دراسة حول اراء سكّان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في ظلّ تفشّي فيروس كورونا

فهْم الاتّجاهات، السلوكيات التوقّعات المستقبليّة

(السعودية، الإمارات، مصر، المغرب، الأردن، لبنان)

الجولة الأولى: 20 – 23 مارس/آذار، 2020

GAME CHANGERS

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

النقاط الرئيسية

1.يدعم الأشخاص الإجراءات والتدابير الصارمة الهادفة إلى احتواء الفيروس
يدعم الأشخاص إلى حدٍّ كبير الإجراءات المتّخذة من أجل فرض الحجر الإلزامي والإغلاق العام بهدف احتواء الفيروس للمساهمة في الحدّ من تفشي هذا الوباء.

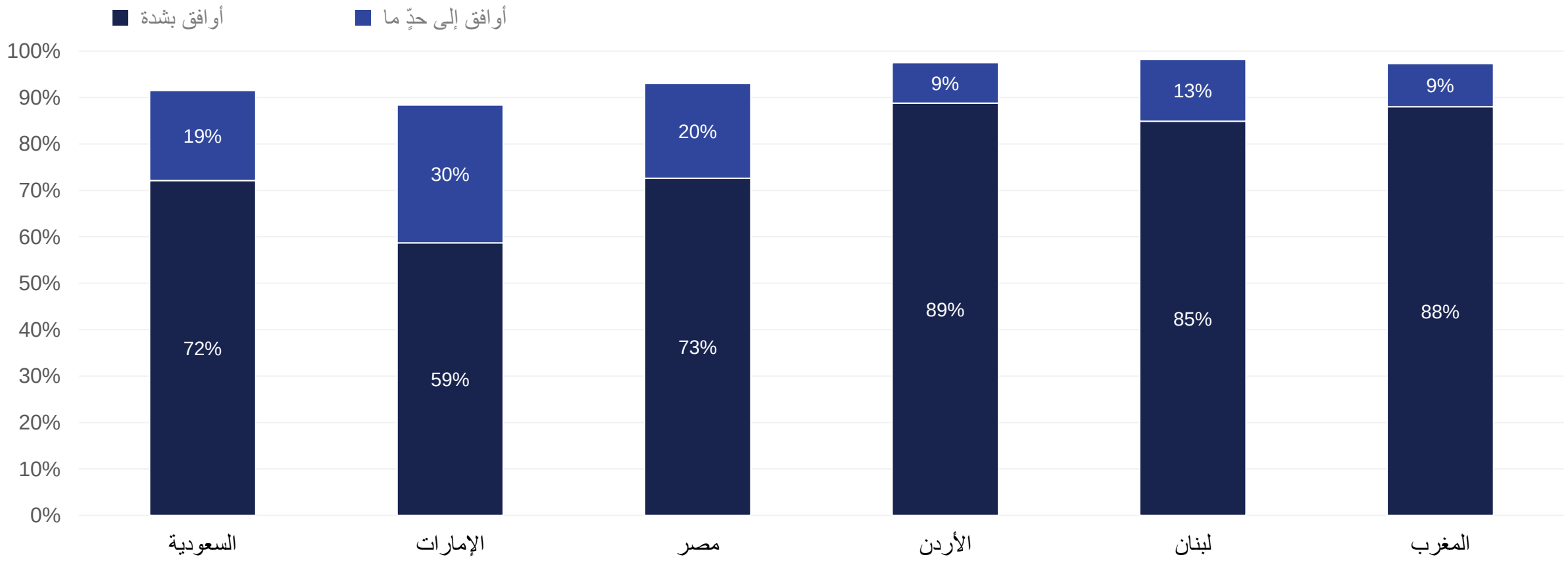
2.إن المخاوف إزاء الأمن المالي تفوق المخاوف إزاء الصحة الشخصيّة
يرى الأشخاص أنّه من الأكثر ترجيحاً أن يؤثّر الفيروس على وظائفهم ورفاههم المالي بالمقارنة مع صحّتهم الشخصيّة.

3.تنتشر التدابير الوقائية على امتداد منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وإنّما ثمّة اختلافات وتفاوتات
تمضي الأغلبية الشاسعة من سكّان المنطقة المزيد من الوقت في المنازل ويشهد التسوّق الإلكترونيّ ارتفاعاً. يُرَجَّح أن يقوم الأشخاص في الأردن ولبنان بتخزين المواد الغذائية والمياه أكثر مما يفعل سكّان البلدان الأخرى.

4.ثمّة مستوى مرتفع من انعدام الثقة بالأخبار التي يسمعها الأشخاص حول موضوع فيروس كورونا المستجدّ (COVID-19)
يرى عددٌ من الأشخاص أن وسائل الإعلام تبالغ في تقدير ضخامة الحالة وأنّ كمّاً كبيراً من المعلومات والأخبار التي يحصلون عليها حول هذا الفيروس غير دقيق.

تأييد كبير لإغلاق الحدود – لوحِظ تدنّي بسيط لهذه النسبة في دولة الإمارات العربية المتحدة

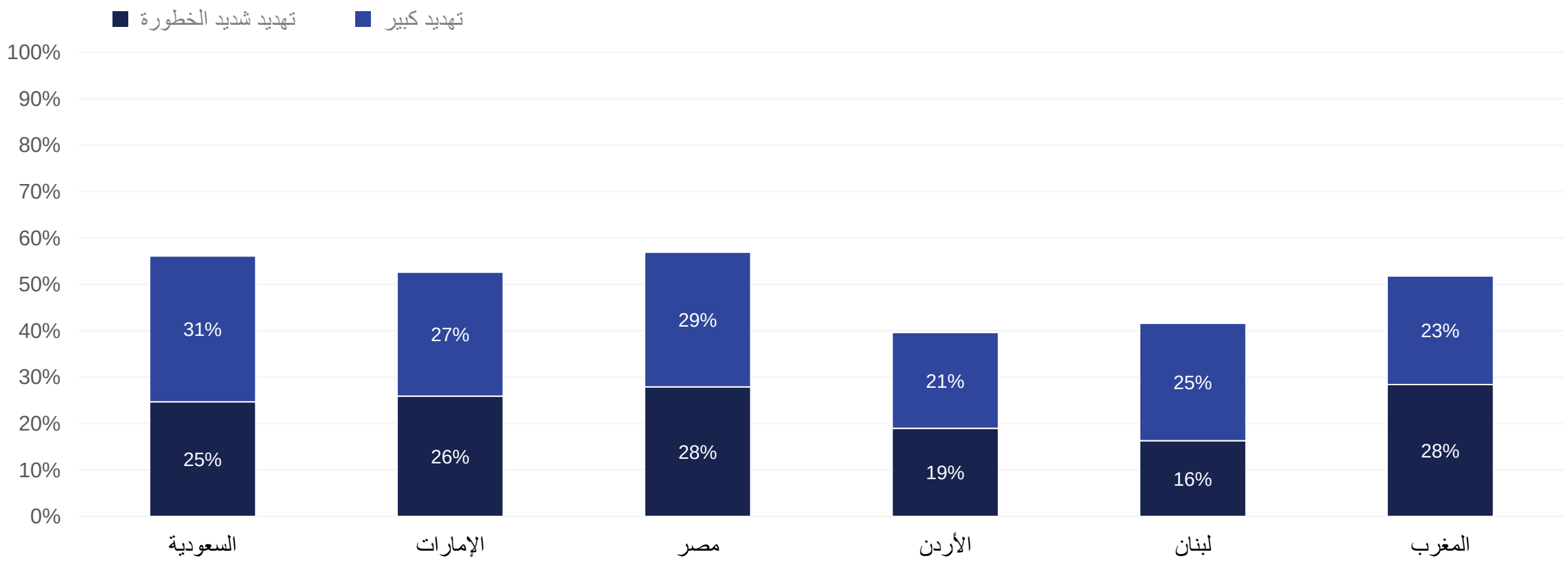
يجب علينا إغلاق الحدود في بلدي وعدم السماح لأي شخص بالدخول أو الخروج حتى يثبت احتواء الفيروس.



