

# استطلاع بيت.كوم لمؤشر ثقة المستهلك في الشرق الأوسط

إبريل 2011

- فهم إنطباعات و عادات المستهلكين في الشرق الأوسط بخصوص الإقتصاد في دولهم، وضعهم المالي و المهني الشخصي، و إحتمالية شرائهم و إستثمارهم، بالإضافة إلى الوضع في سوق العمل عامةً.
- سيتم إستنتاج 4 مؤشرات من نتائج البحث بانتظام على أساس ربع سنوي بحيث ستكون النتائج لهذا التحليل في دورتها السادسة عشر (ديسمبر 2010) بعد الدورة الإبتدائية في أبريل 2007.
- هذه المؤشرات هي:
  - مؤشر ثقة المستهلك - Consumer Confidence Index (CCI)
  - مؤشر توقعات المستهلك - Consumer Expectation Index (CEI)
  - مؤشر إحتمالية الإستهلاك/ الإنفاق - Propensity to Consume/Spend Index (PCI)
  - مؤشر ثقة الموظف - Employee Confidence Index (ECI)

- مؤشر المستهلك هو مقياس للإنعاش الإقتصادي لبلد ما
- إنه إنعكاس لمستويات رضا المستهلك و توقعاته إستناداً على عوامل مختلفة في السوق – التضخم، أداء سوق الأسهم، فرص العمل/ هيكلية الرواتب، البطالة، سبل الإستثمار و عوائدهما، نمو العمل، السياسات الإقتصادية للدولة، البنية التحتية، تكاليف المعيشة، نسبة الفوائد، أسعار الصرف ...إلخ.
- مستويات رضا المستهلك و توقعاته هذه سيكون لها تأثير على المتغيرات الإقتصادية.
- مثلاً، إذا كان المستهلك متفائلاً بشأن الإقتصاد و يمتلك مستويات دخل متاحة للصرف يمكن إعتبارها كافية، سيقوم المستهلك بالإنفاق على السلع الإستهلاكية أكثر من قبل.
- سيؤدي ذلك بدوره إلى إعطاء دفعة للأعمال التي تعتمد على صرف المستهلك، مما سيؤدي إلى نمو الإقتصاد بصورة أكبر.
- من ناحية أخرى، فإن النظرة التشاؤمية للإقتصاد قد تؤدي إلى حد المستهلكين من صرفهم مما سيحدث ركوداً في الإنفاق الذي قد يؤدي بدوره إلى خسائر لدى الشركات/ إلى أزمة إقتصادية.
- في نفس الوقت، إذا كان الكبار المؤهلين للعمل متفائلين في نظرتهم لإحتماليات و فرص العمل، و الأمان الوظيفي، و لديهم توقعات جيدة حول الراتب و تطورهم الوظيفي، سينعكس ذلك على تصرفاتهم حيال العمل و الإقتصاد بشكل عام بالإضافة إلى سلوكهم في الإنفاق.
- لذلك فإن متابعة توجهات و توقعات المستهلك قد تساعد في التنبؤ بالتغيرات الإقتصادية.
- هذه المعلومات مفيدة للمهنيين المؤهلين، المصنّعين/ رجال الأعمال، وكالات/ مستشاري التوظيف، الإقتصاديين، و غيرهم من عامة الناس.

### ■ العمر و الجنس:

الذكور و الإناث البالغين  
عمرهم أكثر من 18 عاماً

### ■ الجنسيات:

خليجيين، شمال أفريقيين، من بلاد الشام، غربيين و آسيويين

### ■ بلد الإقامة:

دول الخليج: الإمارات، المملكة العربية السعودية، الكويت، عمان، قطر، البحرين\*

بلاد الشام: لبنان، سوريا، الأردن

شمال أفريقيا: مصر\*، المغرب، الجزائر، تونس

شبه القارة الهندية: باكستان

\* عينة صغيرة مما يعني أن النتائج ذات دلالية فقط

### ■ المنهجية:

تمت عملية تجميع المعلومات عبر الإنترنت في الفترة ما بين 14 مارس و 3 أبريل 2011. إجمالي عدد المجيبين هو 8,079.

- المؤشرات التي تركز على قياس ثقة المستهلك هي:
  - مؤشر ثقة المستهلك - Consumer Confidence Index (CCI)
  - مؤشر توقعات المستهلك - Consumer Expectation Index (CEI)
  - مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق - Propensity to Consume/Spend Index (PCI)
- المؤشر الذي يهدف إلى قياس ثقة الموظفين و العاملين في سوق العمل و آفاق عملهم هو:
  - مؤشر ثقة الموظف - Employee Confidence Index (ECI)
- يتكون مؤشر ثقة المستهلك من الأسئلة الخمسة التالية:
  1. نود أن نطرح عليك بعض الأسئلة عن حالتك المادية في الوقت الحالي. كيف هي حالتك المادية الراهنة (أنت و عائلتك) بالمقارنة مع السنة الماضية؟
    - (أ) أفضل حالاً، (ب) مثل العام الماضي، (ج) أسوأ حالاً، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  2. كيف تعتقد بأن مستواك (و مستوى عائلتك) المادي سيتغير في العام المقبل؟
    - (أ) سيصبح أفضل، (ب) سيبقى كما هو، (ج) سيصبح أسوأ، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  3. كيف ترى حال توقعاتك الحالية بخصوص إقتصاد بلدك بالمقارنة مع توقعاتك قبل 3 أشهر؟
    - (أ) أفضل حالاً، (ب) بقيت كما هي، (ج) أسوأ حالاً، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  4. كيف تعتقد سيتغير إقتصاد بلدك خلال عام من الآن؟
    - (أ) سيصبح أفضل، (ب) سيبقى كما هو عليه هذا العام، (ج) سيصبح أسوأ، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  5. كيف نقيّم الفترة الحالية كتوقيت لشراء المنتجات طويلة الأمد مثل التلفزيون، الثلاجة، الكمبيوتر، الأثاث، السيارات، أو العقارات؟
    - (أ) توقيت جيّد، (ب) توقيت عادي كغيره، (ج) توقيت سيء، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.

- يتم حساب المؤشر على أساس المعادلة التالية:  
- قيمة المؤشر = (قيمة الدورة الحالية / قيمة الدورة الإبتدائية) x 100
- قيمة الدورة الحالية لكل سؤال = ((عدد الإجابات المتفائلة – عدد الإجابات المتشائمة) / إجمالي عدد المجيبين) x 100 + 100
- يتم جمع قيمة الدورة الحالية لكل سؤال للحصول على قيمة الدورة الحالية للمؤشر ككل.
- إن قيمة الدورة الحالية المحسوبة لأبريل 2007 هي ثابتة كقيمة للدورة الإبتدائية.
- إن الدورة الإبتدائية للمؤشر هي أبريل 2007 و قيمة المؤشر لتلك الدورة هي 100.
- مقياس المؤشر يتفاوت ما بين 0 و حتى 200.
- هناك مؤشران فرعيان لمؤشر ثقة المستهلك CCI:  
- مؤشر توقعات المستهلك (CEI) Consumer Expectation Index  
- مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI) Propensity to Consume/Spend Index
- يتم حساب مؤشر توقعات المستهلك (CEI) من السؤالين 2 و 4.
- يتم حساب مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI) بإستخدام السؤال الخامس فقط
- إن المنهجية المستخدمة لحساب هذين المؤشرين الفرعيين هي نفسها المستخدمة لحساب مؤشر ثقة المستهلك (CCI).
- إن قيمة الدورة الحالية المحسوبة لأبريل 2007 هي ثابتة كقيمة للدورة الإبتدائية.
- سيتم حساب مؤشر ثقة المستهلك و مؤشريه الفرعيين لكل دولة على حدة.

- يتكون مؤشر ثقة الموظف من الأسئلة الستة التالية:
  1. ما مدى سهولة أو صعوبة إيجاد عمل في البلد الذي تقيم فيه في الوقت الراهن؟  
(أ) هناك الكثير من الوظائف، (ب) ليس هناك الكثير من الوظائف، (ج) هناك وظائف قليلة جداً، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  2. كيف تتوقع أن تختلف فرص العمل خلال عام من الآن؟  
(أ) ستكون هناك وظائف أكثر، (ب) سيظل عدد الوظائف كما هو، (ج) ستكون هناك وظائف أقل، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  3. كيف تقيّم مدى رضاك عن وظيفتك الحالية و تطلعاتك المهنية؟  
(أ) عال، (ب) متوسط، (ج) ضعيف، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  4. كيف تقيّم مدى رضاك عن التطور الوظيفي في المؤسسة التي تعمل فيها حالياً؟  
(أ) عال، (ب) متوسط، (ج) ضعيف، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  5. كيف تقيّم مدى رضاك عن الأمان الوظيفي في المؤسسة التي تعمل فيها حالياً؟  
(أ) عال، (ب) متوسط، (ج) ضعيف، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
  6. كيف تقيّم مدى رضاك عن دخلك الحالي (بما في ذلك الراتب، البدلات، و الفوائد الأخرى)؟  
(أ) عال، (ب) متوسط، (ج) ضعيف، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.
- سيتم جمع قيم الدورة الحالية لكل سؤال للحصول على القيمة الإجمالية لمؤشر الدورة الحالية.
- إن قيمة الدورة الحالية المحسوبة لأبريل 2007 هي ثابتة كقيمة للدورة الإبتدائية.
- إن الدورة الإبتدائية للمؤشر هي أبريل 2007 و قيمة المؤشر لتلك الدورة هي 100.
- سيتم حساب مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة على حدة.

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أبريل 2007

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	لبنان	الكويت	مصر	الجزائر	قيمة الدورة الإبتدائية ل:
2069	200	2095	382	696	711	1635	415	إجمالي عدد المجيبين
296.4	268.0	305.6	303.4	217.2	297.5	259.1	288.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
99.2	76.0	98.1	107.6	67.5	104.5	90.6	103.9	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
634.4	560.5	651.6	671.7	428.9	634.5	573.6	637.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
660.8	549.5	651.6	711.3	490.1	635.0	598.5	605.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



## قيمة الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، يوليو 2007

الإمارات	السعودية	قطر	باكستان	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	الجزائر	القيم ليوليو 2007
2099	2251	355	960	435	732	1206	1632	427	إجمالي عدد المجيبين
294.0	307.8	307.0	293.8	236.6	294.4	277.0	261.2	292.3	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
102.8	101.9	108.2	114.3	67.4	105.7	89.3	93.1	107.5	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
630.3	657.8	669.3	660.5	456.3	640.4	597.9	580.5	661.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
655.7	669.1	730.7	551.9	524.8	626.2	588.0	608.1	623.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أكتوبر 2007

الإمارات	السعودية	قطر	باكستان	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	الجزائر	القيم لأكتوبر 2007
3031	3633	336	850	286	663	881	2217	452	إجمالي عدد المجيبين
276.5	279.8	287.2	287.2	207.7	285.8	246.8	253.3	283.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
93.8	83.4	95.5	106.5	67.8	92.8	88.9	86.1	89.4	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
592.2	579.1	615.2	633.8	425.5	609.2	528.0	554.8	608.0	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
629.1	610.8	664.3	565.8	496.2	615.2	582.0	591.8	621.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، يناير 2008

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	المغرب	الكويت	الأردن	مصر	الجزائر	القيم ليناير 2008
184	111	113	1264	208	659	731	131	149	1265	401	إجمالي عدد المجيبين
275.5	260.4	242.5	263.8	281.3	278.3	268.0	249.6	179.2	219.1	260.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
107.1	74.8	68.1	80.9	101.0	99.1	74.8	91.6	79.2	81.7	85.3	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
607.6	536.0	481.4	536.1	595.2	587.3	549.9	538.2	398.0	481.8	552.4	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
679.3	579.3	541.6	624.1	689.9	554.9	588.5	573.3	508.7	577.7	558.1	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، مايو 2008

