

A close-up photograph of a hand placing a gold-colored coin on top of a stack of similar coins. The stack is on a light-colored wooden surface. The background is a dark blue gradient with a teal diagonal stripe and a white diagonal stripe.

SPOTLIGHT*KSA

الآراء حول التضخم

أيلول- 2026

المحتوى

1

النتائج الرئيسية

2

المخاوف المالية

3

الآراء حول الأسعار والإنفاق

4

كيف يتعامل الناس مع التضخم؟

5

أثر التضخم على نمط الحياة

6

التوقعات الاقتصادية

7

توصيات الاستجابة للمخاوف والتغيرات

النتائج الرئيسية

الأسعار في ارتفاع، والكثير من الناس يشعرون بذلك على الصعيد الشخصي

تؤكد أغلبية الناس أن الأسعار قد ارتفعت خلال الأشهر الستة الماضية. وبالنسبة للكثيرين، يعد هذا الأمر أكثر من مجرد رقم في عناوين الأخبار؛ حيث يشعر نسبة كبيرة بالقلق إزاء تغطية تكاليفهم المعيشية اليومية، ويقول الكثيرون إنهم خفضوا مستوى معيشتهم لمجاراة الوضع. وتتحمل الأسر ذات الدخل المنخفض، والوافدون، وكبار السن العبء الأكبر، بينما يبدو الفئات الأصغر سناً والأعلى دخلاً أكثر راحة. ومع ذلك، لا يزال معظم الناس يعتقدون أن تكاليف المعيشة في المملكة العربية السعودية تعتبر مناسبة مقارنة بالبلدان المجاورة.

الناس يتكيفون، ولا يقللون من الإنفاق

يتخذ معظم الناس خطوات فعالة للتعامل مع ارتفاع الأسعار، وتتمحور هذه الخطوات بشكل أساسي حول الحفاظ على السيطرة. وأكثر هذه الخطوات شيوعاً هي مراقبة أوجه الإنفاق، والطهي في المنزل، والتسوق من أماكن أقل تكلفة، وشراء الاحتياجات الضرورية فقط. كما أن تقليل الخروج، والحد من الإنفاق على الملابس ومستحضرات العناية الشخصية منتشر أيضاً. وتُعد وسائل النقل، الأطعمة والمشروبات، وفواتير الخدمات العامة هي المجالات التي تُشعر بارتفاع الأسعار فيها بشكل أكبر وأكثر حدة.

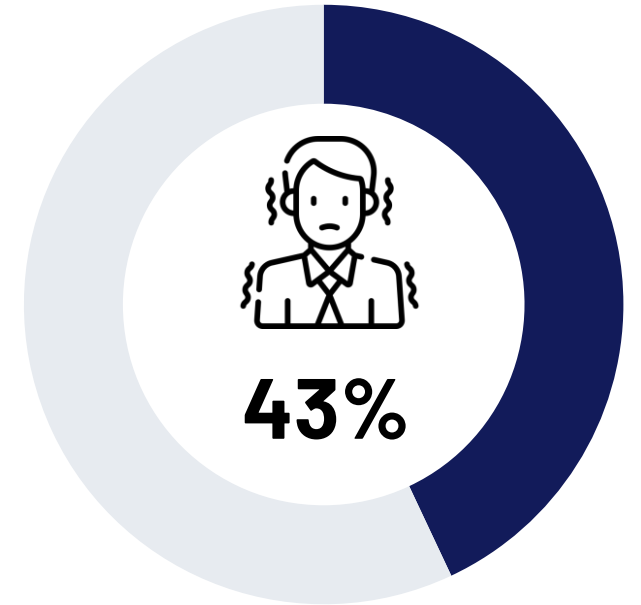
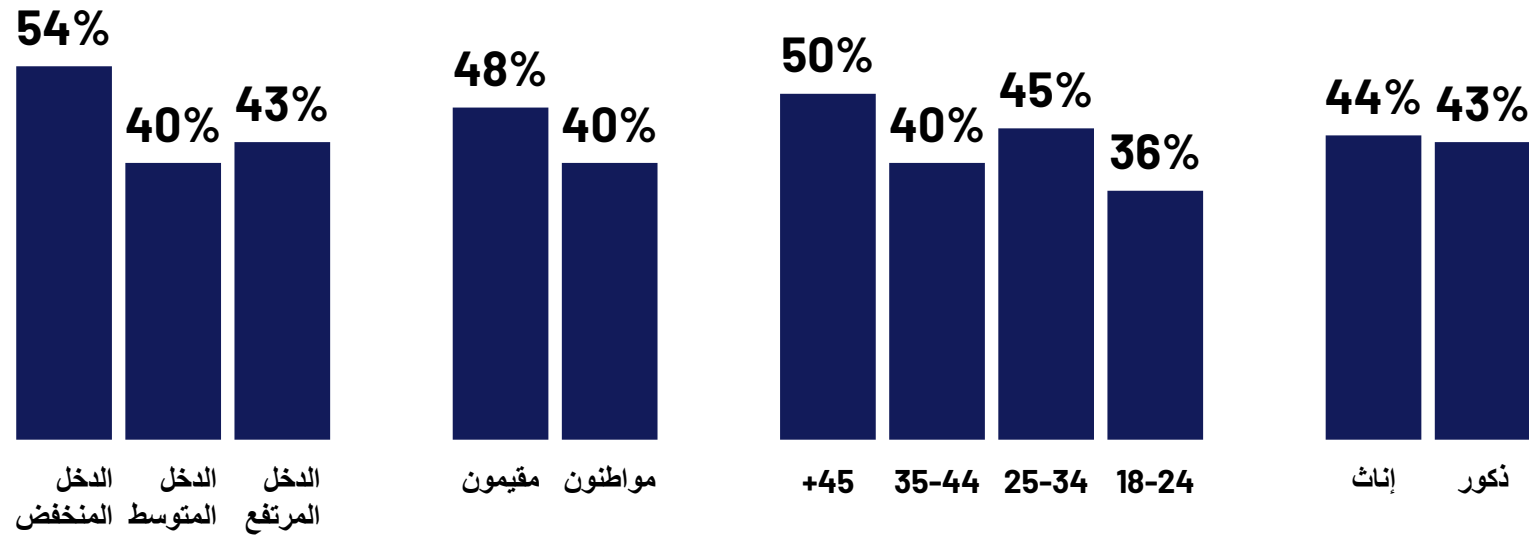
من المتوقع أن يشهد العام المقبل استقراراً نسبياً، مع استمرار بعض التحديات