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

درجة التهديد التي يتم تصوُّرها متدنّية نسبياً في البلدان كافة، إلا أنها أدنى بكثير في الأردن ولبنان

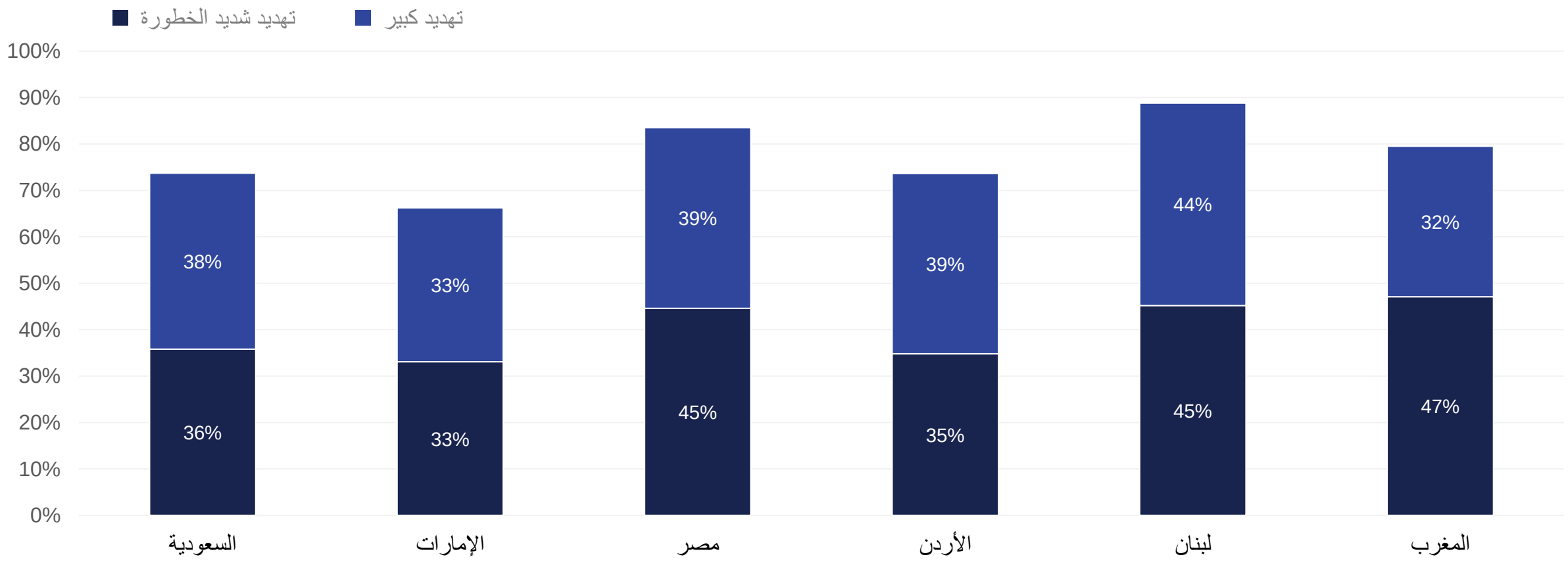
ما درجة التهديد الذي يمثّله برأيك فيروس كورونا عليك شخصياً؟



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

تخشى الغالبية من الخطر الذي يشكّله فيروس كورونا المستجدّ على وطنهم، وتراجعت هذه النسبة قليلاً في دولة الإمارات.

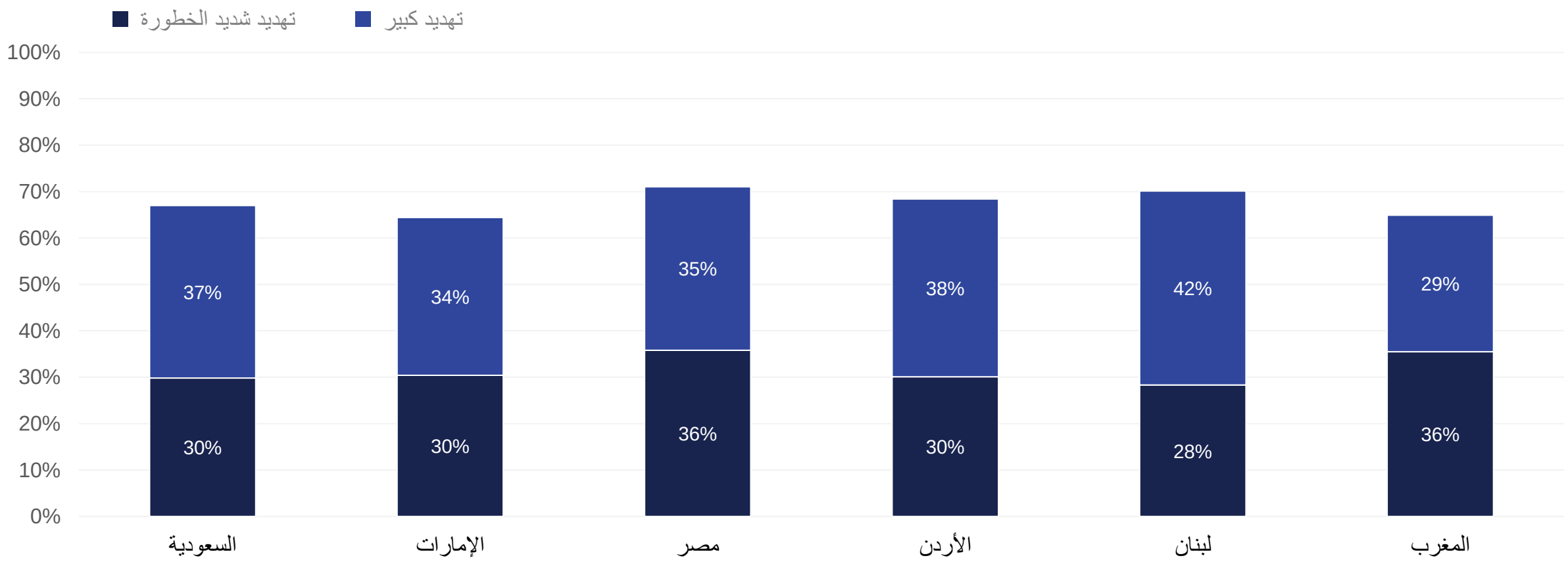
ما درجة التهديد الذي يمثّله برأيك فيروس كورونا على بلدك؟



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

الغالبية قلقة أيضاً من التأثير على وظائفهم، مع تقارُب النسَب في كافة أرجاء المنطقة.