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لمايو 2008
1335	220	228	2442	338	741	149	658	387	876	1165	1708	162	1745	إجمالي عدد المجيبين
258.1	267.7	211.4	250.9	247.0	285.7	273.8	254.9	206.5	251.4	194.3	203.2	251.9	263.6	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
89.4	87.3	55.3	81.6	89.9	105.9	83.9	70.2	60.5	81.3	64.9	70.6	88.9	83.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
548.8	578.6	414.0	517.3	550.6	619.4	579.9	508.5	403.4	521.5	393.4	434.5	544.4	567.4	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
654.8	603.6	550.0	616.7	674.9	552.4	658.4	585.1	525.6	603.7	526.7	561.0	604.3	590.0	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، يوليو 2008

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم ليوليو 2008
2100	114	149	2303	400	1093	102	1427	222	614	955	2045	137	669	إجمالي عدد المجيبين
229.0	238.6	238.9	245.1	254.0	239.2	259.8	235.2	212.2	250.5	181.7	199.0	240.9	255.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
83.7	66.7	68.5	77.9	90.5	86.7	90.2	60.3	69.4	88.4	64.1	67.7	89.8	81.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
496.6	493.0	477.9	503.7	548.8	510.9	567.6	464.1	437.4	540.7	370.7	423.7	515.3	550.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
621.1	542.1	580.5	612.2	665.5	512.4	627.5	544.6	494.1	598.7	519.9	536.6	571.5	551.3	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، نوفمبر 2008

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لنوفمبر 2008
2029	194	156	2568	401	111	2517	261	755	789	2606	130	703	إجمالي عدد المجيبين
228.5	266.5	241.7	253.3	264.3	272.1	256.3	258.6	252.1	242.3	218.0	250.0	238.3	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
75.8	64.9	76.3	69.5	81.8	73.0	65.3	82.8	79.6	70.2	75.7	73.1	81.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
475.2	538.7	506.4	504.0	557.1	546.8	505.2	546.7	519.6	500.0	469.7	526.2	522.9	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
541.8	553.6	590.4	586.0	628.7	579.3	556.0	524.1	575.4	544.2	549.4	558.5	561.5	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، فبراير 2009

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لفبراير 2009
1253	164	120	1312	246	78	854	190	456	608	2563	83	494	إجمالي عدد المجيبين
192.0	278.0	236.7	243.7	235.4	243.6	249.6	246.8	208.1	219.9	210.3	226.5	246.4	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
63.7	79.3	62.5	75.5	81.7	92.3	63.2	86.8	71.5	75.8	75.1	77.1	83.6	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
379.9	550.6	451.7	498.0	496.7	528.2	484.5	512.6	413.4	458.7	444.4	454.2	532.4	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
422.7	561.6	530.0	543.6	536.2	507.7	525.9	527.9	451.5	498.7	504.3	444.6	560.3	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، مايو 2009

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لمابو 2009
1418	127	143	2243	401	437	84	1371	239	483	613	2688	153	455	إجمالي عدد المجيبين
244.6	263.0	249.7	267.9	256.4	249.2	288.1	251.5	249.8	259.6	240.8	228.4	257.5	240.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
76.2	74.0	66.4	79.8	77.6	86.5	97.6	65.9	83.7	79.7	75.7	77.6	77.8	79.6	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
480.5	522.8	496.5	539.9	522.9	522.2	604.8	486.1	526.8	503.3	465.1	472.9	514.4	517.8	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
476.3	581.1	546.9	561.5	541.6	478.9	559.5	539.2	526.8	522.2	507.8	522.1	490.8	567.5	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أغسطس 2009

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لأغسطس 2009
1111	187	151	1604	195	27	73	1357	217	356	625	2302	105	737	إجمالي عدد المجيبين
270.2	266.8	264.2	277.4	281.5	244.4	304.1	261.8	249.7	280.3	238.5	244.2	271.4	251.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
89.2	73.7	68.2	81.1	87.6	111.1	101.3	67.4	85.7	91.2	67.6	80.5	78.09	74.2	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
539.4	541.1	527.8	562.2	583.5	525.9	652.0	524.9	523.9	566.5	465.6	517.2	544.7	534.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
515.9	558.2	599.3	575.1	616.9	585.1	665.7	558.4	517.0	565.1	507.6	531.1	525.7	559.9	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، ديسمبر 2009

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لديسمبر 2009
1791	201	310	2403	430	1086	148	1744	278	613	985	4273	168	735	إجمالي عدد المجيبين
259.8	271.6	260.3	279.0	284.7	253.7	302.0	254.8	266.2	274.9	228.7	247.3	265.5	281.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
79.4	65.2	69.7	83.2	81.0	91.9	82.4	64.0	83.8	83.5	64.0	79.7	102.4	88.7	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
508.8	532.3	520.3	569.1	579.1	536.6	623.0	496.0	544.2	548.5	446.2	523.0	556.6	610.9	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
506.6	562.2	558.7	579.2	570	486	614.2	528.2	524.5	543.1	500.2	559.5	498.2	603.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، مارس 2010

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لمارس 2010
774	103	104	1038	199	495	86	944	119	193	419	1360	97	279	إجمالي عدد المجيبين
266.5	277.7	257.7	268.4	274.9	265.7	308.1	272.7	235.3	273.6	221.2	249.0	283.5	258.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
90.6	62.1	76.9	80.8	86.9	94.7	103.5	65.1	73.1	79.8	66.6	79.9	93.8	77.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
536.8	537.9	523.1	553.4	576.9	556.2	643.0	532.0	492.4	554.4	430.8	519.3	568.0	542.7	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
529.0	532.4	510.3	552.3	501.8	557.7	561.2	545.7	552.6	495.8	529.0	532.4	510.3	552.3	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، يونيو 2010

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم ليونيو 2010
584	146	168	1143	131	329	99	435	144	135	379	1375	93	370	إجمالي عدد المجيبين
265.9	271.9	254.8	259.1	272.5	241.6	284.8	272.2	257.6	267.4	230.9	236.2	261.3	274.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84.6	71.9	73.2	77.3	89.3	97.0	96.0	78.9	78.5	78.5	67.8	72.3	94.6	73.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
533.9	556.2	515.5	532.7	588.5	526.4	608.1	554.9	525.0	528.9	450.9	487.8	558.1	567.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
474.0	508.2	451.2	525.0	561.8	491.2	524.2	509.7	497.2	482.2	411.9	485.7	507.5	509.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، سبتمبر 2010

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لسبتمبر 2010
770	164	468	861	179	602	166	650	192	204	750	1740	103	498	إجمالي عدد المجيبين
261	271	268	262	279	241	283	273	255	282	223	228	227	265	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
85	78	67	81	85	91	86	70	85	84	62	72	76	88	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
537	552	534	539	583	506	587	547	515	569	427	472	470	578	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
486	483	477	525	576	495	522	507	502	544	419	461	434	493	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، ديسمبر 2010

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لديسمبر 2010
527	241	429	1570	204	755	115	617	191	244	670	2924	103	663	إجمالي عدد المجيبين
274	261	265	262	290	239	303	276	201	261	224	229	257	258	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
88	68	68	81	91	90	103	78	70	83	63	71	83	77	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
551	558	532	542	600	505	646	559	416	542	429	474	532	551	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
509	501	479	528	563	499	582	523	436	521	422	472	487	478	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، مارس 2011

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لمارس 2011
1202	473	342	1505	211	20	95	1218	222	307	717	70	41	1264	إجمالي عدد المجيبين
291	310	275	301	310	305	304	276	227	292	237	296	261	277	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84	57	70	82	79	80	84	63	70	85	62	66	73	81	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
588	552	536	612	612	575	639	538	459	586	455	529	524	588	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
527	549	527	569	578	495	603	534	458	522	440	531	559	518	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

# قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أبريل 2007 و مارس 2011

لبنان		الكويت		مصر		البحرين		الجزائر		
مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	
222	696	307	711	70	1635	41	101	1264	415	إجمالي عدد المجيبين
227	217.2	292	297.5	296	259.1	261	273.3	277	288.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
70	67.5	85	104.5	66	90.6	73	91.1	81	103.9	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
459	428.9	586	634.5	529	573.6	524	597.0	588	637.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
458	490.1	522	635	531	598.5	559	567.3	518	605.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



# قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أبريل 2007 و مارس 2011

الإمارات		سوريا		السعودية		قطر		المغرب		
أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	أبريل 2007	مارس 2011	
1202	2069	342	200	1505	2095	211	382	1218	112	إجمالي عدد المجيبين
291	296.4	275	268	301	305.6	310	303.4	276	275.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84	99.2	70	76	82	98.1	79	107.6	63	84.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
588	634.4	536	560.5	612	651.6	612	671.7	538	582.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
527	660.8	527	549.5	569	651.6	578	711.3	534	552.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	السعودية	قطر	لبنان	الكويت	مصر	الجزائر	المؤشر
99.2	100.7	101.2	108.9	99.0	100.8	101.4	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
103.6	103.8	100.5	99.7	101.2	102.8	103.5	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
99.4	100.9	99.6	106.4	100.9	101.2	103.7	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
99.2	102.7	102.7	107.1	98.6	101.6	102.9	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	السعودية	قطر	لبنان	الكويت	مصر	الجزائر	المؤشر
93.3	91.5	94.7	95.6	96.1	97.7	98.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
94.6	85.0	88.8	100.4	88.8	95.0	86.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
93.4	88.9	91.6	99.2	96.0	96.7	95.4	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
95.2	93.7	93.4	101.2	96.9	98.9	102.6	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	السعودية	قطر	الكويت	مصر	الجزائر	المؤشر
93.0	86.3	92.7	83.9	84.5	90.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
107.9	82.5	93.8	87.7	90.2	82.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك / الإنفاق (PCI)
95.8	82.3	88.6	84.8	84.0	86.7	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
102.8	95.8	97.0	90.3	96.5	92.1	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
87.1	78.9	82.1	81.4	92.7	95.0	84.5	78.4	92.2	91.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
90.1	72.7	83.2	83.6	82.8	89.5	77.8	77.9	97.6	80.7	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
86.5	73.9	79.4	82.0	87.4	94.0	82.2	75.7	91.2	89.0	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
99.1	100.1	94.7	94.9	105.9	107.2	95.1	93.7	106.5	97.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
77.2	89.2	80.2	83.7	85.5	97.7	84.2	76.8	88.1	88.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84.4	90.1	79.4	84.1	71.1	102.7	84.6	74.7	98.6	78.7	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
78.3	85.3	77.3	81.7	79.7	102.0	85.2	73.9	86.3	86.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
94.0	105.6	93.9	93.6	98.5	100.8	94.3	89.7	100.7	91.0	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
77.1	93.9	90.2	82.9	87.1	96.5	93.2	119.0	84.7	85.5	84.1	91.5	82.7	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
76.4	69.0	100.4	70.9	76.0	74.8	77.0	122.6	76.2	78.0	83.6	80.2	78.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
74.9	88.1	90.3	77.3	82.9	88.5	86.8	127.5	81.9	82.0	81.9	88.1	82.0	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
82.0	104.9	107.4	89.9	88.4	94.6	100.6	106.9	90.6	89.2	91.8	98.4	92.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	الجزائر	المؤشر
64.8	88.3	79.7	77.6	90.8	113.6	70.0	81.2	85.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
64.2	82.2	76.9	75.9	74.5	128.6	68.4	82.9	80.5	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
59.9	80.6	76.4	74.0	83.2	119.5	65.2	77.5	83.5	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
64.0	96.5	83.4	75.4	95.2	107.7	71.1	84.3	92.5	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
82.5	93.2	87.7	84.5	91.5	115.0	87.3	88.1	94.2	83.3	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
76.8	87.4	1.3	72.1	77.7	123.9	76.3	85.7	85.4	76.6	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
75.7	88.6	82.9	77.9	83.5	122.8	79.3	82.4	86.2	81.2	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
72.1	99.5	6.2	76.2	97.6	107.5	82.2	87.2	86.5	93.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
91.2	98.6	90.8	92.8	95.2	115.0	94.2	94.3	99.3	87.3	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
90.0	89.8	82.6	81.5	79.5	126.9	87.4	88.9	85.7	71.5	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
85.0	94.2	86.3	86.9	90.2	122.2	89.3	90.2	91.2	83.8	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
78.1	109.1	88.3	86.7	101.0	105.5	89.0	88.8	92.7	92.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
87.6	97.1	93.8	93.8	92.7	122.5	92.4	95.4	97.2	97.7	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
80.0	91.7	75.3	75.3	75.5	124.1	79.9	88.0	112.4	85.4	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
80.2	92.8	86.2	86.2	85.2	126.9	86.5	91.2	93.2	95.6	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
76.7	101.7	80.1	80.1	95.6	107.0	85.5	93.5	87.8	99.6	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
89.9	96.2	87.8	90.6	99.2	108.3	92.0	96.1	103.7	89.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
91.3	101.2	82.4	80.8	76.8	108.3	76.4	88.2	103.0	74.2	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
84.6	93.3	84.9	85.9	91.4	114.8	87.4	90.5	95.1	85.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
75.9	101.5	86.1	76.7	100.0	101.2	83.3	89.0	89.9	91.2	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
89.7	95.1	84.8	89.8	99.0	118.6	89.9	91.2	95.6	95.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
85.2	96.3	78.7	83.0	93.0	116.2	75.1	79.8	103.9	71.0	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
84.2	92.0	81.7	87.6	95.3	122.4	83.4	85.0	93.5	89.0	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
71.7	82.1	80.6	79.0	92.2	101.5	75.9	81.2	89.5	84.1	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
88.0	100.0	85.8	92.1	99.3	117.2	94.9	87.9	83.1	92.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
85.3	88.3	83.0	78.9	83.1	126.5	80.7	79.4	83.1	85.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
84.7	95.3	82.8	86.8	93.9	120.1	89.7	82.2	78.7	90.6	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
73.6	86.9	80.5	81.0	91.7	102.3	85.6	77.0	76.5	81.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
92.4	98.9	85.7	95.6	100.4	92.5	87.7	88.4	94.0	89.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
88.7	89.5	82.5	95.7	92.0	103.7	79.4	78.4	91.1	74.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
86.9	94.9	83.2	96.2	96.0	97.0	85.4	82.6	89.1	86.5	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
77.0	87.2	81.0	81.8	94.6	89.0	82.0	78.9	85.8	78.9	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
98.1	102.6	98.4	102.2	100.2	104.7	98.1	114.1	95.5	96.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
85.0	92.7	83.1	73.6	74.0	103.4	81.4	72.5	80.3	77.9	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
92.7	95.6	93.9	91.2	92.4	107.1	92.4	92.2	87.8	92.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
79.8	96.0	87.4	81.3	96.7	93.5	82.2	88.8	98.5	85.4	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



## ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة مارس 2011 بالدورة الإبتدائية أبريل 2007

- بما أن الدورة الإبتدائية لمؤشرات ثقة المستهلك و الموظف قد حدّدت بأبريل 2007، فإن حسابات كل المؤشرات اللاحقة ستتم مقارنتها مع تلك الدورة.
- أي مؤشر يفوق ال 100 (<100) يعني أن الثقة للدورة الحالية (في هذه الحالة ديسمبر 2010) هي أعلى من تلك التي في أبريل 2007.
- و بالمقابل فإن أي مؤشر يقل عن ال 100 (>100) يعكس هبوطاً في الثقة بالمقارنة مع تلك في أبريل 2007.
- الدول التي كانت تمر في مرحلة ثقة مرتفعة خلال أبريل 2007 ستحتاج لأن تتساوى مع أو تتخطى تلك المستويات من التفاؤل لإحراز رقم أعلى. أما الدول التي كانت متشائمة في أبريل 2007 فربما ستكون مهمتها أسهل قليلاً في تخفيف السلبية أو الرجوع إلى الأوضاع الطبيعية من أجل تحقيق رقم أعلى.
- على مدى الـ 44 شهر الماضية ومنذ الدورة الإبتدائية، شهدت جميع المؤشرات انحداراً لكافة البلدان باستثناء مؤشر احتمالية الاستهلاك/ الإنفاق (PCI) في لبنان.
- أظهرت دولة الإمارات نسب هبوط لمؤشراتها - وبالأخص في نسبة مؤشر احتمالية الاستهلاك/ الإنفاق (PCI).
- مما يعني أن جميع البلدان الـ 10 أظهرت انخفاضاً قياساً على الدورة الإبتدائية بدلاً من أن تظهر ارتفاعاً خلال الـ 48 شهر الماضي.

## الإختلافات في المؤشر على حسب الدولة – مارس 2011 بالمقارنة مع ديسمبر 2010

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
5.7	3.7	12.6	6.6	-0.1	12.2	10.4	25.7	1.5	6.5	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
-3.7	3.2	0.5	-22.2	-17.9	-0.3	1.9	-5.8	-10.8	3.7	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
5.8	0.7	10.7	-5.0	-3.6	10.1	6.9	9.5	-1.3	5.8	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
2.7	8.8	6.4	-0.5	2.0	4.5	0.1	9.9	12.6	6.5	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة مارس 2011 بالدورة السابقة ديسمبر 2010

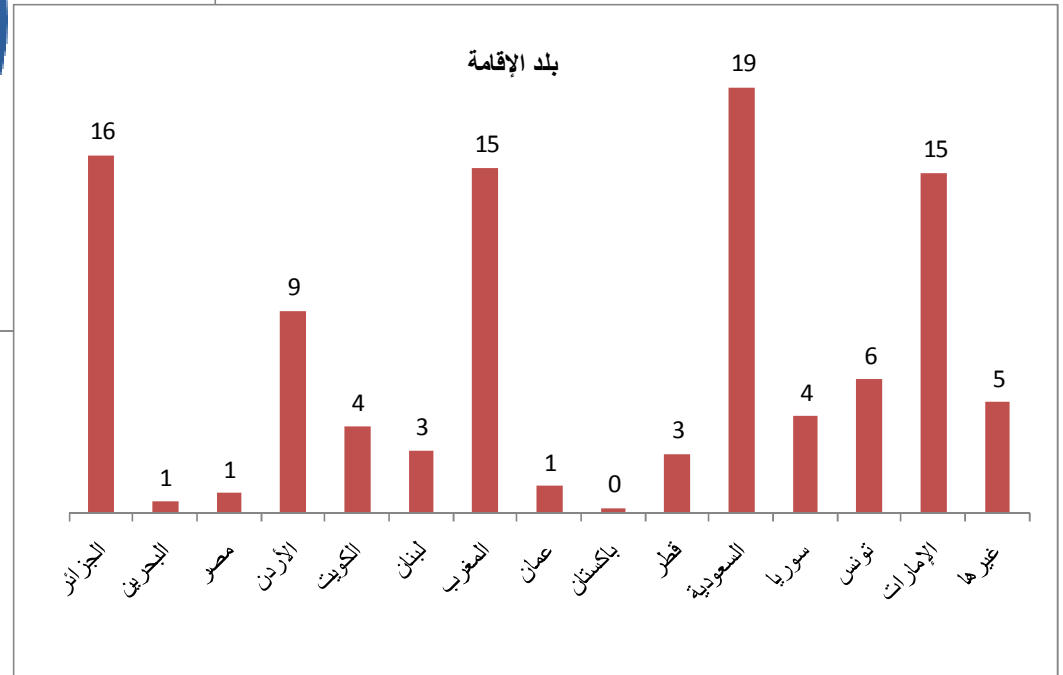
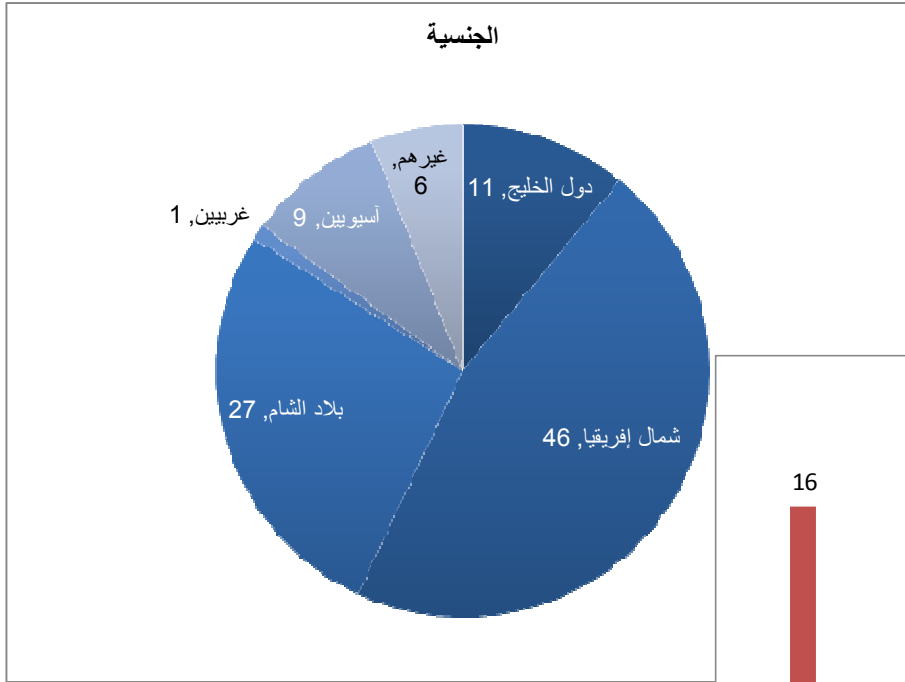
- تم القيام بالمقارنة التالية أينما كانت هناك صلة بالدورة السابقة ديسمبر 2010.
- شهدت الإمارات، والسعودية وسوريا تحسناً في جميع مؤشراتها.
- البحرين والمغرب وقطر شهدت هبوطاً كبيراً في مؤشر احتمالية الاستهلاك/ الإنفاق (PCI).

- يتابع مؤشر ثقة المستهلك استقراره في الدورة الحالية في دولة الإمارات مع وجود نظرة إيجابية.
- يتابع المستطلعين في دولة الإمارات توقع بعض التحسّن في أوضاعهم المادية في المستقبل.
- 54% من المستطلعين لديهم توقّعات إيجابية تجاه اقتصاد الدولة والأوضاع المالية لها لكنهم غير واثقين من الفترة الحالية.
- 42% من المستطلعين يعتقدون أنه وقت عادي (ليس جيّد ولا غير جيّد) لشراء الأجهزة مثل التلفزيون، الكمبيوتر والأثاث...إلخ:
- أغلبية المستطلعين يعتقدون بوجود صعوبة في الحصول على وظيفة في دولة الإمارات في الأوضاع الراهنة لكن لا يزال لديهم نظرة إيجابية بشأن المستقبل.
- يبدو أن الأمن والاستقرار الوظيفي في حالة استقرار لكن تبقى نسبة الرضا عن الوظيفة والفوائد منخفضة.
- يعتقد 61% أن الرواتب لا تتماشى مع ارتفاع تكاليف الحياة.