بالنظر إلى المستقبل، يتوقع معظم الناس أن تظل الأمور ثابتة بدلاً من أن تتدهور. ويُعد التضخم هو الأمر الذي يتوقعون غالباً ارتفاعه، تليه أسعار الفائدة والضرائب، ولكن في كل حالة تعتقد الأغلبية أن المستويات ستظل في حدود ما هي عليه. أما الآراء المتعلقة بأسرهم فتكون أكثر إيجابية: يتوقع المزيد أن تتحسن دخلهم ومستوى معيشتهم بدلاً من أن يتراجع، على الرغم من أنهم أقل ثقة بشأن المبلغ المتبقي في نهاية الشهر. وتُعد الفئات الأكبر سناً وذوو الدخل المنخفض هم الأرجح لتوقع المزيد من الزيادات.

المخاوف المالية

المخاوف المالية

% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



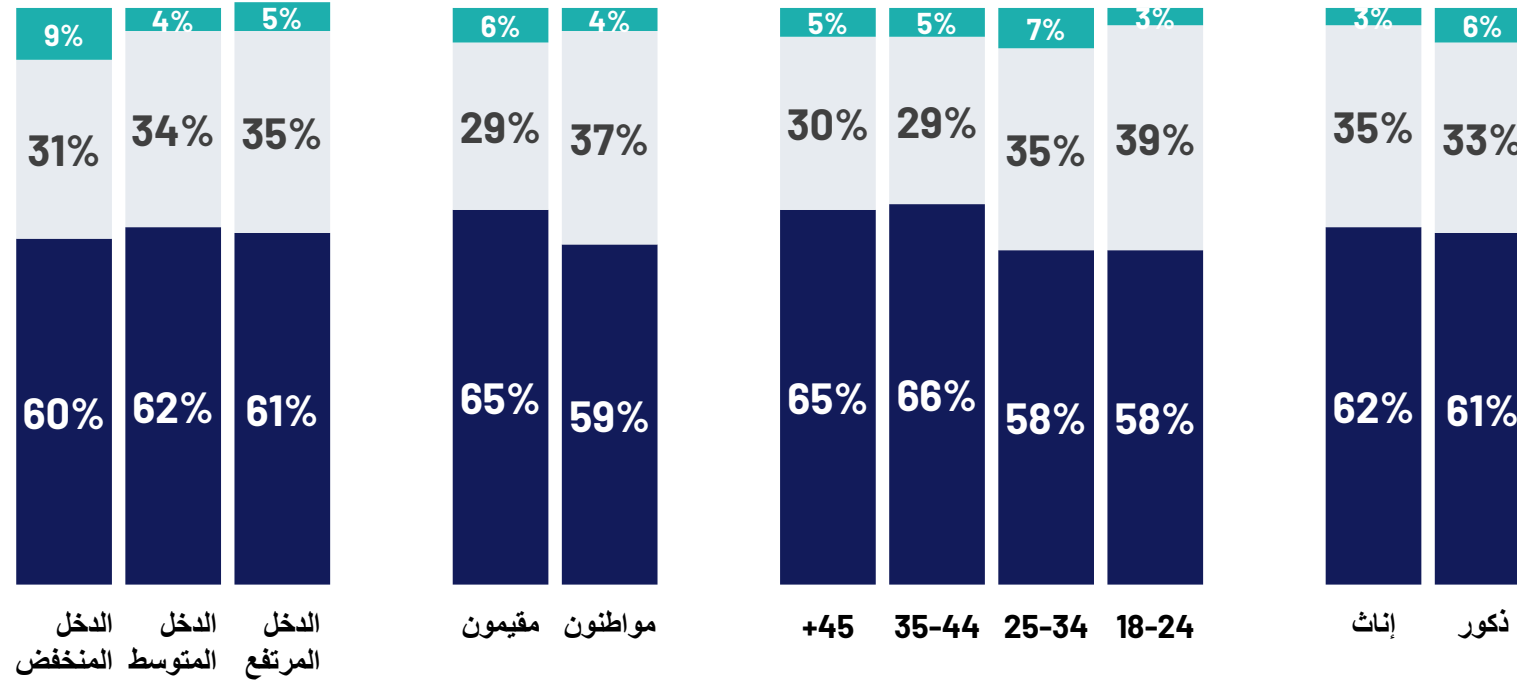
أشعر بالقلق من عدم قدرتي على تغطية نفقاتي اليومية ماليًا