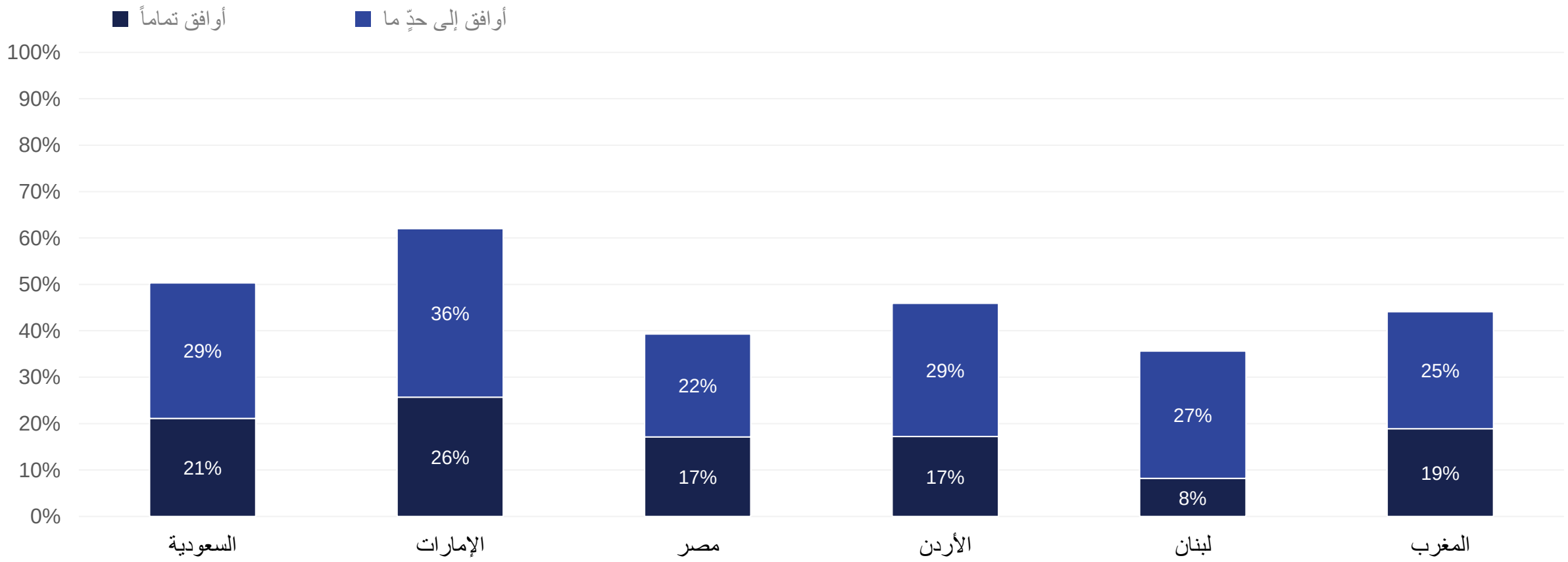
ما درجة التهديد الذي يمثّله برأيك فيروس كورونا على عملك أو شركتك؟



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

ترتفع في الإمارات نسبة مَن يعتبرون أنّ الإعلام يبالغ. أما بقيّة دول المنطقة فهي أكثر ثقةً بشكل ملحوظ.

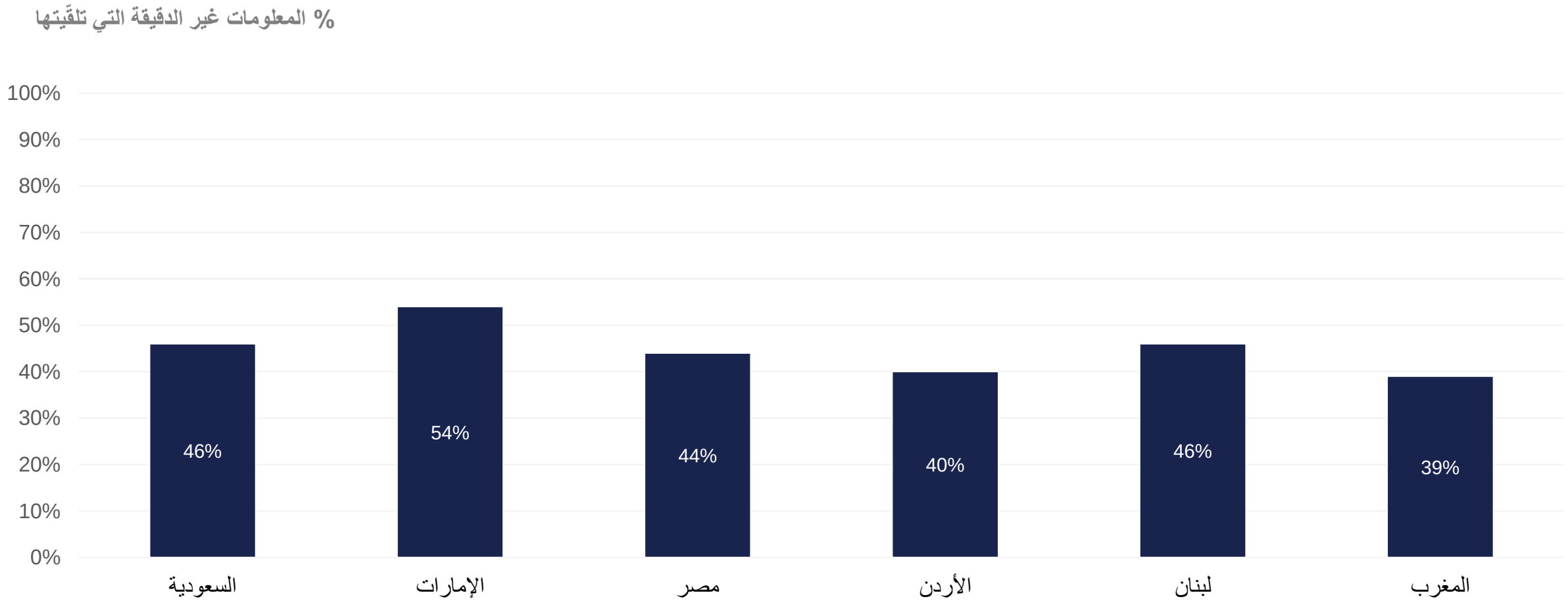
بالغ الإعلام في مدى انتشار فيروس كورونا



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

الثقة بدقّة المعلومات المرتبطة بفيروس كورونا متشابهة في كل بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

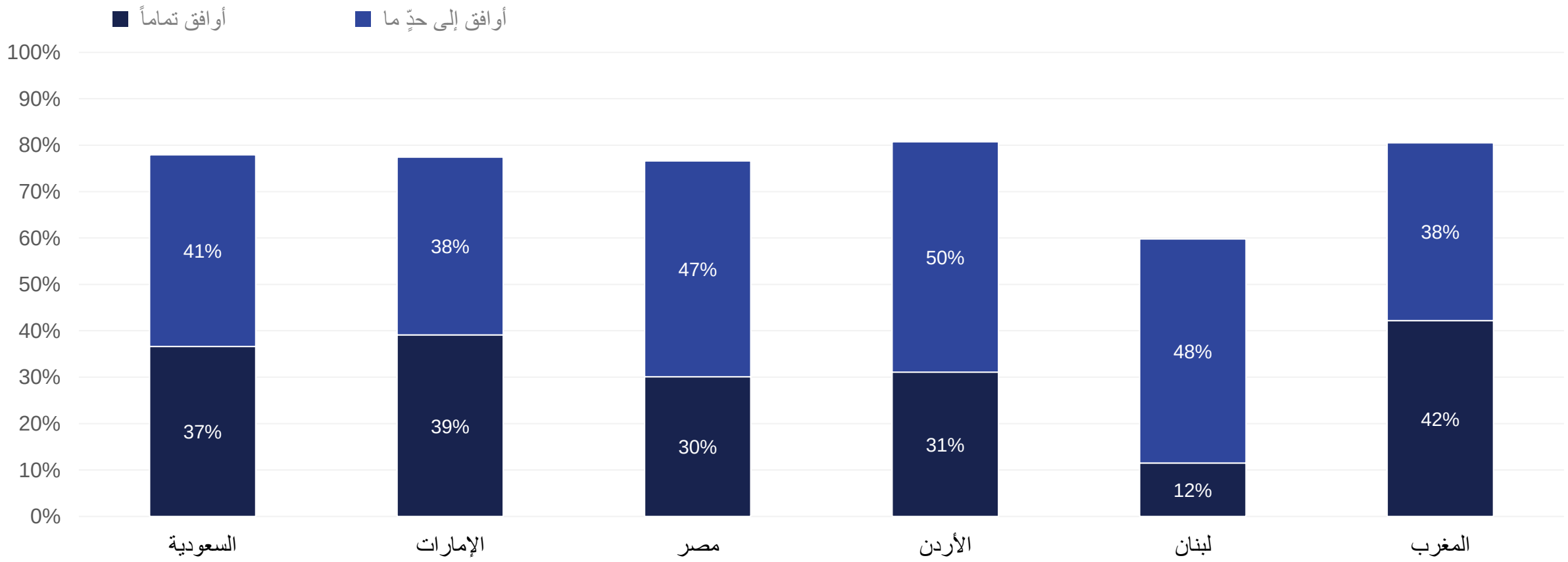
كم تعتقد أنّ المعلومات التي تلقّيتها حول كورونا غير دقيقة؟



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

لبنان هو البلد الأقلّ تفاؤلاً بعودة الأمور إلى طبيعتها في شهر يونيو/حزيران.

