



January 26, 2009

## ٢٥ مليون دولار إنفاق قطاعات الأعمال في الخليج على البحوث الإعلامية

■ خلال أول ١٠ أشهر من ٢٠٠٨.. والأزمة العالمية تنعش عملياتها

المناسبة.

وبين الزبير ان وسائل الإعلام المختلفة، بما تنشره أو تبثه أو تعرضه، من معلومات وبيانات حول مختلف النشاطات والقطاعات تعطي دلالات ومؤشرات مهمة عن واقع هذه المؤسسة أو تلك من النواحي التسويقية والسوقية والاقتصادية والخدماتية والإنتاجية، ذلك لأن وسائل الإعلام من خلال تنافسها الاحترافي ومتابعتها المباشرة تعرض لجميع جوانب وتفاصيل الاحداث والتطورات والمستجدات التي تطرأ على قطاعات الأعمال، محلياً وإقليمياً وعالمياً.

وأضاف الزبير: «إن الأزمة العالمية الحالية، بما عكسته من فقر وضعف في المعلومات اللازمة للحوط لهذه الأزمة، أو على الأقل توقعها، في حين توقعها العديد من الصحافيين والإعلاميين قبل وقوعها بفترة كافية، عززت من موقع الإعلام في المنطقة، وأبرزت أهمية وضرورة تخصيص الشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة، على حد سواء، جزءاً من ميزانياتها لعمليات الرصد الإعلامي الخاصة بمجال عملها وأسواقها».

أكد الخبير في مجال البحوث الإعلامية محمد الزبير ان الأزمة العالمية التي يعيشها العالم اليوم، أنعشت عمليات القياس والتقييم الإعلامي، بخلاف القطاعات الأخرى خصوصاً في دول الخليج العربي. ويعزّي الخبير هذا الانتعاش إلى ازدياد حاجة مؤسسات القطاعين الخاص والحكومي في المنطقة لمعرفة واقع الأسواق ومستقبلها ودراسة مؤشراتنا، وذلك في ظل الأزمة الحالية.

وأكد الزبير، المدير العام لشركة ميديا ستو. وهي الشركة المتخصصة في مجال الإعلام والابحاث الإعلامية والعاملة في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا. ان اهتمام دول الخليج بعمليات البحوث الإعلامية بدأ بالازدياد مع مطلع عام ٢٠٠٨، حيث وصل إجمالي إنفاقها على هذه العمليات خلال الأشهر العشرة الأولى من العام ذاته إلى ٢٥ مليون دولار، ٢٠٪ منها أنفقتها المؤسسات الحكومية في هذه الدول.

وتشدد الزبير على أن سوق البحوث والرصد الإعلامي يزدهر وينشط في أوقات الأزمات، حيث الشركات والمؤسسات تكون بحاجة إلى استقاء المعلومات وجمع البيانات اللازمة للتعرف على حجم حضورها في السوق، ومواطن ضعفها وقوتها أمام منافسيها في مجالات عملها، بالإضافة إلى دراسة مستقبل نشاطها ومعوقات استمراره وفرص توسعه، في سبيل اتخاذ القرارات الصحيحة بالأوقات