9+ نقاط ▲

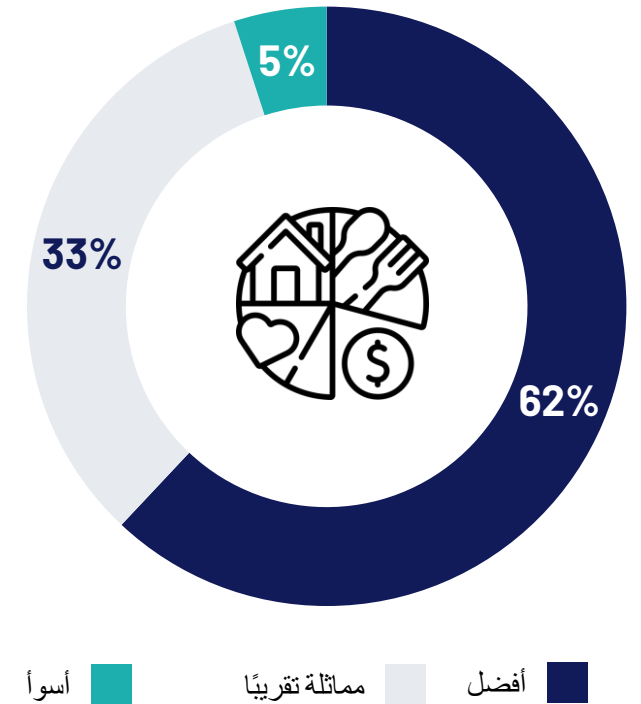
التغير مقارنةً بعام 2024 ▼▲

الآراء حول تكاليف المعيشة

% حسب الفئات الديموغرافية



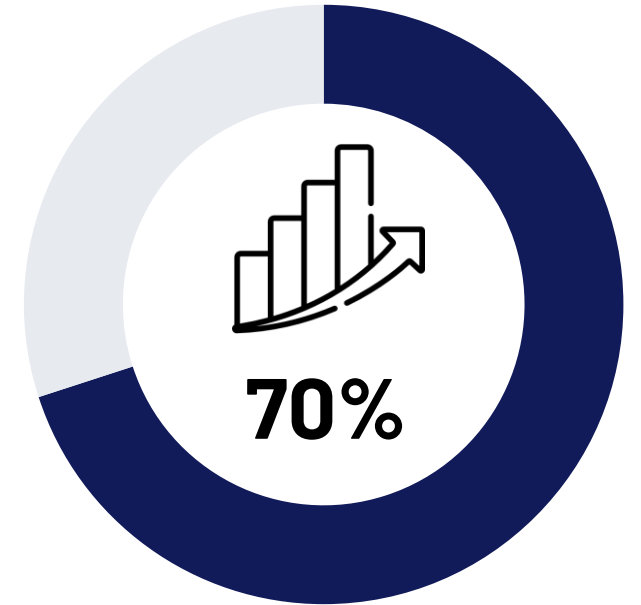
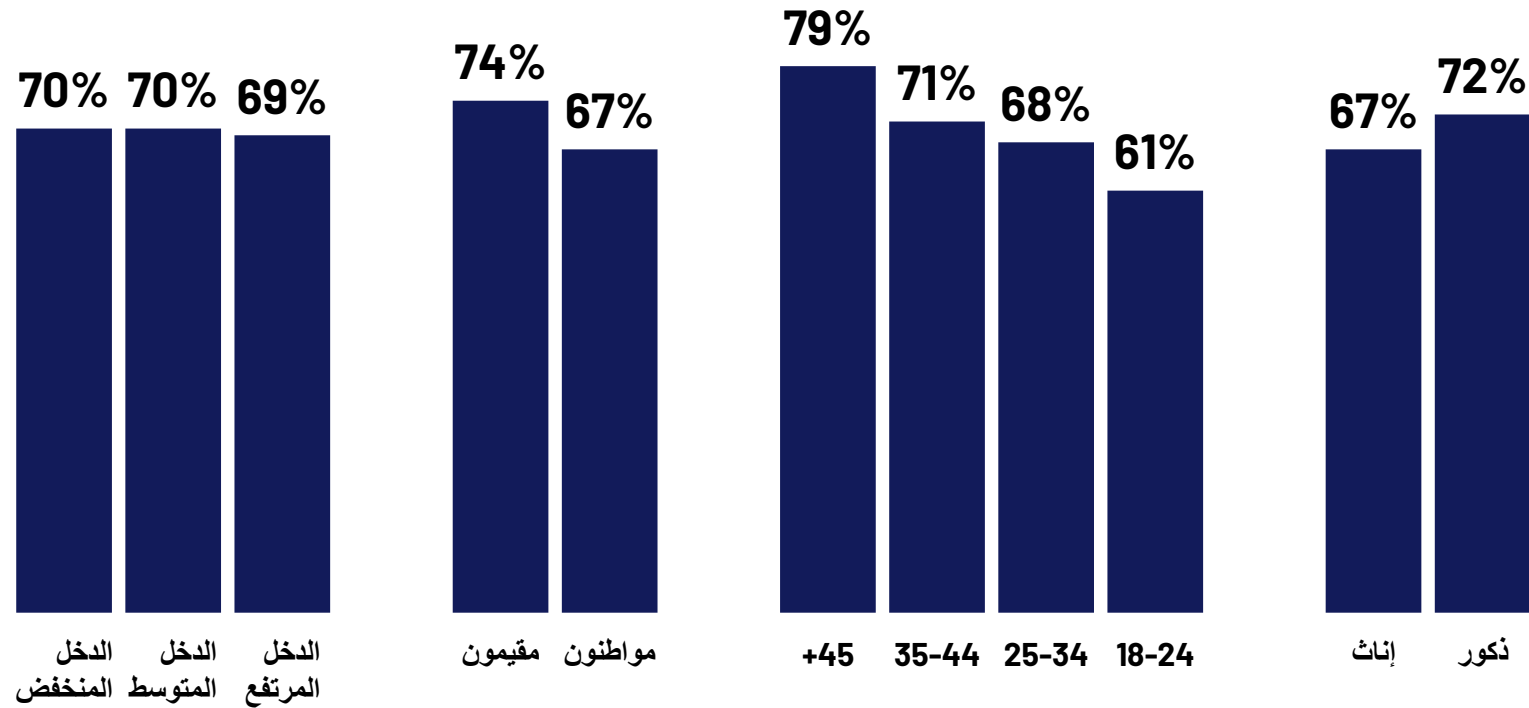
الآراء حول تكاليف المعيشة مقارنةً بالدول المجاورة



الآراء حول الأسعار والإنفاق

الآراء حول الأسعار

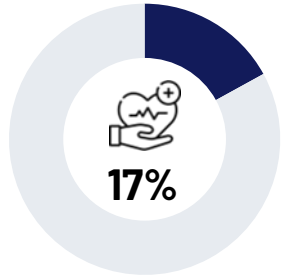
%الارتفاع - حسب الفئات الديموغرافية



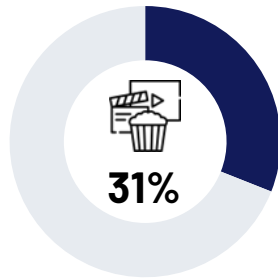
يعتقدون أن الأسعار ارتفعت خلال
الأشهر الستة الماضية