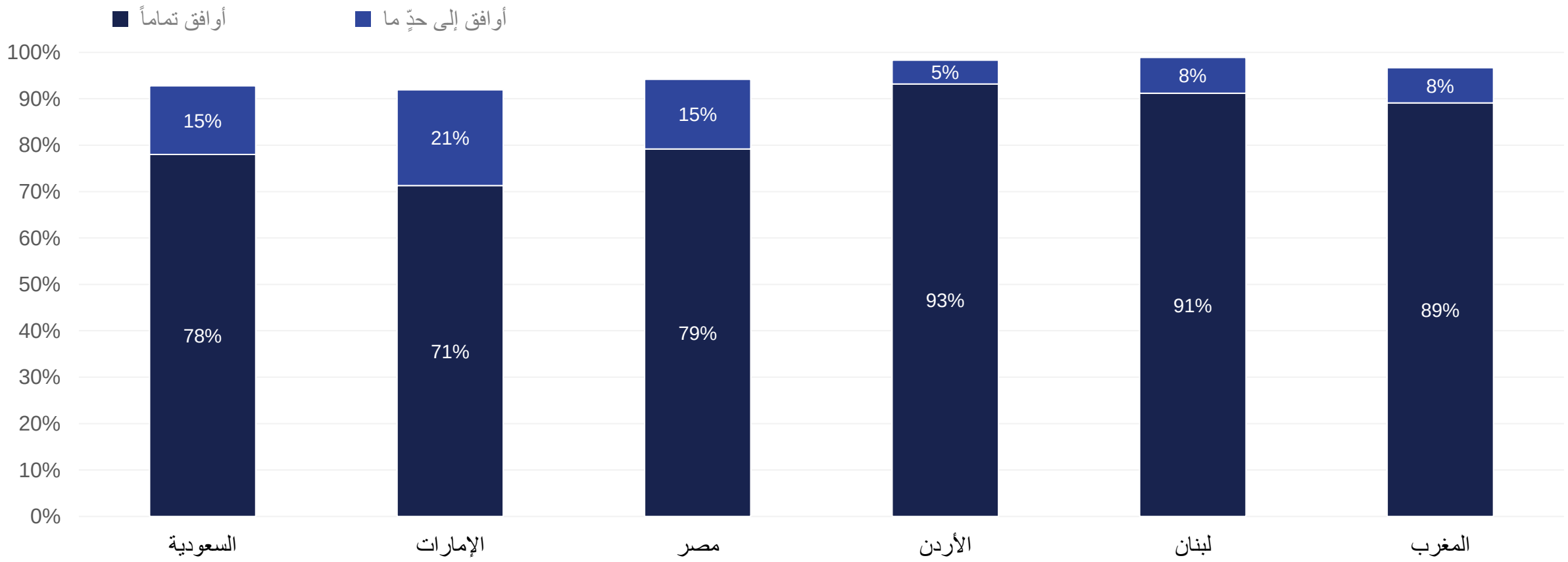
أتوقّع عودة الأمور إلى طبيعتها بحلول شهر يونيو/ حزيران



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

فكرة العزل الذاتي مقبولة في كل دول المنطقة، وقد أظهر الغالبيّة استعدادهم للعزل الذاتي.

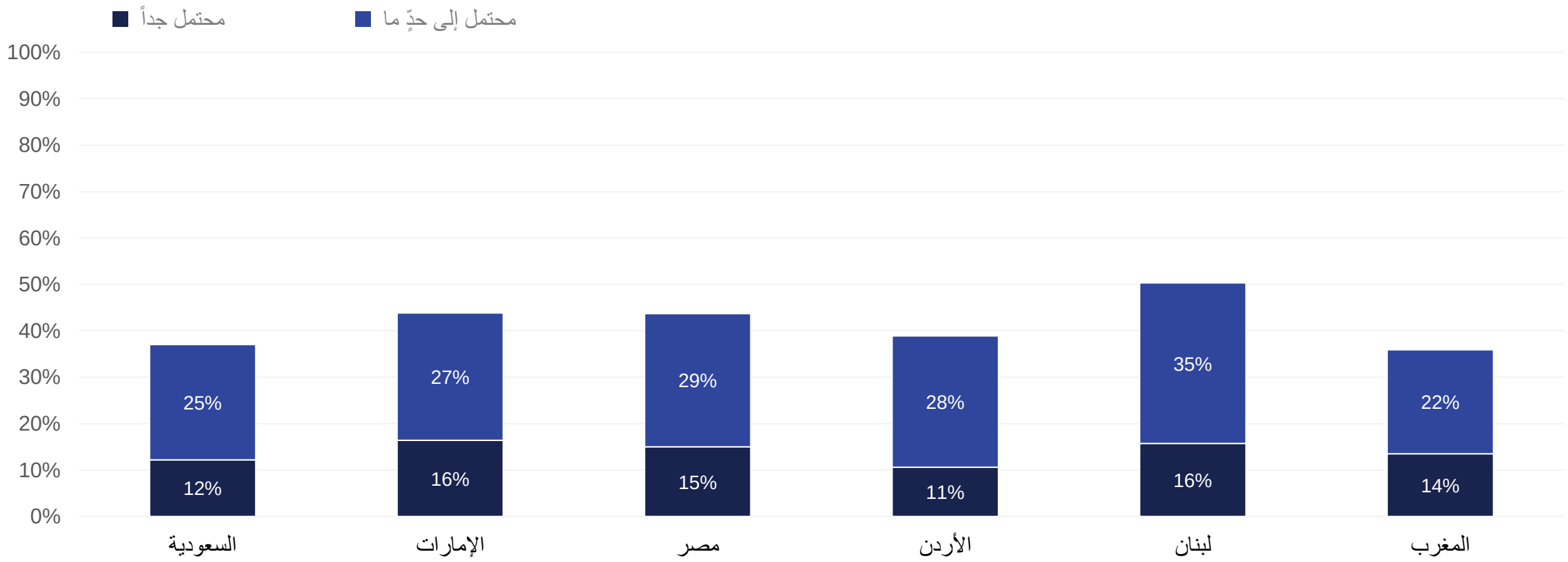
إذا تمّ تشخيصي بفيروس كورونا، فسأعزل نفسي على الفور لمدة 14 يومًا على الأقل.



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

كانت التوقّعات بإصابة شخص قريب منهم بالفيروس ملحوظة أكثر في لبنان، تليها الإمارات ومصر.