## نبذة عن المجيبين

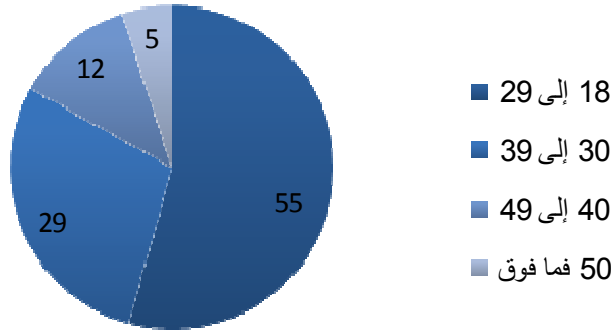
**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

**بيت.كوم**  
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط



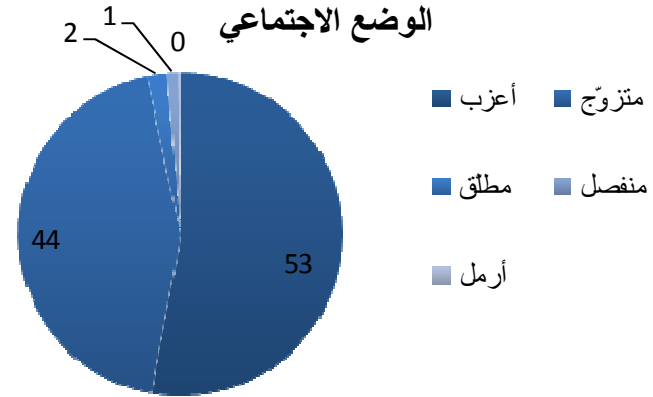
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

الفئات العمرية



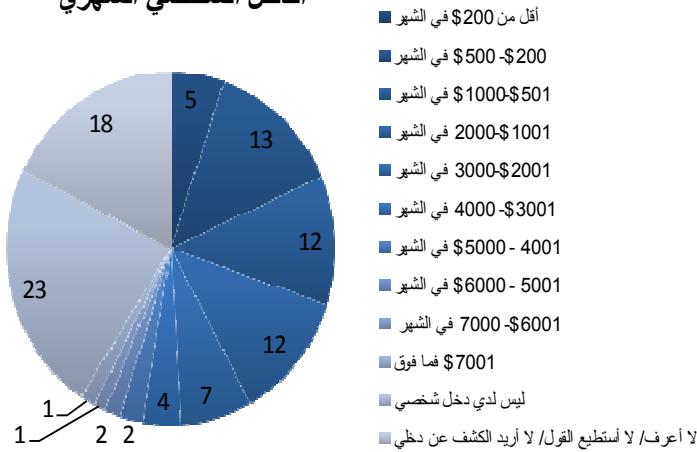
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

الوضع الاجتماعي



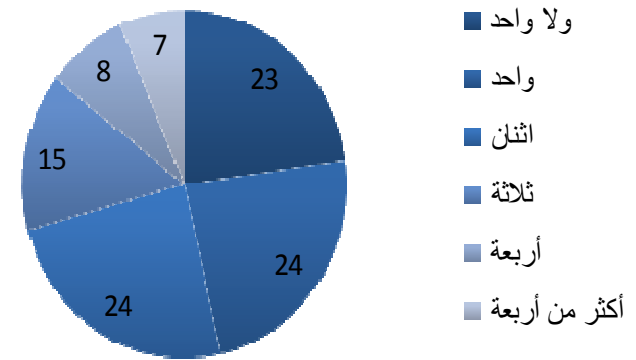
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

الدخل الشخصي الشهري

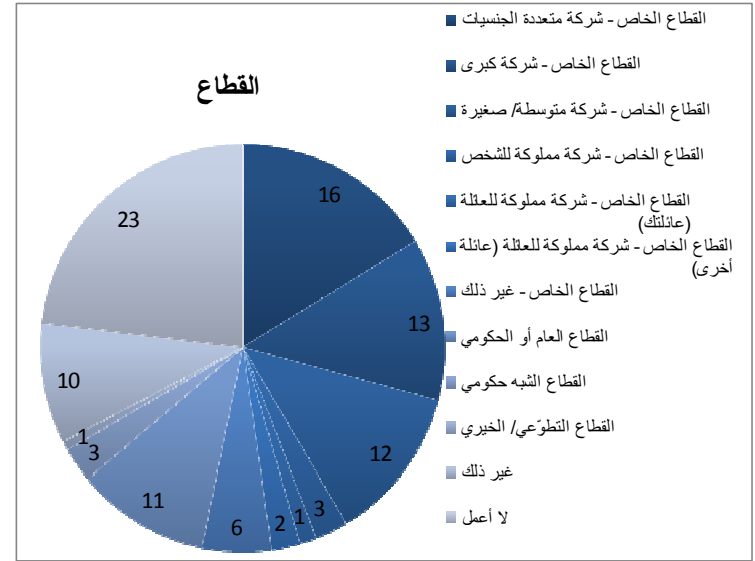
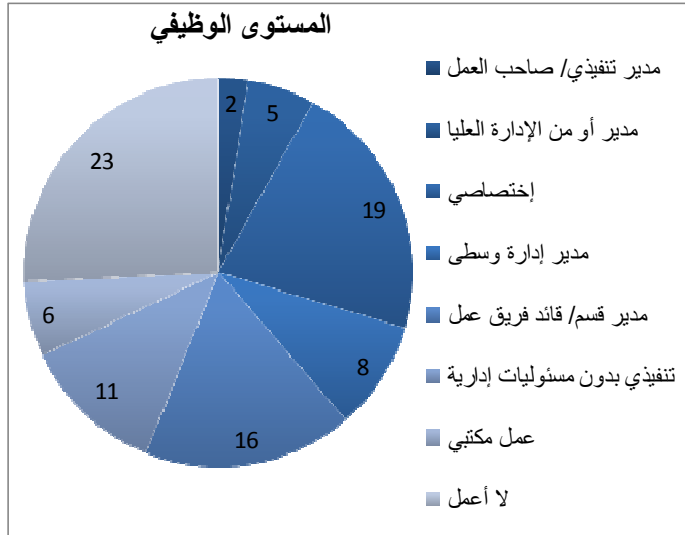
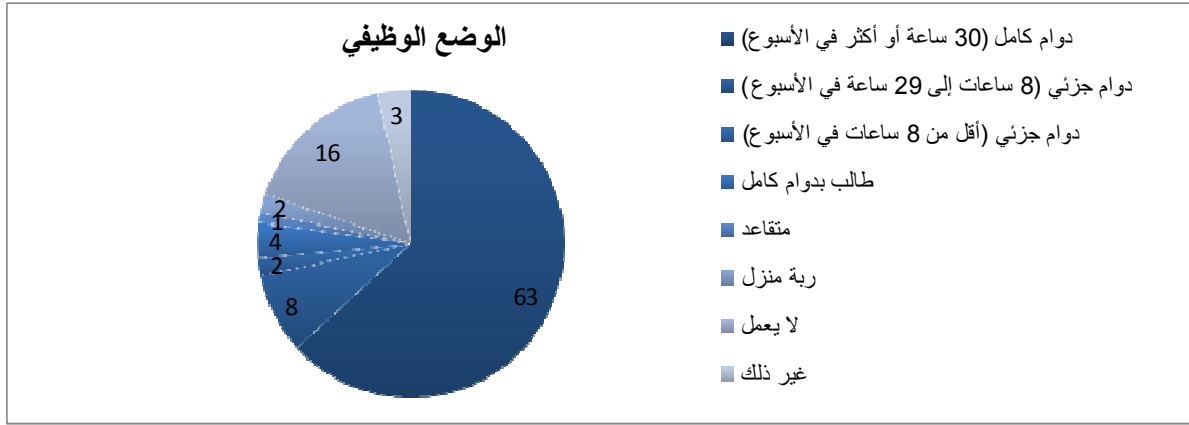


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

عدد الأبناء



الأساس: عدد المتزوجين/ الذين كانوا متزوجين = 3,768



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079



- 35% من المستطلعين يشعرون أن وضعهم المادي الشخصي مازال كما كان عليه في العام الماضي. المستطلعون في الأردن و مصر يشعرون بأن وضعهم المادي قد ازداد سوءاً.
- 22% من المستطلعين يشعرون أن اقتصاد البلد قد ازداد سوءاً بالمقارنة مع العام الماضي. المستطلعون في لبنان يشعرون بالسلبية الأكبر تجاه ذلك.

س. ما هو وضعك (أنت و أسرتك) المالي بالمقارنة مع السنة الماضية؟

س. ما هي توقعاتك الحالية بالنسبة لإقتصاد بلدك بالمقارنة مع توقعاتك قبل 3 أشهر؟

س. كيف تقيّم إن كانت الفترة الحالية مناسبة لشراء المنتجات الاستهلاكية طويلة الأمد؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
أفضل	25	31	27	16	19	24	17	16	38	20	25	34	20	19	28
كما هي	35	38	39	30	32	39	42	36	26	45	42	32	36	40	35
أسوأ	30	21	24	44	42	27	32	35	26	30	24	27	37	32	28
لا أعرف	9	10	10	10	8	10	8	13	9	5	9	7	6	9	9
إقتصاد البلد															
أفضل	33	37	20	30	16	32	18	33	56	20	37	41	31	34	33
كما هي	30	33	22	11	33	31	36	32	16	55	35	27	32	14	34
أسوأ	22	16	32	34	37	20	41	14	17	20	14	19	23	36	20
لا أعرف	15	14	27	24	14	18	5	21	12	5	14	13	15	16	13
سلوك المستهلك															
توقيت جيد للشراء	17	23	22	14	15	17	12	14	23	10	15	19	17	13	17
توقيت عادي للشراء	30	24	29	26	25	42	43	20	27	45	39	35	26	21	42
توقيت سيء للشراء	43	42	49	49	53	32	42	51	39	30	36	37	46	56	32
لا أعرف	10	12	0	11	7	9	4	15	11	15	11	9	11	10	8

- بشكل عام، المستطلعون منقسمون بشأن ما إذا كانت هذه الفترة جيدة للأعمال أم لا.
- 46% من المستطلعين في جميع الدول يعتقدون بوجود عدد قليل جداً من فرص العمل. هذا الشعور هو الأقوى بين المستطلعين في الأردن ولبنان.

س. كيف تقيّم الفترة الحالية من حيث ظروف العمل؟  
س. حالياً، ما مدى سهولة أو صعوبة الحصول على وظيفة في بلد إقامتك؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
ظروف العمل															
توقيت جيد	29	38	17	21	15	27	14	26	39	15	41	40	25	24	20
توقيت عادي كغيره	30	25	41	19	30	38	44	27	28	30	24	30	30	27	38
توقيت سيء	28	22	32	49	45	23	35	28	21	40	20	18	33	40	32
لا أعرف	13	15	10	11	11	11	7	20	12	15	15	12	12	9	10
التوظيف															
يوجد الكثير	15	13	12	6	6	19	7	10	34	10	30	27	12	4	17
ليس هناك الكثير	33	34	22	46	32	33	35	30	28	55	26	32	39	36	36
هناك القليل فقط	46	47	54	41	59	43	56	52	34	30	36	35	43	56	41
لا أعرف	5	5	12	7	4	6	3	7	4	5	8	6	6	3	6

- تتصدر الأردن (36%) قائمة التقليل من عدد الموظفين بالمقارنة مع العام الماضي.
- 59% من المستطلعين يوافقون على أن الرواتب لا تتماشى مع تكاليف المعيشة.

س. كيف تغير عدد الموظفين في مؤسستك بالمقارنة مع العام الماضي؟  
س. بالمقارنة مع الوضع في العام الماضي، هل تماشى راتبك مع ارتفاع تكاليف المعيشة؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6215	986	35	56	552	263	182	730	78	17	184	1176	281	364	1018
عدد الموظفين															
عدد أكبر من الموظفين	28	34	29	23	18	29	20	20	40	35	30	37	24	24	27
نفس عدد الموظفين	29	30	34	27	27	32	36	25	19	41	28	26	35	32	28
عدد أقل من الموظفين	25	16	26	27	36	30	27	25	24	12	25	21	23	24	33
لا أعرف	18	20	11	23	19	10	18	29	17	12	17	16	17	19	12
الراتب مقارنة مع تكاليف المعيشة															
ارتفاع الراتب أعلى من ارتفاع تكاليف المعيشة	5	5	10	3	3	6	4	3	2	5	7	6	4	3	6
زيادة الراتب مساوية لزيادة تكاليف المعيشة	16	19	24	11	9	17	18	10	17	35	26	18	19	17	20
الراتب لا يتماشى مع تكاليف المعيشة	59	57	56	67	68	63	63	56	60	60	51	56	62	57	61
لا أعرف	20	19	10	19	19	14	15	31	21	0	17	20	16	23	13

- المستطلعون في جميع الدول متفائلين بشأن وضعهم المالي في المستقبل. السعودية هي الأكثر تفاؤلاً.
- تونس و عمان وقطر متفائلون أكثر بشأن اقتصاد البلد في المستقبل القريب.