الفئات التي شهدت أكبر ارتفاع في الأسعار

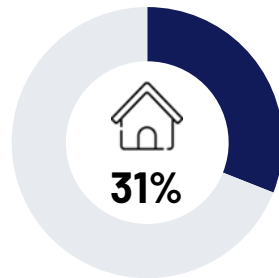
%الارتفاع



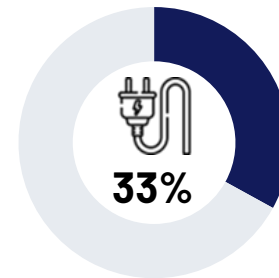
الرعاية الصحية



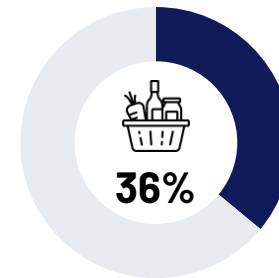
الترفيه وتناول الطعام خارج المنزل



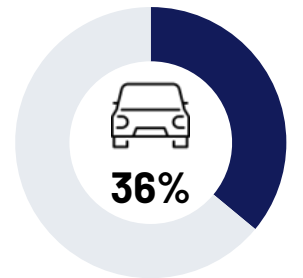
نفقات السكن



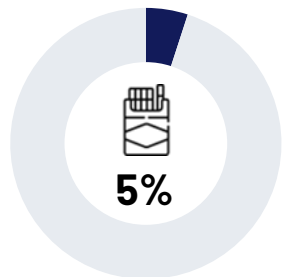
الخدمات



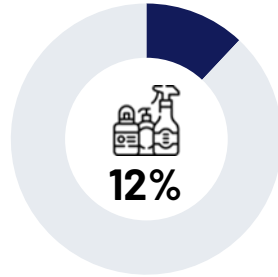
الأطعمة والمشروبات



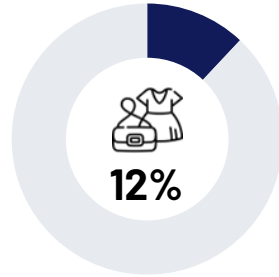
النقل



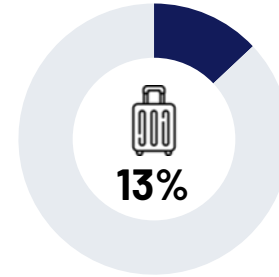
التبغ



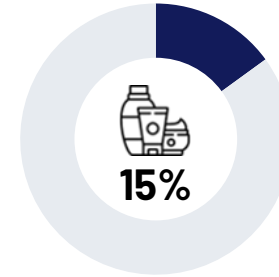
منتجات العناية بالمنزل



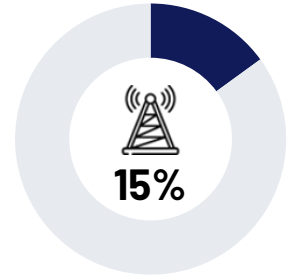
الملابس والأزياء



نفقات السفر



منتجات العناية الشخصية



الاتصالات/الإنترنت

الفئات التي شهدت أكبر ارتفاع في الأسعار

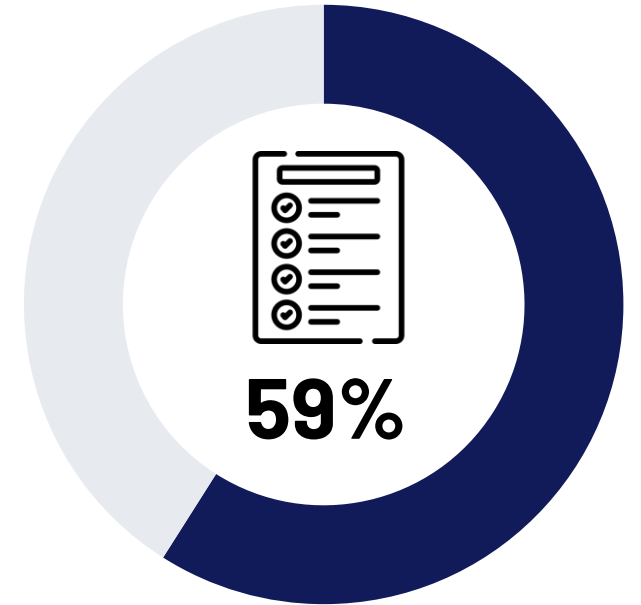
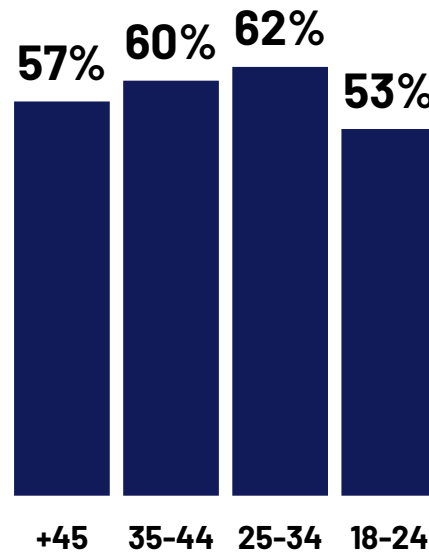
%الارتفاع - حسب الفئات الديموغرافية