سيُصاب أحد قريب منّي بالفيروس

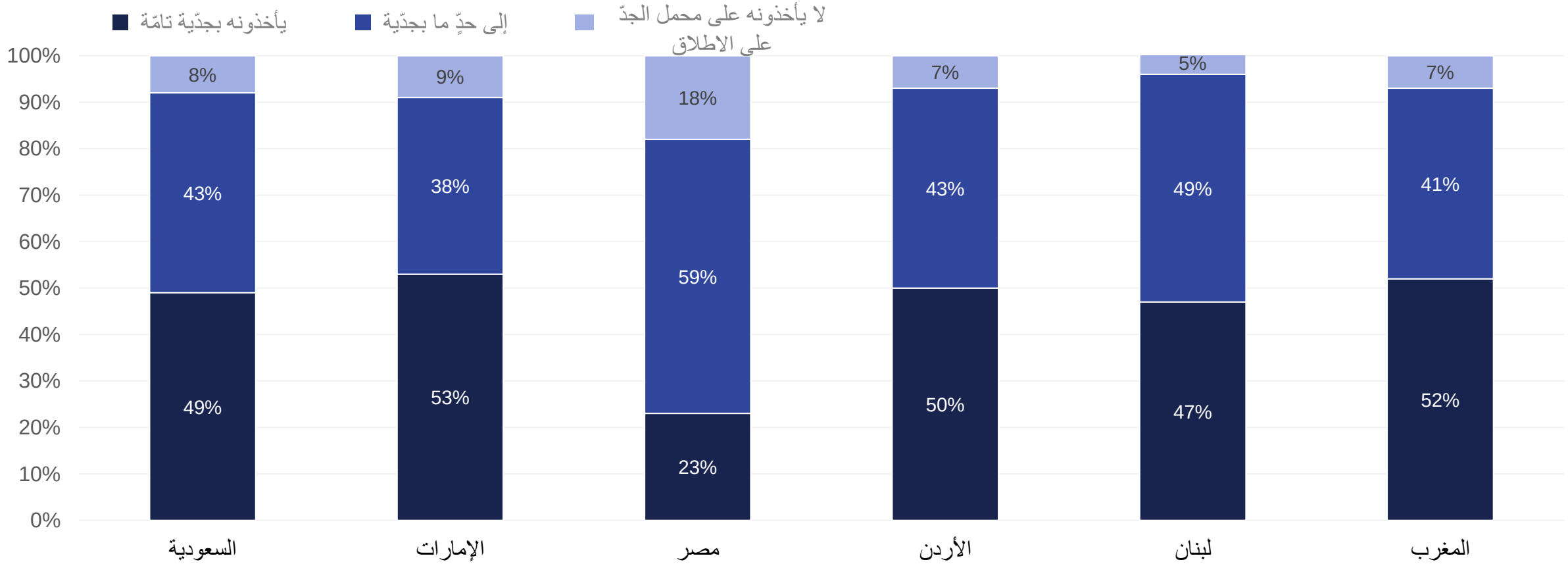


كم يُحتمل برأيك أن يحصل كلّ من التالي نتيجة فيروس كورونا أو كوفيد-19؟

 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

يعتبر معظم المجيبين أنّ الناس من حولهم يأخذون فيروس كورونا على محمل الجدّ، إلا أنّ النسبة تقلّ في مصر.

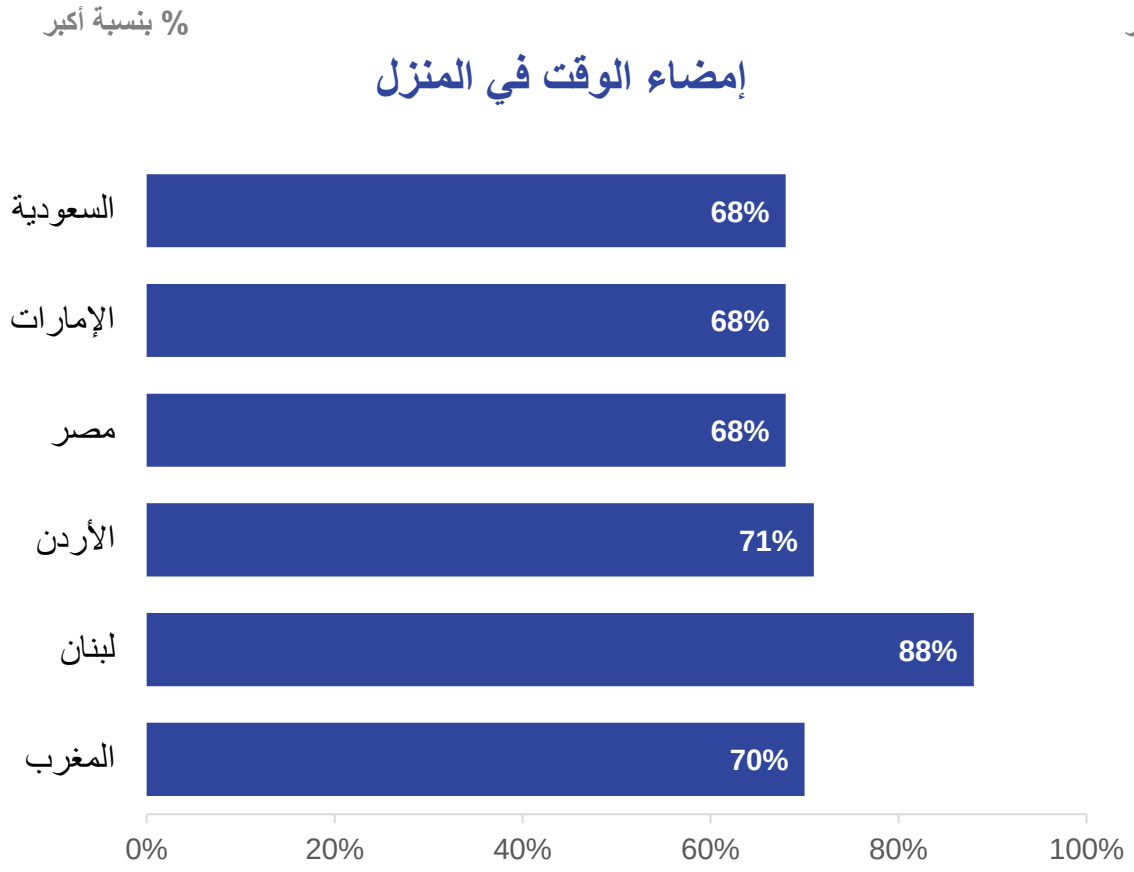
إلى أيّ مدى يأخذ الناس من حولك تهديد فيروس كورونا على محمل الجدّ؟