س. برأيك، كيف سيتغير وضعك المالي (أنت و أسرتك) خلال سنة من الآن؟  
س. برأيك، كيف سيتغير إقتصاد بلدك خلال سنة من الآن؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
الوضع المالي															
سوف يتحسن	48	47	41	54	42	54	42	37	56	80	54	56	44	54	53
سيبقى كما هو	12	11	27	10	11	12	15	11	13	15	15	14	12	11	14
سيصبح أسوأ	6	5	10	9	10	7	11	6	8	5	3	4	11	4	5
لا أعرف	33	37	22	27	37	26	32	46	23	0	28	26	33	31	27
إقتصاد البلد															
سوف يتحسن	51	46	49	60	30	56	27	50	67	45	65	59	51	69	54
سيبقى كما هو	17	19	7	13	19	16	25	16	6	20	15	16	16	5	18
سيصبح أسوأ	12	12	20	10	25	11	32	6	11	15	6	11	10	9	11
لا أعرف	20	23	24	17	26	18	16	27	16	20	14	14	23	17	17

- يشعر المستطلعون في تونس وقطر وعمان أن أوضاع العمل ستتحسن في العام القادم.
- تونس هي الأكثر تفاؤلاً بشأن تحسن فرص العمل. المستطلعون في عمان ودولة الإمارات والسعودية والكويت متفانلين كذلك في حين يشعر المستطلعون في لبنان و الأردن بالتشاؤم حيال ذلك.

س. كيف تتوقع أن تتغير أوضاع العمل خلال سنة من الآن؟  
س. كيف تتوقع أن تتغير فرص العمل خلال سنة من الآن؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
<b>أوضاع العمل</b>															
سوف يتحسن	52	47	49	66	34	59	40	52	61	45	67	58	47	72	55
سيبقى كما هو	18	19	24	11	23	18	27	15	16	25	14	18	18	7	21
سيصبح أسوأ	9	9	7	6	20	5	11	5	6	15	4	9	13	6	8
لا أعرف	21	25	20	17	23	19	23	28	17	15	15	16	23	15	16
<b>فرص العمل</b>															
سوف يتحسن	38	33	34	59	23	35	18	39	47	15	54	47	37	55	40
سيبقى كما هو	24	28	24	11	27	24	32	23	22	35	21	22	22	19	24
سيصبح أسوأ	19	18	12	14	31	21	31	12	18	45	10	19	19	8	20
لا أعرف	18	20	29	16	20	20	19	26	13	5	15	12	23	18	16

معظم الدول تتابع بإظهار نسبة منخفضة إلى متوسطة من الرضا عن التطلعات الوظيفية والنمو الوظيفي في مهنتهم الحالية. المستطلعون في الأردن هم الأقل رضاً عن ذلك.

س. كيف تقيّم مدى رضاؤك عن عملك الحالي و فرص التطور في مجال عملك؟  
س. كيف تقيّم مدى رضاؤك عن النمو الوظيفي في المؤسسة التي تعمل فيها حالياً؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6215	986	35	56	552	263	182	730	78	17	184	1176	281	364	1018
التطلعات/ فرص التطور															
مرتفعة	16	18	20	11	12	14	12	16	23	12	16	17	19	18	14
متوسطة	33	26	51	41	29	42	37	26	27	41	37	36	30	30	40
منخفضة	39	42	23	32	46	37	39	39	40	41	36	35	44	37	36
لا أعرف	12	14	6	16	13	7	12	19	10	6	11	12	7	15	9
النمو الوظيفي															
مرتفعة	22	24	26	14	15	20	25	22	24	18	23	25	24	28	19
متوسطة	30	24	37	41	29	37	29	25	45	47	42	34	27	23	36
منخفضة	38	40	34	34	49	38	37	37	24	35	27	35	43	35	38
لا أعرف	9	12	3	11	7	6	9	17	6	0	9	6	6	13	7

- يستمر المستطلعين في عمان و سوريا وتونس باعتبار أنهم راضون جداً عن نسبة الأمان الوظيفي.
- لكن المستطلعين في سوريا وتونس ومعهم هؤلاء في الأردن والجزائر هم الأقل رضاً عن رواتبهم الحالية.

س. كيف تقيّم مدى رضاك عن الأمان الوظيفي في المؤسسة التي تعمل فيها حالياً؟  
س. كيف تقيّم مدى رضاك عن دخلك الحالي (بما في ذلك الراتب، و البدلات، و الإمتيازات الأخرى)؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6215	986	35	56	552	263	182	730	78	17	184	1176	281	364	1018
<b>الأمان الوظيفي</b>															
مرتفع	29	33	31	16	28	24	24	28	41	24	26	29	39	37	26
متوسط	30	25	46	38	29	40	34	20	31	29	36	34	26	25	37
منخفض	29	27	14	27	34	27	32	32	22	29	28	29	27	23	27
لا أعرف	12	14	9	20	9	8	10	20	6	18	10	8	7	15	10
<b>الراتب و البدلات</b>															
مرتفع	9	8	11	7	5	11	7	8	13	12	9	10	10	8	9
متوسط	28	22	37	27	25	34	24	21	28	59	33	33	30	23	34
منخفض	51	56	43	52	58	47	57	51	47	24	50	45	51	55	49
لا أعرف	12	13	9	14	12	8	13	21	12	6	8	12	9	14	9

- فقط 27% من المستطلعين يفكرون بشراء سيارة جديدة خلال العام القادم. المستطلعون في قطر هم الأكثر احتمالاً للشراء.
- من بين الذين يخططون لشراء سيارة، 50% يقولون أنهم ينوون شراء سيارة جديدة.

س. هل تفكر بشراء سيارة خلال الـ 12 شهراً القادمة؟  
س. أي نوع من السيارات التالية قد تكون؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
السيارة															
نعم	27	30	20	33	24	30	23	20	36	20	40	33	17	21	28
لا	55	51	66	50	60	53	61	55	46	70	44	51	64	62	55
لا أعرف	18	19	15	17	17	17	17	25	18	10	17	16	19	17	17
نوع السيارة															
حجم عينة الذين ينوون الشراء	2187	385	8	23	169	93	50	247	34	4	84	492	59	99	332
جديدة	50	59	63	70	30	48	46	40	62	50	56	55	64	39	48
مستعملة	43	35	25	26	62	47	50	52	38	25	33	40	27	51	46
لا أعرف	6	6	13	4	8	4	4	9	0	25	11	4	8	10	5



- يستمر النمط مع عدم اهتمام أغلبية المستطلعين (62%) بالاستثمار في العقارات. في دولة الإمارات، عبّر 66% عن عدم رغبتهم في الاستثمار في العقارات.
- من بين الذين يفكرون شراء عقار، معظمهم يفكرون في عقار جديد (61%).

س. هل تفكر بالإستثمار في العقارات خلال ال 12 شهراً القادمة؟  
 س. أي من أنواع العقارات التالية تفكر أن تشتري؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	8079	1264	41	70	717	307	222	1218	95	20	211	1505	342	473	1202
<b>العقارات</b>															
نعم	20	25	20	24	11	23	15	16	24	10	23	25	16	14	17
لا	62	57	71	61	74	58	69	59	52	80	61	57	66	69	66
لا أعرف	18	19	10	14	15	19	15	25	24	10	16	19	18	16	17
<b>نوع العقار</b>															
حجم عينة الذين يبنون الشراء	1586	314	8	17	78	72	34	199	23	2	49	369	55	68	207
جديد	61	60	38	65	54	65	59	67	65	50	53	61	71	54	65
قديم	27	27	50	35	36	28	26	23	35	50	27	25	16	38	26
لا أعرف	12	13	13	0	10	7	15	10	0	0	20	14	13	7	9

• استمرار الاهتمام الأكبر بأجهزة الكمبيوتر المكتبية/ المحمولة يليها الأثاث.

س. هل يمكنك إخبارنا، من فضلك، أي من الأجهزة التالية تنوي شراءها خلال الـ 6 شهور القادمة؟

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
1202	473	342	1505	211	20	95	1218	222	307	717	70	41	1264	8079	حجم العينة
27	27	31	28	27	20	31	28	19	27	27	23	17	36	29	جهاز كمبيوتر مكتبي/ محمول
20	17	18	22	17	10	23	20	23	20	14	19	22	24	20	أثاث
17	12	13	15	13	5	18	11	13	13	11	10	10	14	13	كاميرا رقمية
18	12	13	20	16	5	23	15	15	17	14	19	7	18	17	تلفزيون LCD أو بلازما
10	7	7	11	9	10	9	11	8	9	8	4	15	15	10	غسالة ملابس
8	12	10	13	8	10	13	7	14	9	10	11	12	15	11	مكيف هواء
11	8	6	10	9	10	9	11	8	7	5	9	10	13	10	ثلاجة
5	4	3	5	3	5	7	6	4	4	4	10	5	6	5	مشغل أو مسجل DVD أو VCD
7	3	6	8	4	5	9	3	4	4	6	6	10	5	6	مكنسة كهربائية
4	7	3	3	3	15	5	7	1	2	4	9	7	10	5	تلفزيون ملون عادي
8	3	6	9	4	0	8	2	7	9	4	6	10	4	6	نظام المسرح المنزلي
8	3	3	6	5	10	7	5	5	6	5	0	5	8	6	أدوات طبخ
5	3	2	5	3	5	4	5	5	4	3	7	2	5	4	نشفة ملابس
2	2	2	3	1	0	1	3	1	2	2	1	0	3	2	كاميرا فيديو عادية أو رقمية
2	2	3	1	2	5	3	2	1	2	2	3	2	3	2	مسجل أو مشغل فيديو

- ربع المستطلعين متفائلين بشأن زيادة عدد الموظفين في الشركات. ثلث المستطلعين في الجزائر متفائلين بشأن زيادة عدد الموظفين.
- جميع الجنسيات حيادية بشأن قدرتها على الإبقاء على متطلبات التوظيف.

بالتفكير تحديداً في المؤسسة التي تعمل بها، هل أنت متفائل أم متشائم تجاه ما يلي خلال الأشهر الثلاثة القادمة:  
 س. زيادة عدد الموظفين؟  
 س. مواكبة متطلبات التوظيف؟

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6215	986	35	56	552	263	182	730	78	17	184	1176	281	364	1018
عدد الموظفين															
متفائل	25	30	29	29	15	24	23	26	40	12	24	29	24	23	22
حيادي	32	27	26	32	32	37	37	20	29	76	38	34	34	28	38
متشائم	23	20	23	25	33	23	24	24	17	6	17	20	22	24	23
لا أعرف	21	24	23	14	20	16	16	30	14	6	21	17	20	26	18
متطلبات التوظيف															
متفائل	21	25	17	20	16	20	21	21	27	29	20	21	21	23	19
حيادي	33	27	40	34	34	38	40	20	35	59	39	37	35	28	39
متشائم	24	24	23	23	32	23	21	26	19	12	18	25	23	21	23
لا أعرف	22	25	20	23	18	19	18	32	19	0	23	17	21	27	19

- مثل الدورة السابقة، لا يزال التضخم يؤثر سلباً على النظرة المستقبلية لدى جميع الدول.
- أسعار العقارات لا تزال تبعث بشعور سلبي في جميع الدول.