النقل	الأطعمة والمشروبات	الخدمات	نفقات السكن	الترفيه وتناول الطعام خارج المنزل	الرعاية الصحية	الإنترنت والاتصالات	منتجات العناية الشخصية	نفقات السفر	الملابس والأزياء	منتجات العناية بالمنزل	التبغ	الإجمالي
36%	36%	33%	31%	31%	17%	15%	15%	13%	12%	12%	5%	
36%	39%	35%	31%	29%	17%	16%	13%	12%	12%	12%	6%	ذكور
37%	33%	31%	32%	35%	16%	14%	18%	14%	12%	11%	4%	إناث
38%	27%	20%	28%	31%	10%	18%	24%	15%	15%	11%	6%	18-24
34%	35%	28%	30%	30%	21%	12%	16%	12%	16%	11%	8%	25-34
33%	38%	40%	31%	34%	18%	15%	9%	15%	7%	12%	5%	35-44
42%	44%	43%	36%	30%	15%	19%	12%	10%	9%	13%	1%	+45
40%	34%	34%	28%	32%	14%	16%	16%	12%	13%	11%	7%	مواطنون
31%	39%	32%	36%	30%	20%	15%	14%	15%	11%	13%	3%	مقيمون
38%	32%	33%	33%	30%	15%	11%	15%	18%	16%	13%	10%	الدخل المرتفع
38%	40%	31%	29%	33%	15%	15%	15%	12%	12%	13%	5%	الدخل المتوسط
30%	31%	39%	36%	27%	24%	22%	13%	11%	10%	8%	2%	الدخل المنخفض

كيف يتعامل الناس مع التضخم؟

اتخاذ إجراءات لمواجهة ارتفاع الأسعار

- % حسب الفئات الديموغرافية

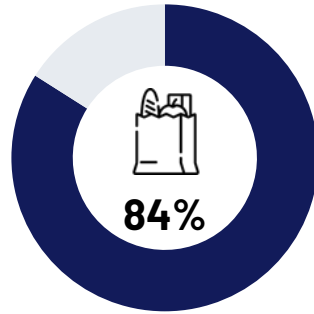


اتخذوا أو يخططون لاتخاذ إجراءات لمواجهة ارتفاع الأسعار

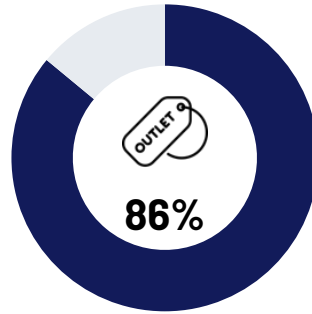
أبرز الإجراءات المتخذة لمواجهة ارتفاع الأسعار



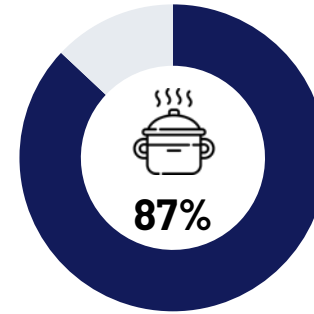
شراء عدد أقل من المنتجات في كل رحلة تسوق