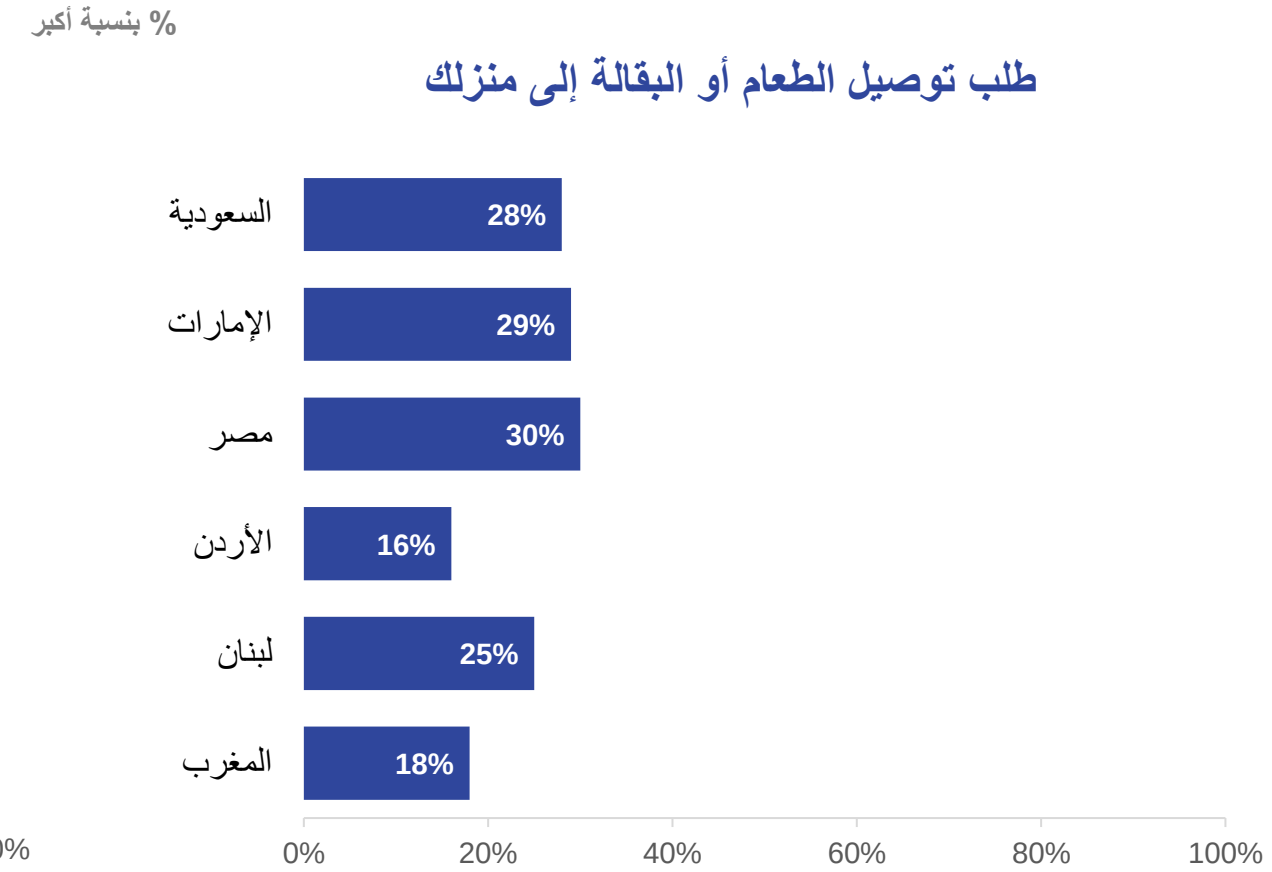


 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

ارتفعت كثيراً نسبة الوقت الذي يمضيه الناس في المنزل. ارتفعت أيضاً بشكلٍ طفيف نسبة توصيل المواد الغذائية والبقالة، وقد سُجِّلت النسَب الأقل في الأردن والمغرب.

بالتفكير الآن في نشاطاتك اليومية، هل تعتبر أنك تقوم بكلّ مما يلي بنسبة أكبر أو أقلّ مقارنةً بالشهر الماضي؟



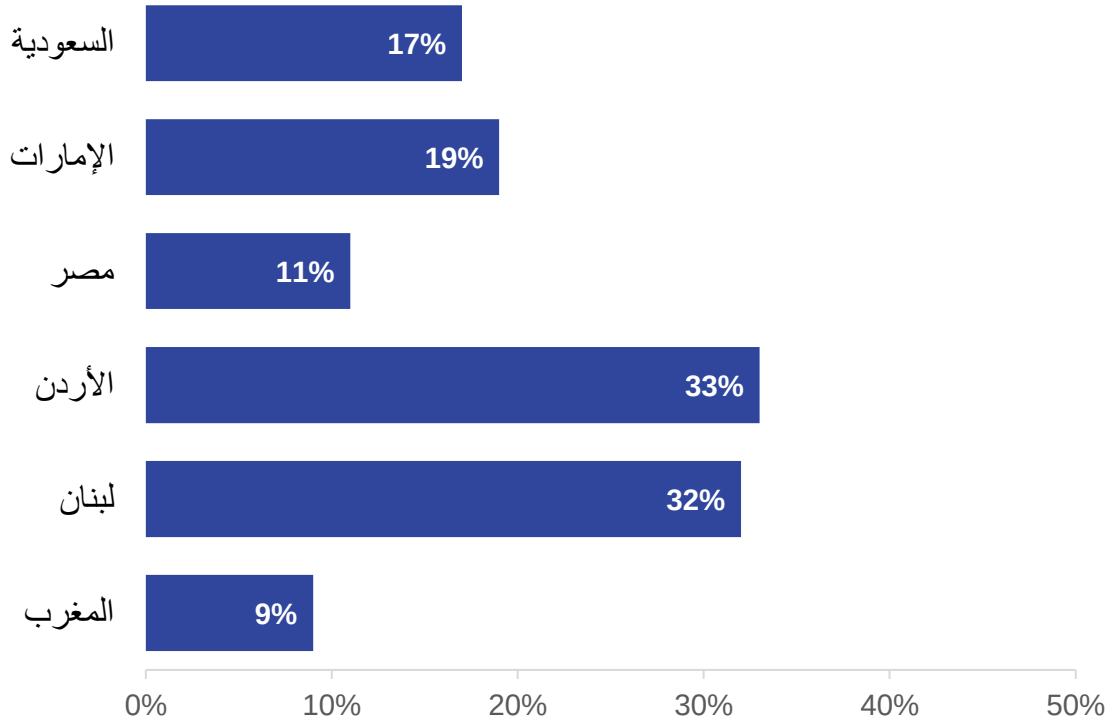


 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

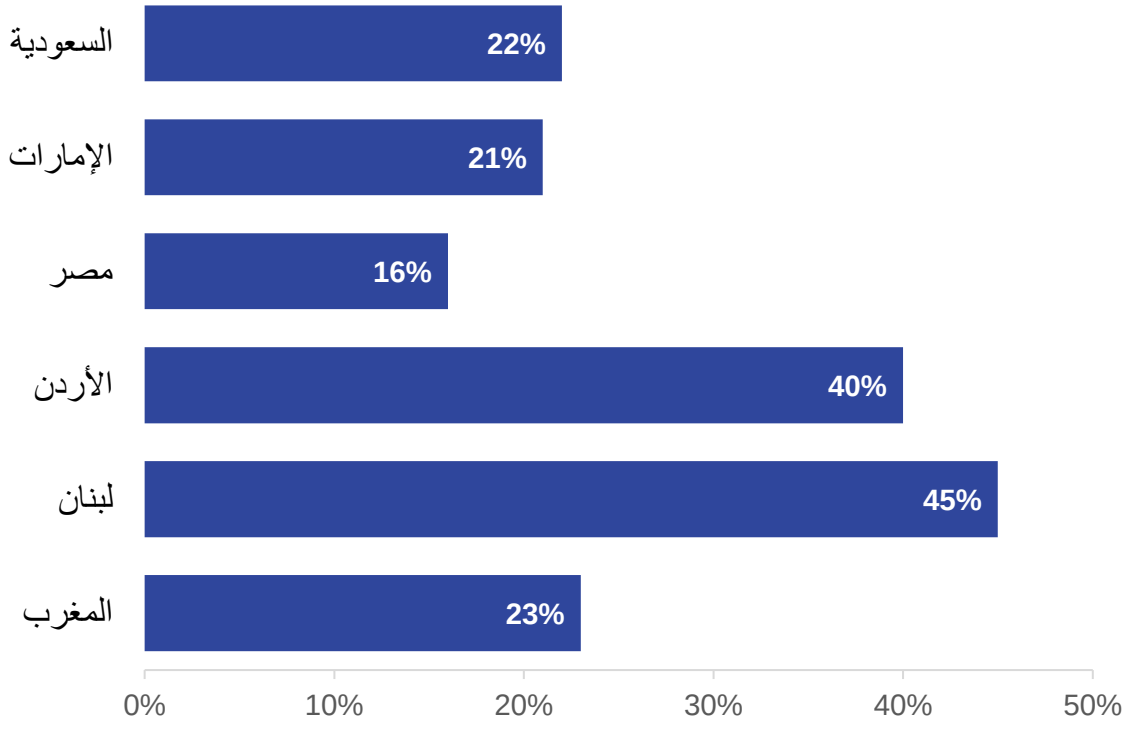
كان سلوك التخزين سائداً في لبنان والأردن في حين تمّ تسجيل معدّلات متدنّية نسبياً في بقيّة دول المنطقة.