س. التضخم/ ارتفاع تكاليف المعيشة  
س. ارتفاع أسعار العقارات (إيجار أو شراء)

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6215	986	35	56	552	263	182	730	78	17	184	1176	281	364	1018
التضخم/ ارتفاع تكاليف المعيشة															
إيجابي	18	15	29	11	16	20	16	14	27	6	18	21	16	20	21
محايد	21	16	20	20	19	27	23	14	24	41	26	25	18	18	26
سلبي	34	35	34	36	43	29	43	37	18	35	30	34	36	29	31
لا أعرف	13	14	0	18	14	13	7	19	15	18	15	11	14	15	11
لا تأثير	13	20	17	16	9	12	10	16	15	0	11	10	17	18	10
سعر العقارات (إيجار أو شراء)															
إيجابي	16	14	29	14	10	15	19	12	22	6	17	19	12	15	19
محايد	20	15	17	11	20	28	20	12	24	41	26	22	23	16	28
سلبي	34	36	37	36	42	29	37	35	21	29	32	36	31	29	28
لا أعرف	14	14	0	16	13	14	10	21	19	18	14	11	14	16	13
لا تأثير	16	21	17	23	15	14	15	20	14	6	12	12	20	23	12

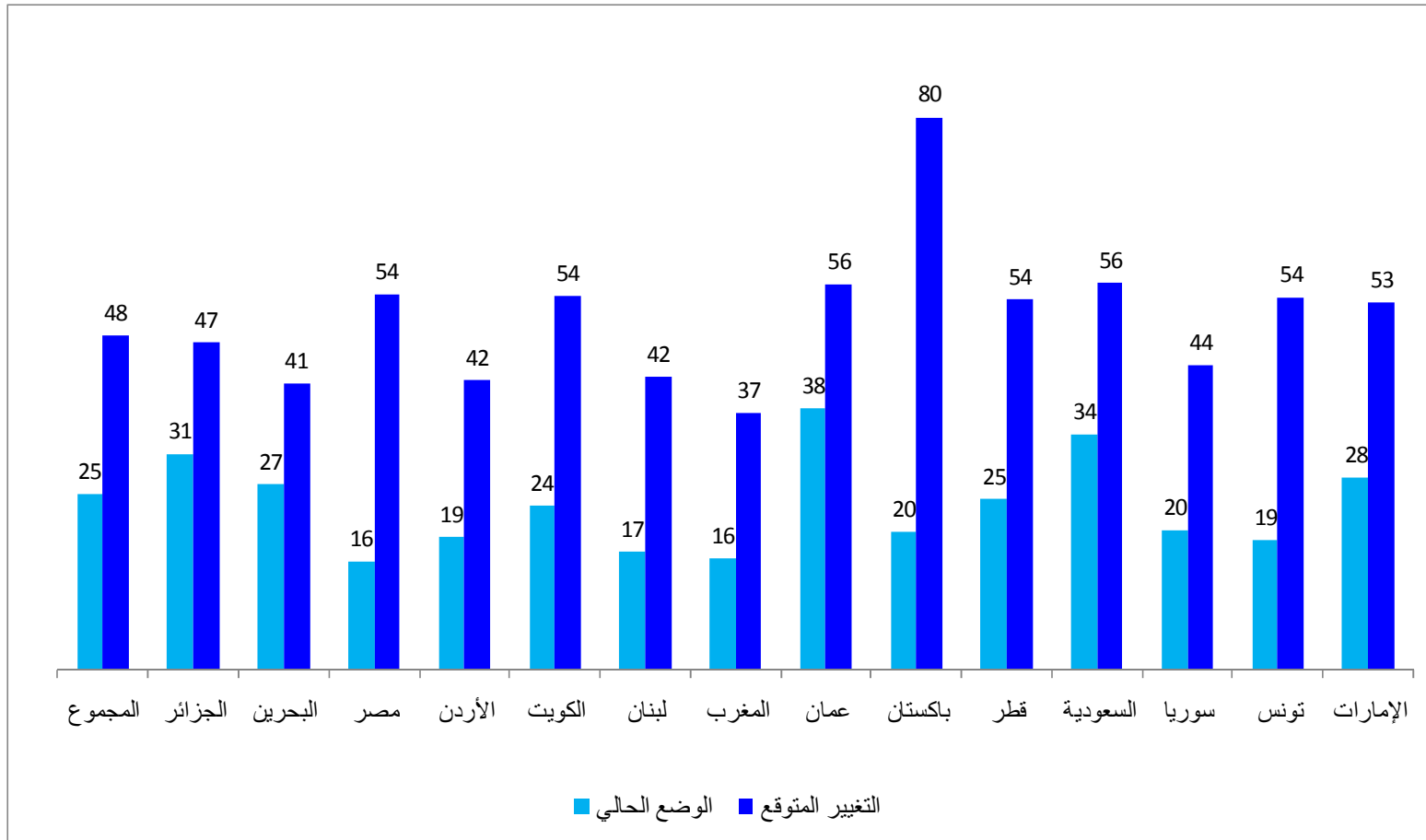
الملحق

**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

**بيتا.كوم**  
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

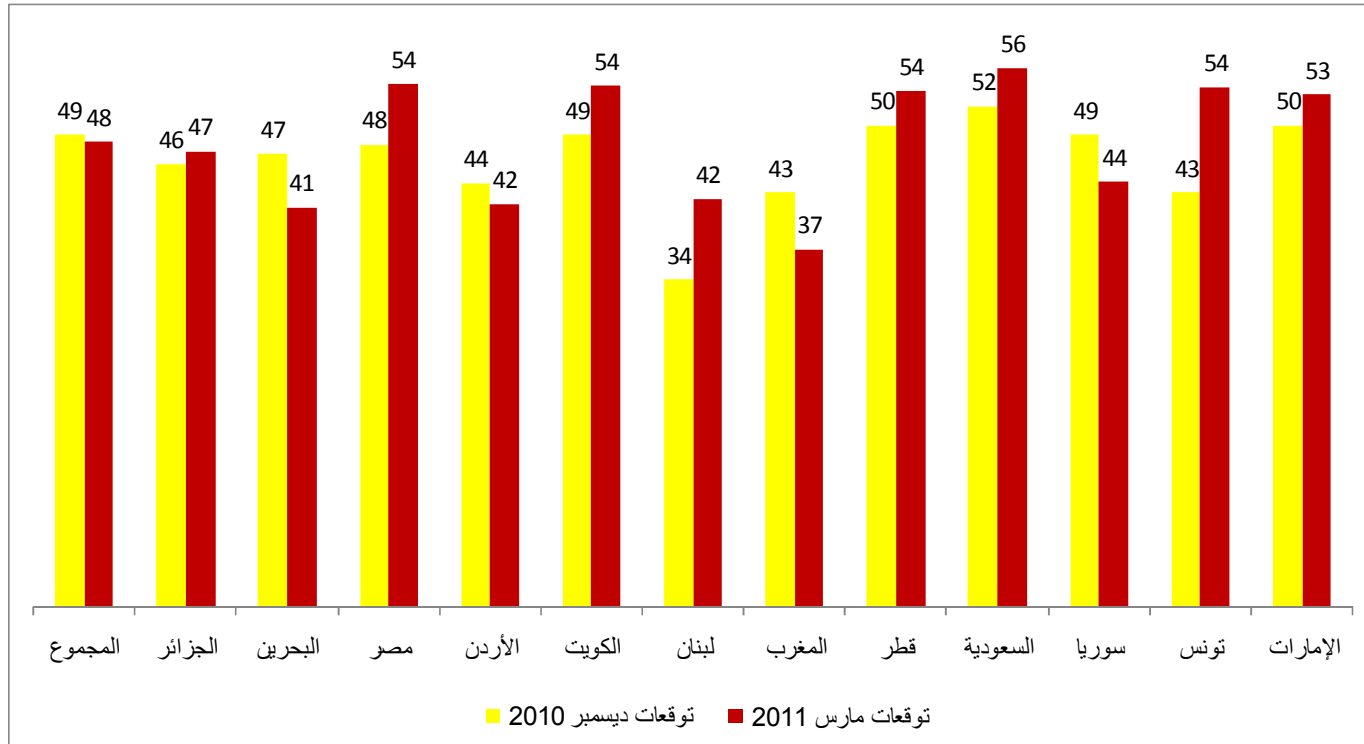
## حسب بلد الإقامة

المستطلعين في جميع الدول متفائلين بشأن التغيير في وضعهم المادي في المستقبل.



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

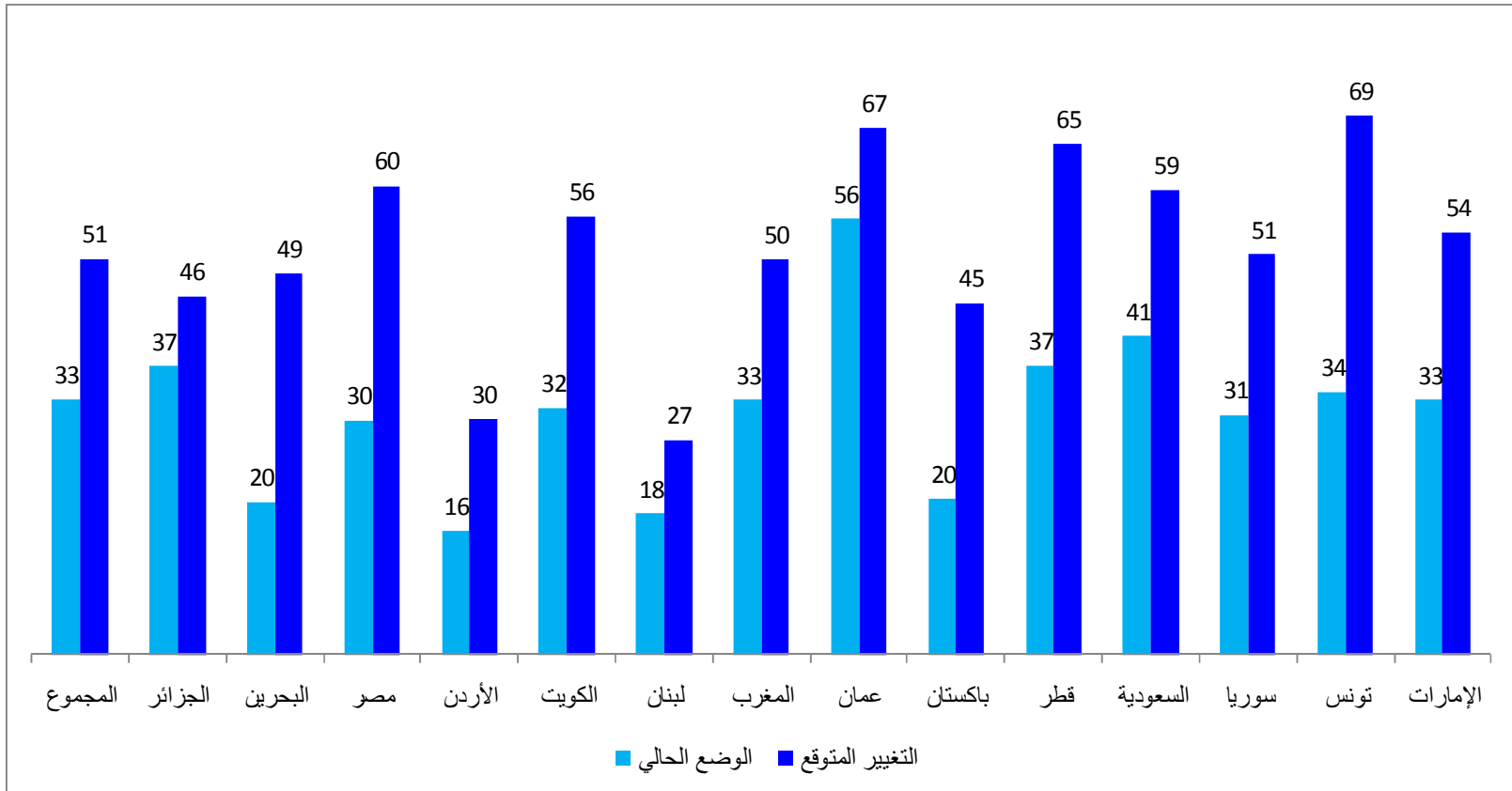
• معظم الدول لديها نظرة أكثر إيجابية للمستقبل بالمقارنة مع الدورة السابقة فيما عدا سوريا والمغرب.



الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

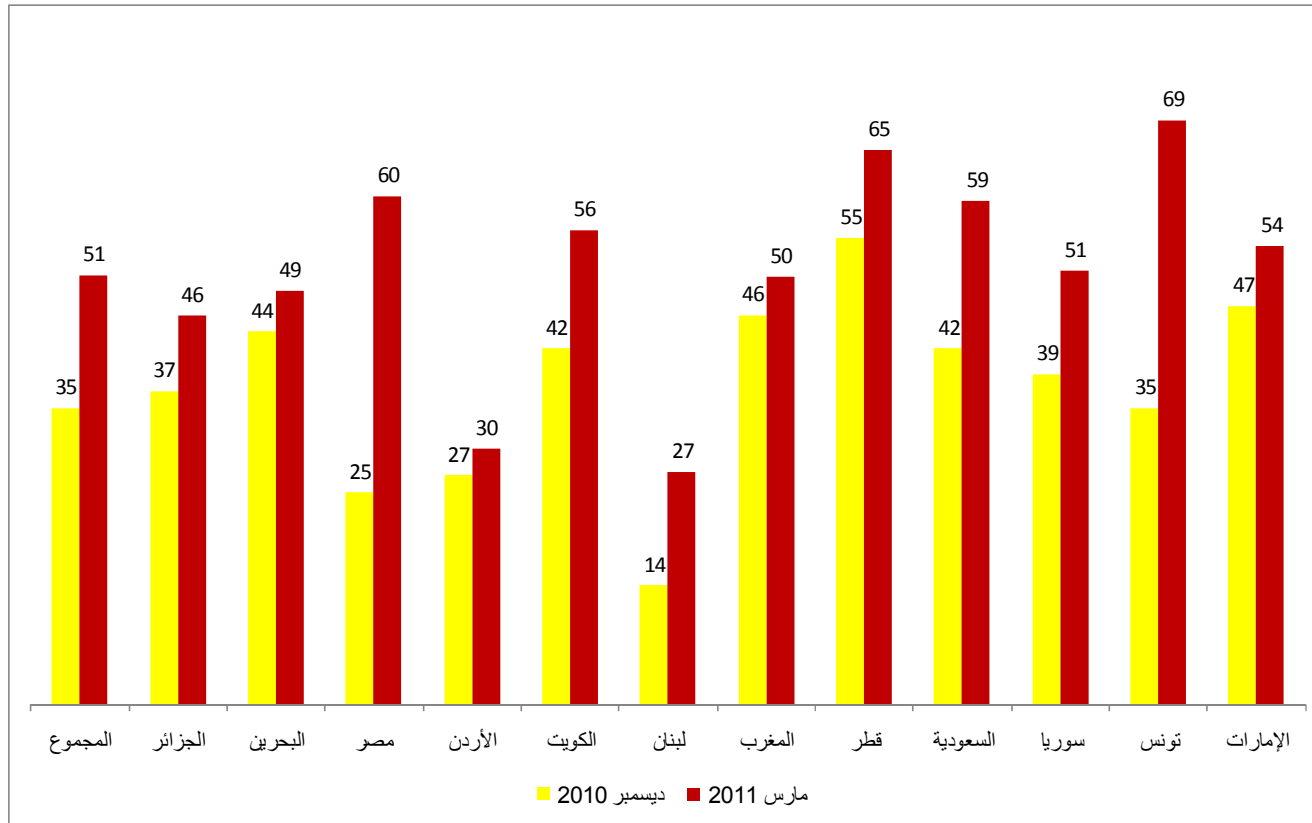


• توقعات العام المقبل متفائلة في كل الدول وبالأخص في عمان ودولة الإمارات.



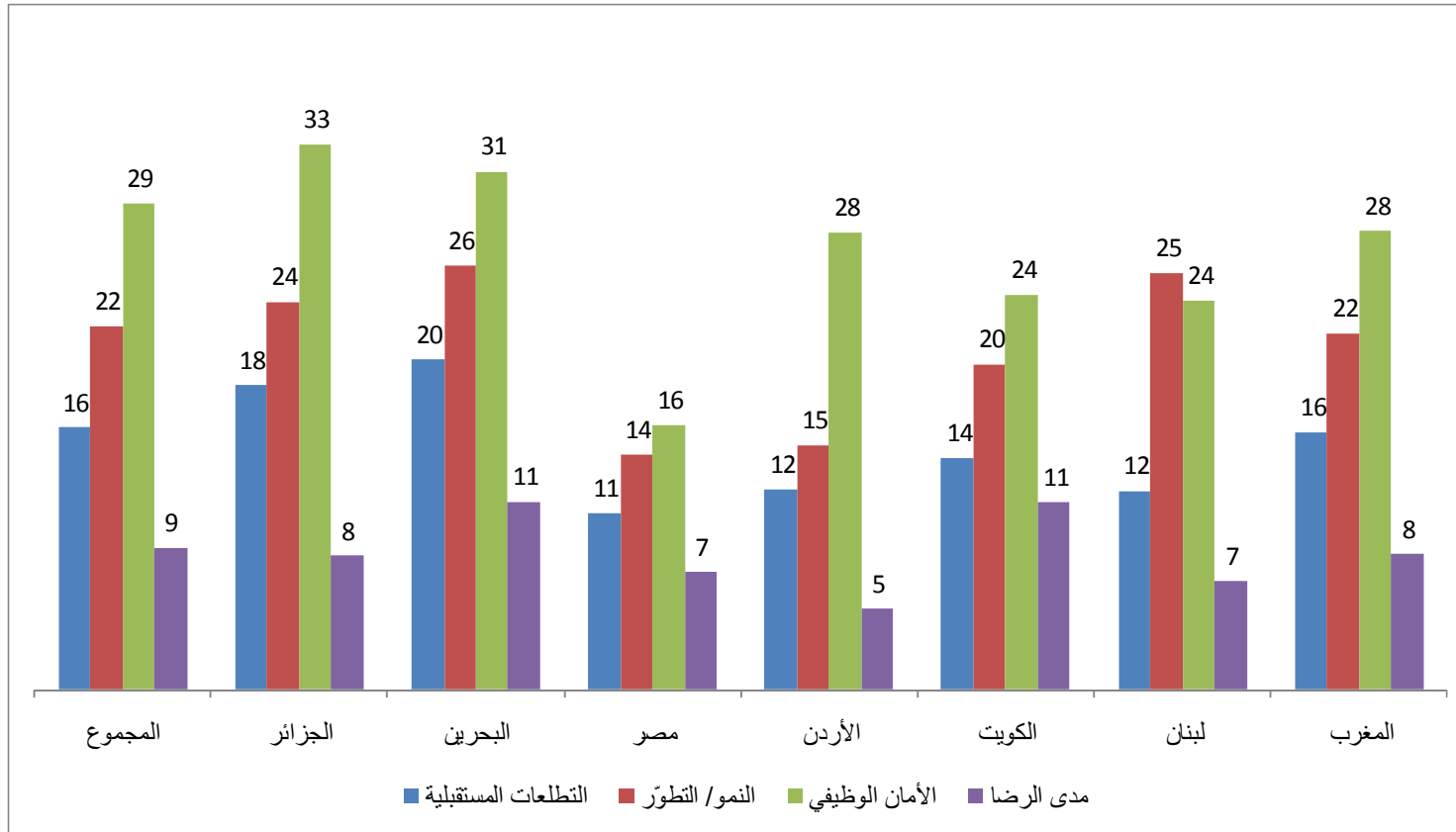
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

• المستطلعون متفانون بشأن اقتصاد الدولة في المستقبل.



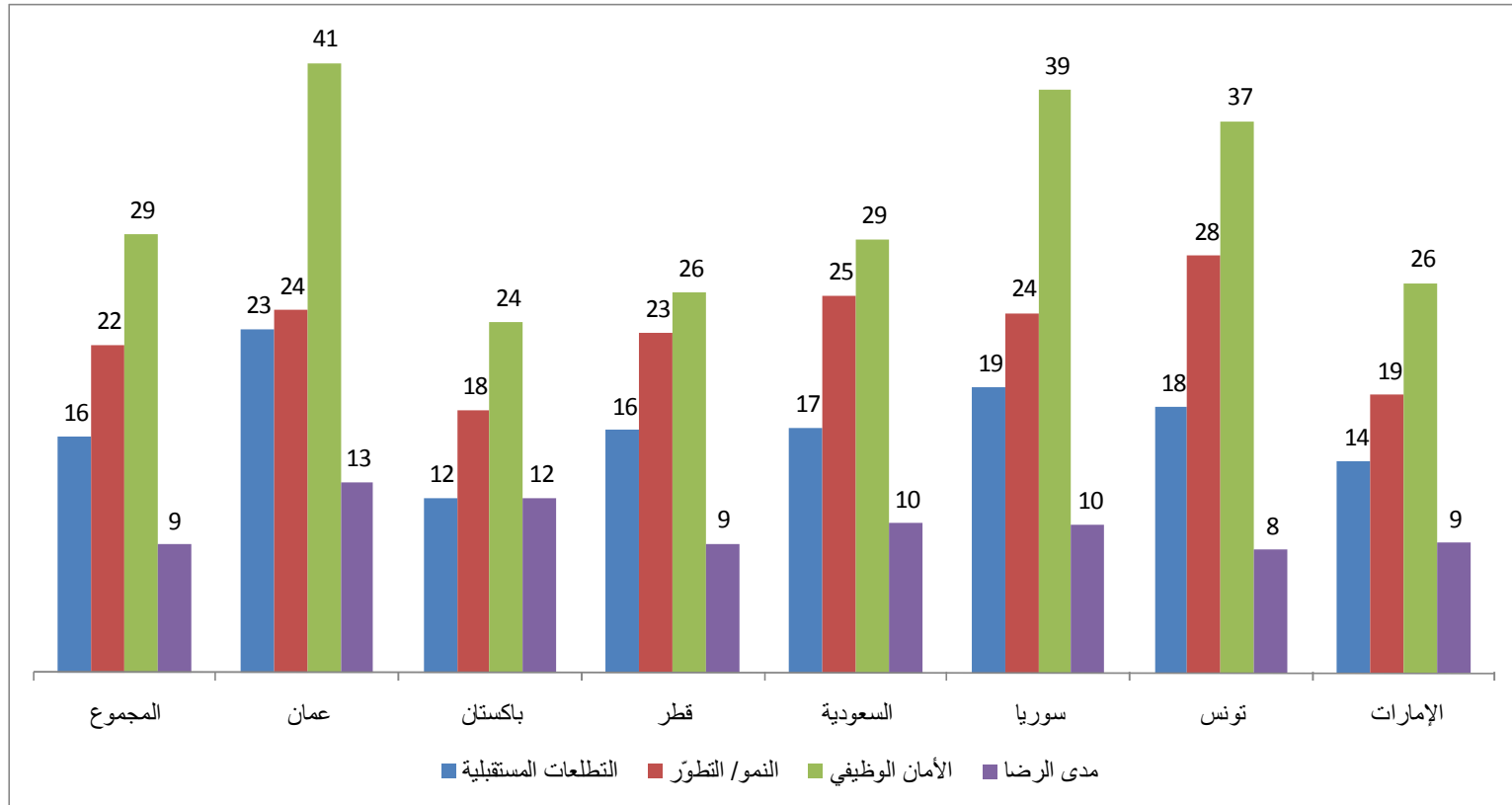
الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

• بشكل عام، سجل المستطلعون نسب منخفضة من الرضا عن المكافآت الحالية.