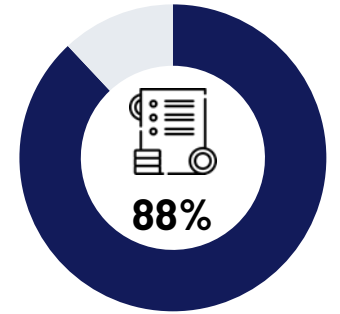
شراء الضروريات فقط



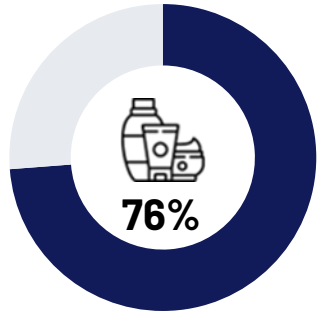
التسوق من متاجر أقل تكلفة



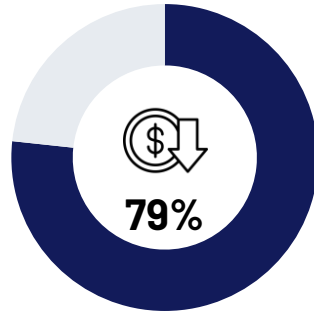
تناول المزيد من الوجبات المعدة في المنزل



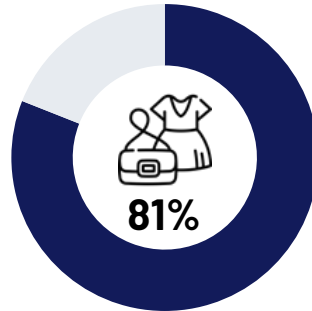
متابعة عادات الإنفاق



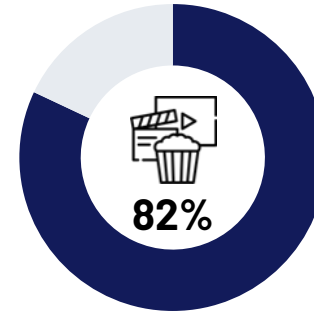
شراء عدد أقل من منتجات العناية الشخصية



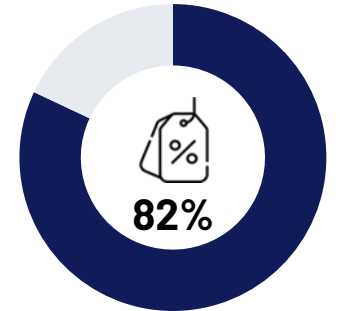
شراء علامات تجارية أقل تكلفة



شراء عدد أقل من الملابس والأزياء



تقليص الأنشطة الاجتماعية والترفيهية



شراء المنتجات ضمن العروض الترويجية

أبرز الإجراءات المتخذة لمواجهة ارتفاع الأسعار

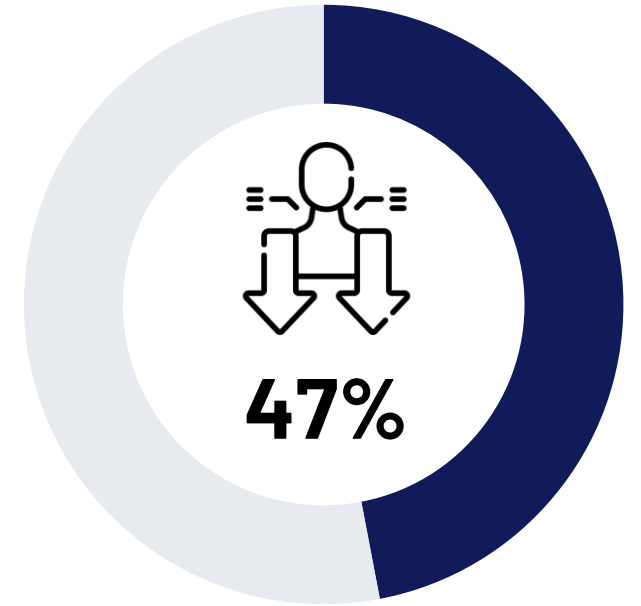
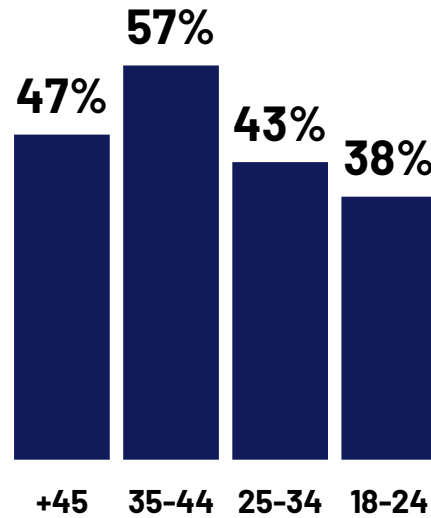
% - حسب الفئات الديموغرافية