هل بدأتَ القيام بأيّ من التالي تحديداً لحماية نفسك من فيروس كورونا أو كوفيد-19؟

تخزين المياه



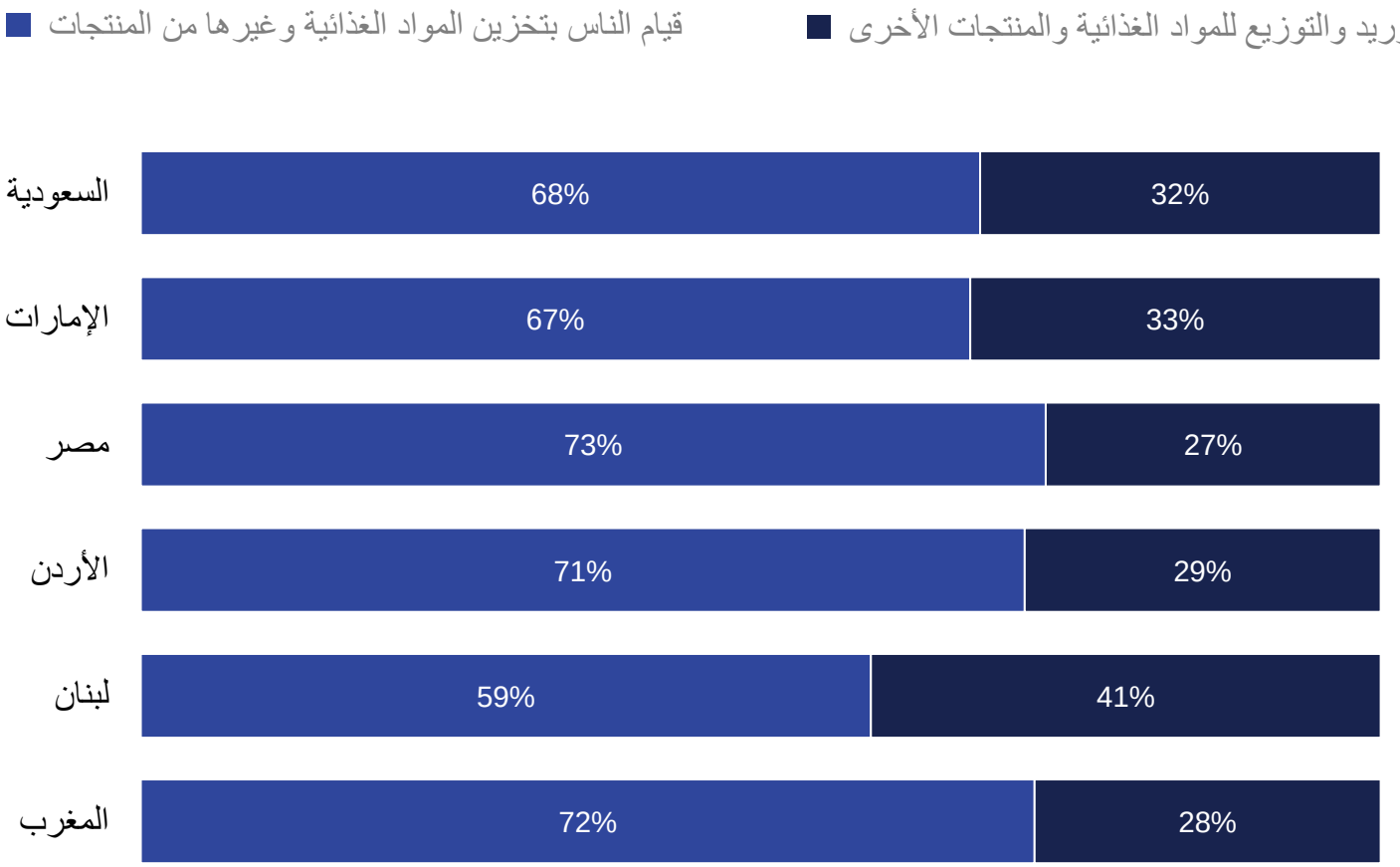
تخزين المواد الغذائية



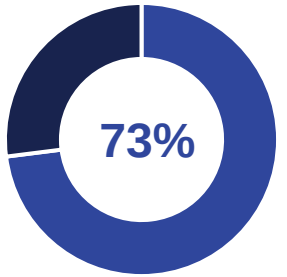
 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

يتم توجيه المسؤولية في نقص الإمداد إلى التخزين غير الطبيعي للمواد وليس إلى ضعف سلسلة الإمداد

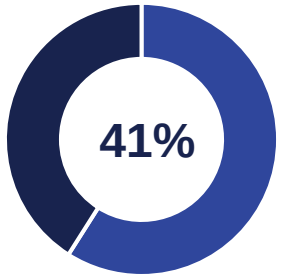
إذا كان هناك نقص في الأغذية واللوازم في متجر البقالة المحلي، فسيكون ذلك بسبب ...



تُحمِّل مصر في الأغلب مسؤولية أيّ نقصٍ قد يحصل قريباً إلى التخزين غير الطبيعي

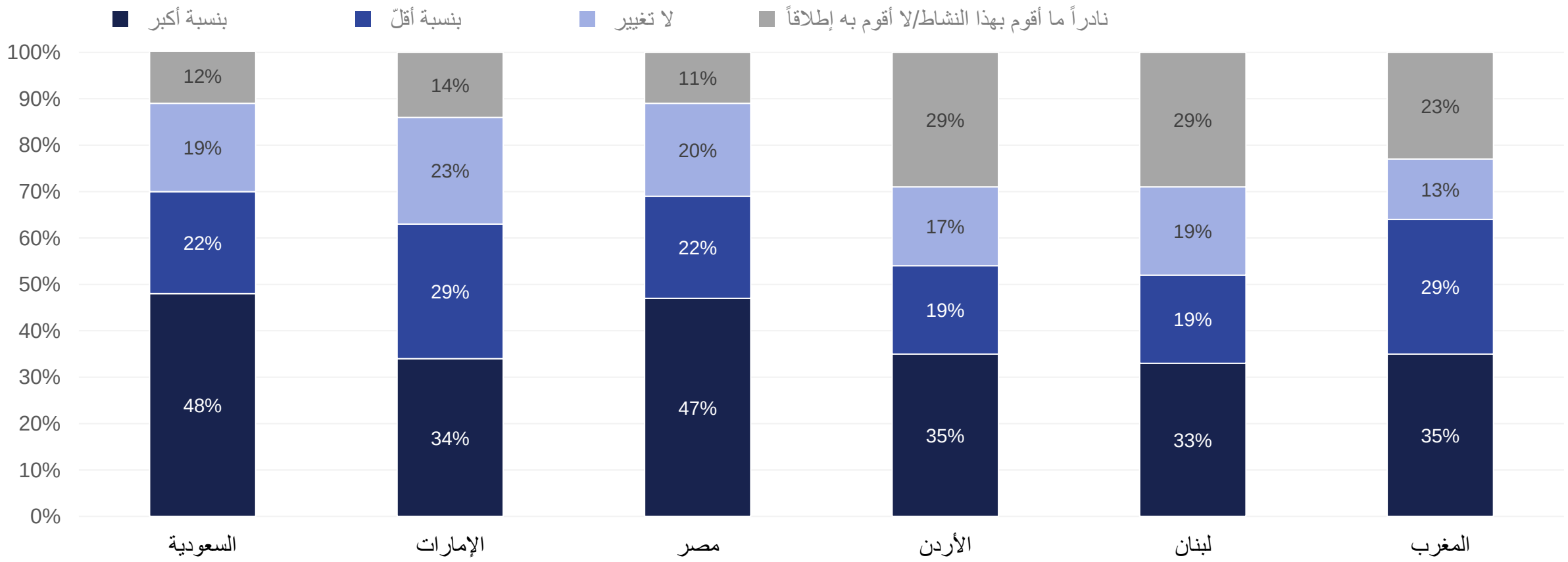


سيُحمِّل لبنان على الأرجح مسؤولية نقص المواد الوشيك إلى سلسلات الإمداد



ارتفاع ملحوظ في اللجوء إلى التسوّق الإلكتروني في السعودية ومصر تحديداً، مع ظهور تحوُّلات مماثلة في دول المنطقة.

