديرية حماية المستهلك، تُشكّل تدابير ملموسة سيلمسها المواطنون، ما يمكن أن يؤدي إلى رفع الثقة عند الأسر."

وتقدم المؤشر الفرعي للتوقعات المستقبلية على المؤشر الفرعي للوضع الحالي خلال شهرين من الأشهر الثلاثة للفصل الثالث من العام 2016. لكن السيد غبريل لفت إلى أن هذا التقدم لا يعكس تحولاً في اتجاه ثقة المستهلك أو تغييراً جوهرياً في رأي أو سلوك الأسر، إذ إن النتائج أظهرت أن 6% فقط من اللبنانيين الذين شملهم الاستطلاع توقعوا أن تتحسن حالتهم المالية في الأشهر الستة المقبلة، مقابل 71,6% اعتبروا أن وضعهم المالي سيندهور و 20% أن وضعهم المالي سيبقى على حاله. "بالإضافة إلى ذلك، توقع 3% فقط من اللبنانيين الذين شملهم الاستطلاع خلال الفصل الثالث من العام 2016 أن تتحسن بيئة الأعمال في البلاد في الأشهر الستة المقبلة، وهي النسبة الفصلية

الأدنى منذ بدء احتساب المؤشر، في حين أن 80% من اللبنانيين توقعوا أن تتدهور و14,6% منهم توقعوا أن تبقى على حالها.

وأظهرت نتائج مؤشر بنك بيلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك للفصل الثالث من العام 2016 أن الإناث سجلن مستوى ثقة أعلى نسبياً من ذلك الذي سجله الذكور؛ وأن المستهلكين المنتمين إلى الفئة العمرية الممتدة من 40 إلى 49 سنة سجلوا مستوى ثقة أعلى من الفئات العمرية الأخرى؛ وأن الأسر التي يعادل أو يفوق دخلها 2,500 دولار أميركي شهرياً سجلت مستوى ثقة أعلى من ذلك الذي سجلته الأسر ذات الدخل الأقل. بالإضافة إلى ذلك، سجل العاملون في القطاع الخاص في الفصل الثالث من العام 2016 مستوى ثقة أعلى من الذي سجله العاملون لحسابهم الخاص، وربات المنزل، والطلاب، والعاملون في القطاع العام والعاملون عن العمل. كما سجل المستهلكون في جبل لبنان أعلى مستوى للثقة بين المحافظات في الفصل الثالث من العام، تلاهم المستهلكون في بيروت، وشمال لبنان، وجنوب لبنان والبقاع. وسجل المستهلك المسيحي أعلى مستوى من الثقة مقارنةً مع أبناء الطوائف الأخرى، وتبعه المستهلك السني، فالدرزي، والشيعي على التوالي.

يُذكر أن مؤشر بنك بيلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك يقيس ثقة وتوقعات المستهلكين اللبنانيين المتعلقة بالوضع الاقتصادي العام وأحوالهم المالية الخاصة، وذلك كما تفعل أبرز مؤشرات ثقة المستهلك حول العالم. ويتكون المؤشر من مؤشرين فرعيين: مؤشر الوضع الحالي ومؤشر التوقعات. المؤشر الفرعي الأول يغطي الظروف الاقتصادية والمالية الحالية للمستهلكين اللبنانيين، والمؤشر الفرعي الثاني يتناول توقعاتهم على مدى الأشهر الستة المقبلة. إضافة إلى ذلك، يتضمن المؤشر فئات فرعية موزعة بحسب العمر والجنس والدخل والمهنة والمحافظة والانتماء الديني. وتقوم مديرية البحوث والتحليل الاقتصادية في بنك بيلوس باحتساب المؤشر على أساس شهري منذ تموز 2007، علماً بأنه تم اعتماد شهر كانون الثاني 2009 كأساس له. ويستند المؤشر على مسح لآراء 1,200 مواطن لبناني يمثلون السكان في لبنان. ويجري هذا الاستطلاع من خلال مقابلات شخصية مع أفراد العينة من الذكور والإناث الذين يعيشون في جميع أنحاء لبنان. وتتولى شركة Statistics Lebanon، وهي شركة أبحاث واستطلاعات للرأي، عملية المسح الميداني الشهري.

للمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال بـ :

السيد نسيب غبريل

كبير الاقتصاديين ورئيس مديرية البحوث والتحليل الاقتصادية في مجموعة بنك بيبلس

الهاتف: 0205 100 338 1 (961) رقم تحويل:

هاتف مباشر: 595 338 1 (961)

الفاكس: 774 217 1 (961)

بريد الكتروني: [nghobril@byblosbank.com.lb](mailto:nghobril@byblosbank.com.lb)