متابعة عادات الإنفاق	تناول المزيد من الوجبات المعدة في المنزل	التسوق من متاجر أقل تكلفة	شراء الضروريات فقط	شراء عدد أقل من المنتجات في كل رحلة تسوق	شراء المنتجات ضمن العروض الترويجية	تقليل الأنشطة الاجتماعية والترفيهية	شراء عدد أقل من الملابس والأزياء	شراء علامات تجارية أقل تكلفة	شراء عدد أقل من منتجات العناية الشخصية	الإجمالي
88%	87%	86%	84%	83%	82%	82%	81%	79%	76%	
87%	86%	84%	85%	81%	81%	81%	82%	78%	75%	ذكور
89%	89%	90%	84%	86%	84%	83%	80%	80%	78%	إناث
83%	84%	92%	79%	83%	86%	76%	77%	79%	71%	18-24
83%	82%	77%	79%	79%	84%	84%	77%	75%	73%	25-34
89%	90%	87%	86%	86%	82%	81%	83%	83%	78%	35-44
96%	94%	93%	94%	86%	77%	84%	87%	80%	83%	+45
85%	88%	85%	82%	85%	79%	87%	78%	77%	75%	مواطنون
91%	86%	88%	87%	80%	86%	76%	85%	81%	77%	مقيمون
89%	94%	86%	83%	84%	86%	81%	79%	78%	73%	الدخل المرتفع
86%	86%	86%	86%	81%	81%	82%	81%	78%	75%	الدخل المتوسط
90%	84%	87%	81%	87%	81%	82%	83%	82%	81%	الدخل المنخفض

أثر التضخم على نمط الحياة

تعديلات نمط الحياة استجابةً لارتفاع الأسعار

% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



اضطرت إلى التكيف مع مستوى معيشي أقل

التوقعات الاقتصادية

التوقعات للعام المقبل

% ممن يتوقعون ارتفاعًا

41%

معدل التضخم



40%

دخل الأسرة



35%

مستوى المعيشة



33%

أسعار الفائدة



31%

الضرائب



توصيات الاستجابة للمخاوف والتغيرات

توصيات عملية لأصحاب المصلحة في المشهد الاستهلاكي بالمملكة العربية السعودية

اكسب سلة التسوق الصغيرة

يشتري المتسوقون عددًا أقل من المنتجات في كل رحلة تسوق ويلتزمون بالضروريات. أعد التفكير في أحجام العبوات، ونقاط الأسعار التمهيديّة، وآليات الشراء المتعددة لضمان بقاء العلامات التجارية ضمن سلة التسوق الصغيرة بدلاً من استبعادها منها

اجعل القيمة واضحة لا مجرد سعر منخفض

قم بتبرير السعر بدلاً من خفضه. في ظل الانتشار الواسع للعروض الترويجية، والمنافذ الأرخص، والعلامات التجارية منخفضة التكلفة، يكمن الخطر في التعرض للتقييم بناءً على السعر وحده. اعكس بوضوح جودة المنتج، وحجمه، وقدرته على الاستمرار لكي يرى المتسوقون ما يدفعون ثمنه بالضبط

كافئ المخططين

تُعد متابعة الإنفاق السلوك الأكثر انتشاراً على الإطلاق. إن برامج الولاء، والأسعار الواضحة، وأدوات وضع الميزانيات، وخيارات الدفع المرنة تحول هذا الدافع إلى سبب للبقاء مع العلامة التجارية بدلاً من البحث في أماكن أخرى

توسّع مع المناسبات المنزلية

يُعد الطهي في المنزل والبقاء في البيت من أكثر الاستجابات شيوعاً للضغط الناجم عن الأسعار. احرص على وضع المنتجات بحيث ترتبط بالوجبات اليومية وأجواء الترفيه المنزلية، وتعامل مع هذا الأمر باعتباره تحولاً دائماً في طبيعة المناسبات لا مجرد خفض مؤقت لمستوى الإنفاق

العينة والمنهجية المتبعة

حجم العينة

500 مشارك

معيار اختيار العينة

عينة تمثل الجمهور العام
تمثل التوزيع السكاني حسب الجنس، العمر (18 عاماً وما فوق)، الجنسية،
والوضع الاجتماعي والاقتصادي

المنهجية المتبعة

تم إجراء الاستبيان عبر لوحة إبسوس
الإلكترونية (Ipsos online panel)

النطاق الجغرافي

تم إجراء الدراسة في المملكة العربية السعودية
مع تغطية شاملة لجميع أنحاء البلاد

للمزيد من المعلومات

Mohamad Jobeilly
Senior Client Director
Ipsos in KSA
mohamad.jobeilly@ipsos.com

Federica Ibrahim
Accounts Manager
Ipsos in Saudi Arabia
federica.ibrahim@ipsos.com