استخدام تطبيقات التسوّق الإلكتروني لشراء منتجات تشتريها عادةً من المتاجر شخصياً

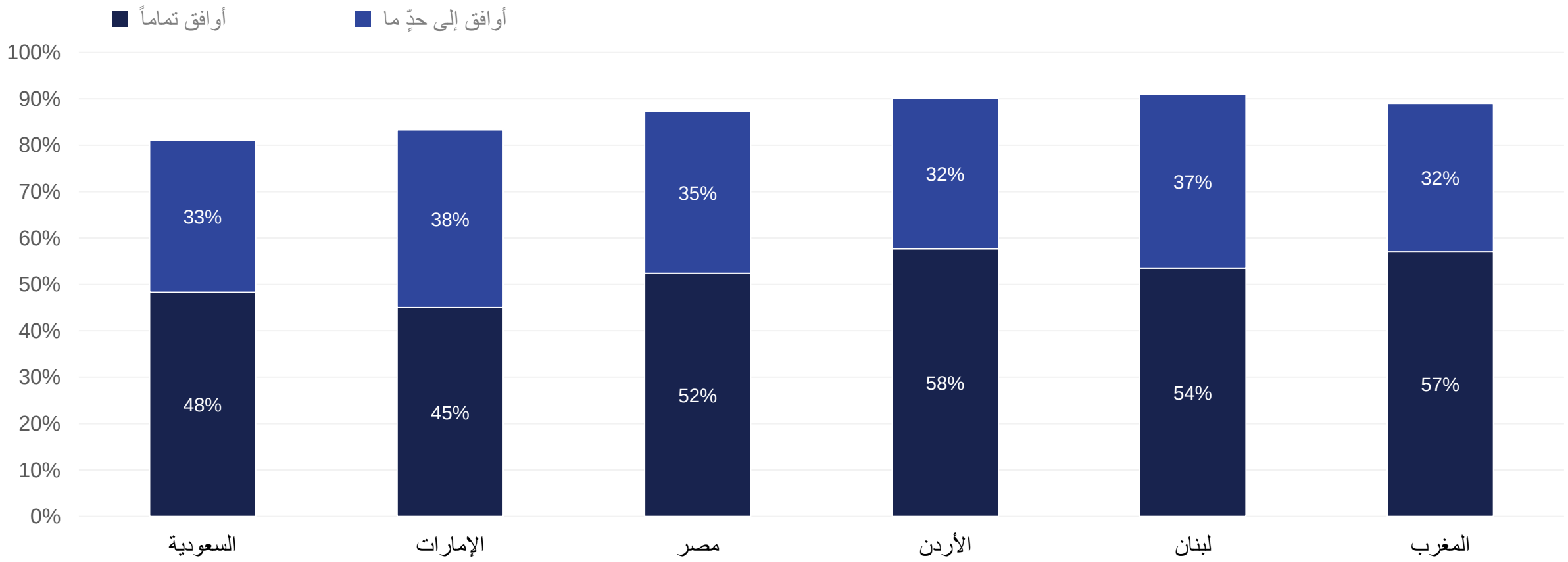


What about each of the following, would you say are doing each of the following more frequently or less frequently compared to one month ago?

 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

تتوقّع الأغلبية في معظم البلدان أن يتأثّر وضعهم المالي، إلا أنّ درجة القلق أقلّ بعض الشيء في السعودية والإمارات

إنّ تفشّي فيروس كورونا سيكون له تأثير مالي عليك وعلى عائلتك.



 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

المنهجيّة والملاحظات

 © Ipsos | COVID-19 MENA Consumer Sentiment Tracker

المنهجيّة

إليكم نتائج دراسة أجرتها إيبسوس بتاريخ 20- 23 مارس 2020 في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. شملَت الدراسة المملكة العربية السعودية، دولة الإمارات العربية المتحدة ، مصر، الأردن، لبنان والمغرب وقد تمّ إجراؤها من خلال استطلاعات للرأي عبر الإنترنت.

بالنسبة إلى المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، تمثّل العيّنة عموم السكان. أما في مصر والأردن ولبنان والمغرب، فإنّ العيّنة تمثّل السكان الأكثر حضريين الذين يستخدمون الإنترنت.

في الحالات التي لا يصل فيها مجموع النتائج إلى 100 أو حيث يكون "الفارق" +/- 1 أكثر/أقلّ من الواقع الفعلي، قد يعود السبب في ذلك إلى تقريب الأعداد، أو إلى الإجابات المتعددة، أو إلى استبعاد الإجابات التي تشمل "لا أعرف" أو حيث لم يتم إعطاء إجابة. يتم احتساب دقة استطلاعات إيبسوس عبر الإنترنت باستخدام مجال الموثوقيّة، حيث يكون الاستطلاع المؤلّف عيّنة دقيقاً بنسبة +/- 3.5 درجة مئوية. لمزيد من المعلومات حول استخدام إيبسوس مجالات الموثوقيّة، يرجى زيارة موقع إيبسوس الإلكتروني (www.Ipsos.com).

البلد	العيّنة
السعودية	1000
الإمارات	1000
مصر	1000
الأردن	500
لبنان	500
المغرب	500

نبذة حول إيبسوس

إيبسوس هي ثالث أكبر شركة متخصصة بأبحاث السوق في العالم، حيث تنشط في 90 سوقاً وتوظّف أكثر من 18,000 شخص.

لقد نجح أخصائيو الأبحاث، والمحللون والعلماء التابعون لإيبسوس المُحِبّون للاستطلاع والتواقون للمعرفة في بناء قدرات متعددة الاختصاصات وفريدة من نوعها، توفّر فهماً عميقاً ورؤى واضحةً حول خطوات المواطنين، والمستهلكين، والمرضى، والعملاء والموظفين، وآرائهم وحوافزهم. أما حلولنا للأعمال والبالغ عددها 75 حلاً فترتكز إلى بيانات أولية مستنتجة من دراساتنا الاستقصائية، ورصدنا لوسائل التواصل الاجتماعي، وتقنياتنا النوعية أو أساليب المراقبة والرصد التي نعتمدها.

يلخّص شعارنا وهو "مغيّرو قواعد اللعبة" (Game Changers) طموحنا الرامي إلى مساعدة عملائنا البالغ عددهم 5000 عميل على النمو والازدهار بثقة في عالمٍ يشهد نمواً دائماً ومتسارعاً.

تأسست إيبسوس في فرنسا عام 1975، وهي مدرجة في بورصة يورونكست في باريس منذ الأول من يوليو-تموز 1999. إن الشركة عضو في مؤشر البورصة الفرنسية SBF 120 ومؤشر Mid-60 وهي مؤهلة لخدمة التسديد المؤجل (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

في عالمنا السريع التغيير، أصبحت الحاجة إلى معلومات موثوقة لاتخاذ قرارات واثقة أكثر إلحاحاً من أيّ وقتٍ مضى.

في إيبسوس، نؤمن أنّ عملاءنا بحاجة إلى أكثر من مجرّد مزوّد للبيانات؛ هم بحاجة إلى شريك يمكنه إنتاج معلومات دقيقة وذات صلة وتحويلها إلى حقيقة قابلة للتنفيذ.

لهذا السبب فإنّ خبراءنا الذي يتحلّون بالفضول والشغف لا يقدّمون بيانات القياس الأكثر دقة فحسب، بل يصيغونها بشكلٍ يؤمّن فهماً حقيقياً للمجتمع والأسواق والناس.

للقيام بذلك، نستخدم أفضل العلوم والتكنولوجيا والدراية ونطبّق مبادئ الأمن والبساطة والسرعة والمضمون على كل ما نقوم به من أعمال.

بحيث يتمكّن عملاؤنا من التصرّف بشكلٍ أسرع وأكثر ذكاءً وجرأة.
في النهاية، يعود سبب النجاح إلى حقيقة بسيطة:
أنت تتصرف بشكلٍ أفضل عندما تكون واثقاً.

شكراً

لمزيد من المعلومات:

محمد ميناوي

المسؤول الأعلى عن خدمة العملاء - إيبسوس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

Mohammed.Minawi@Ipsos.com

نيكولا قحوش

مدير قسم الأبحاث – إيبسوس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

Nicola.Qahoush@Ipsos.com

GAME CHANGERS

Ipsos