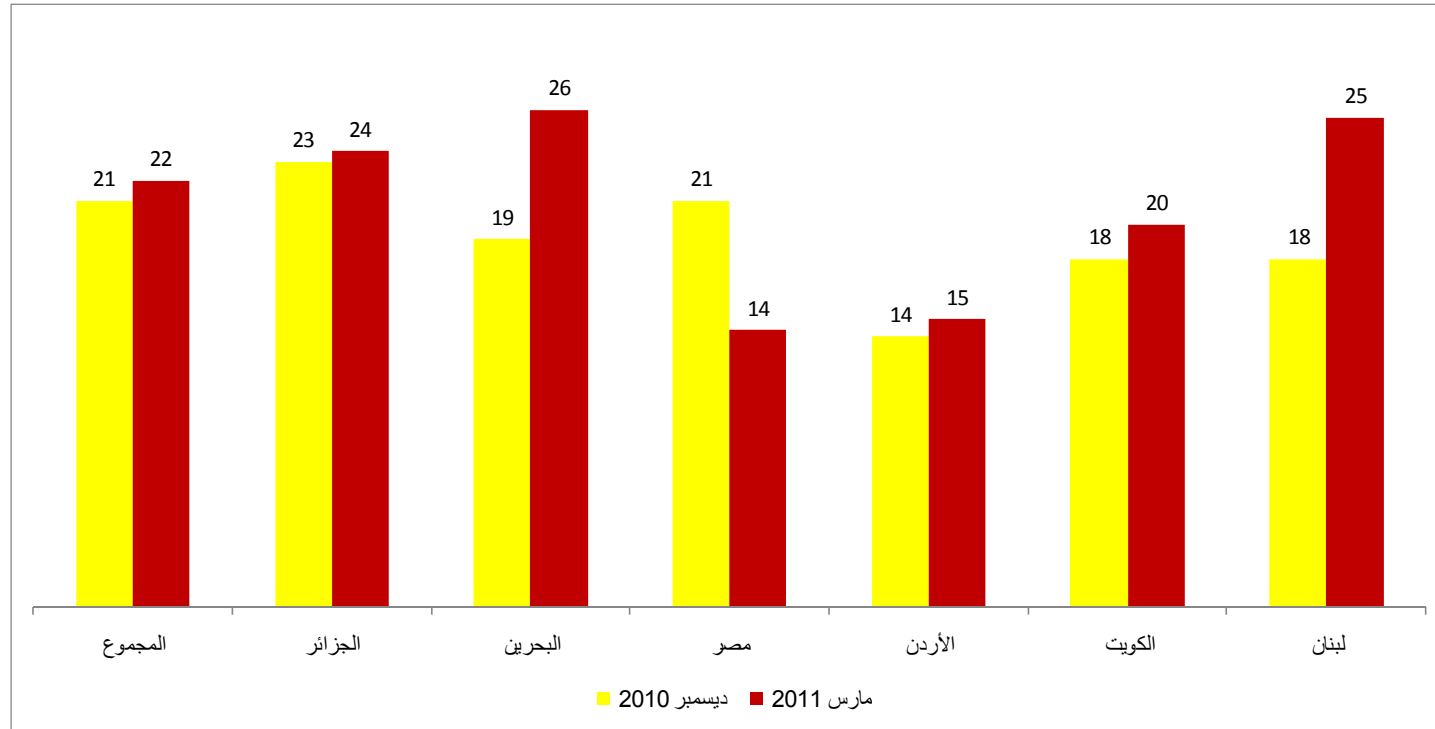


الأساس: عدد العاملين=6,215

• عمان وسوريا وتونس تظهر نتائج عالية من الرضا عن الأمن الوظيفي.

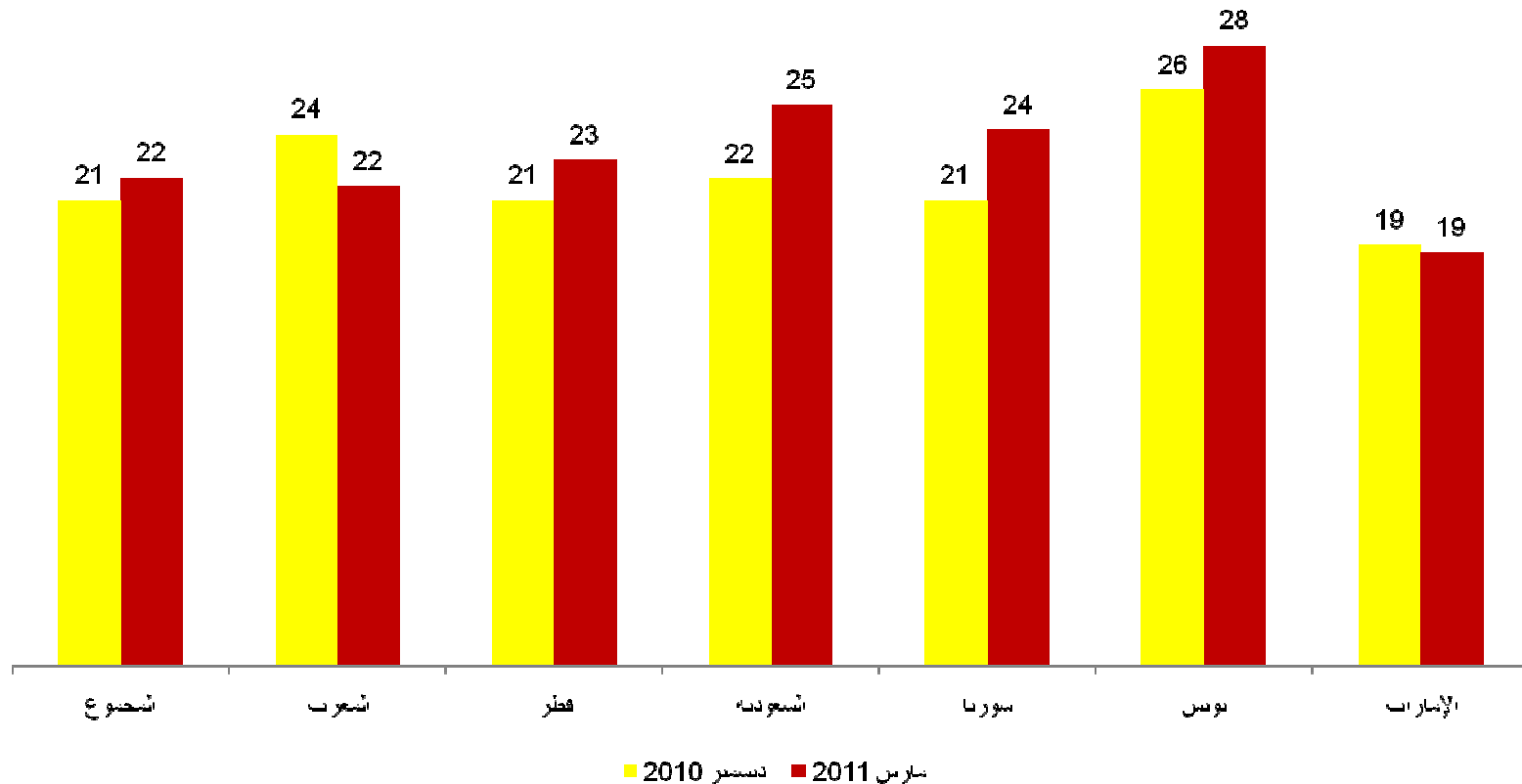


الأساس: عدد العاملين=6,215



الأساس: عدد العاملين: ديسمبر 10 = 8,665 ومارس 2011 = 6,215

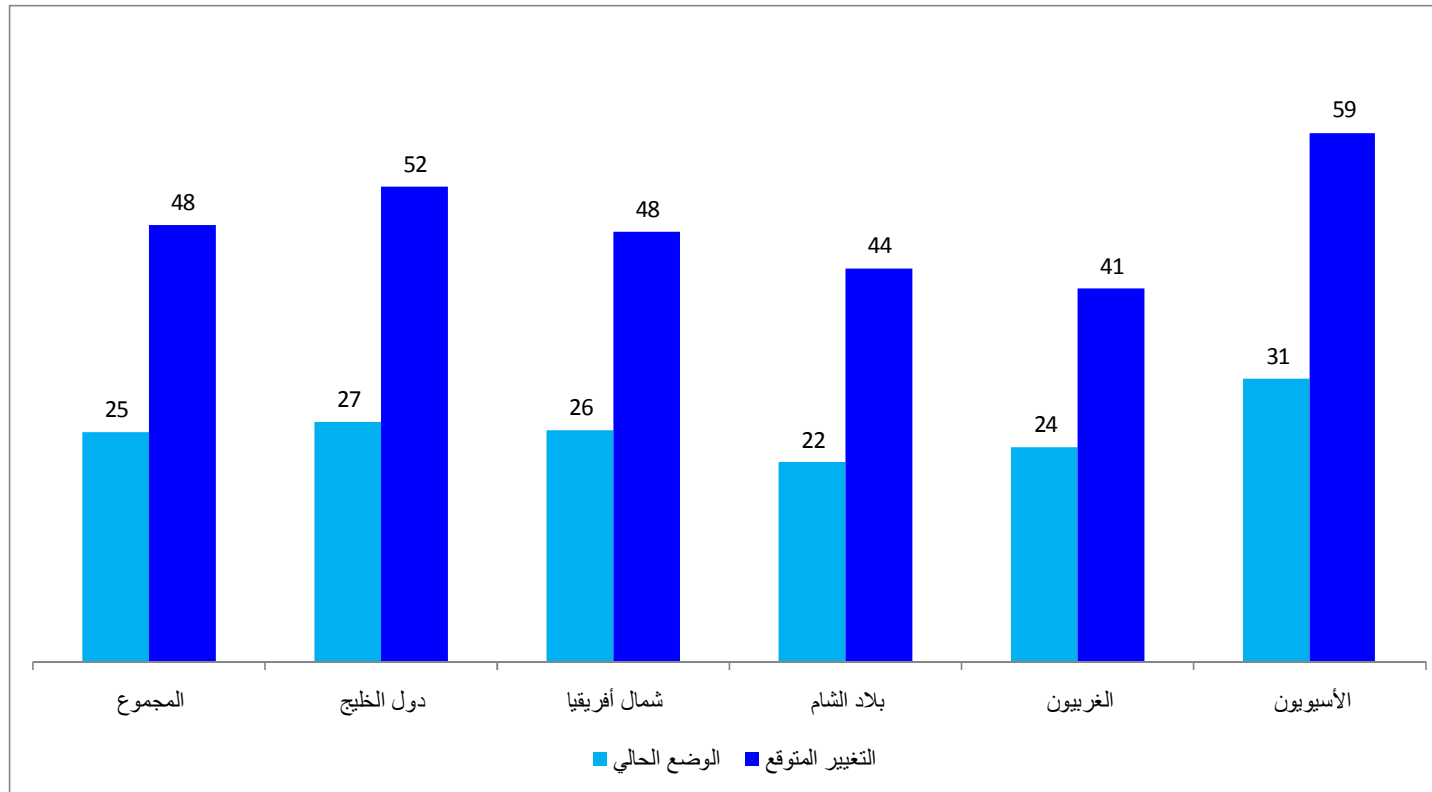
• نسبة التفاؤل في ارتفاع في جميع الدول.



الأساس: عدد العاملين: ديسمبر 10 = 8,665 ومارس 2011 = 6,215

## حسب الجنسية

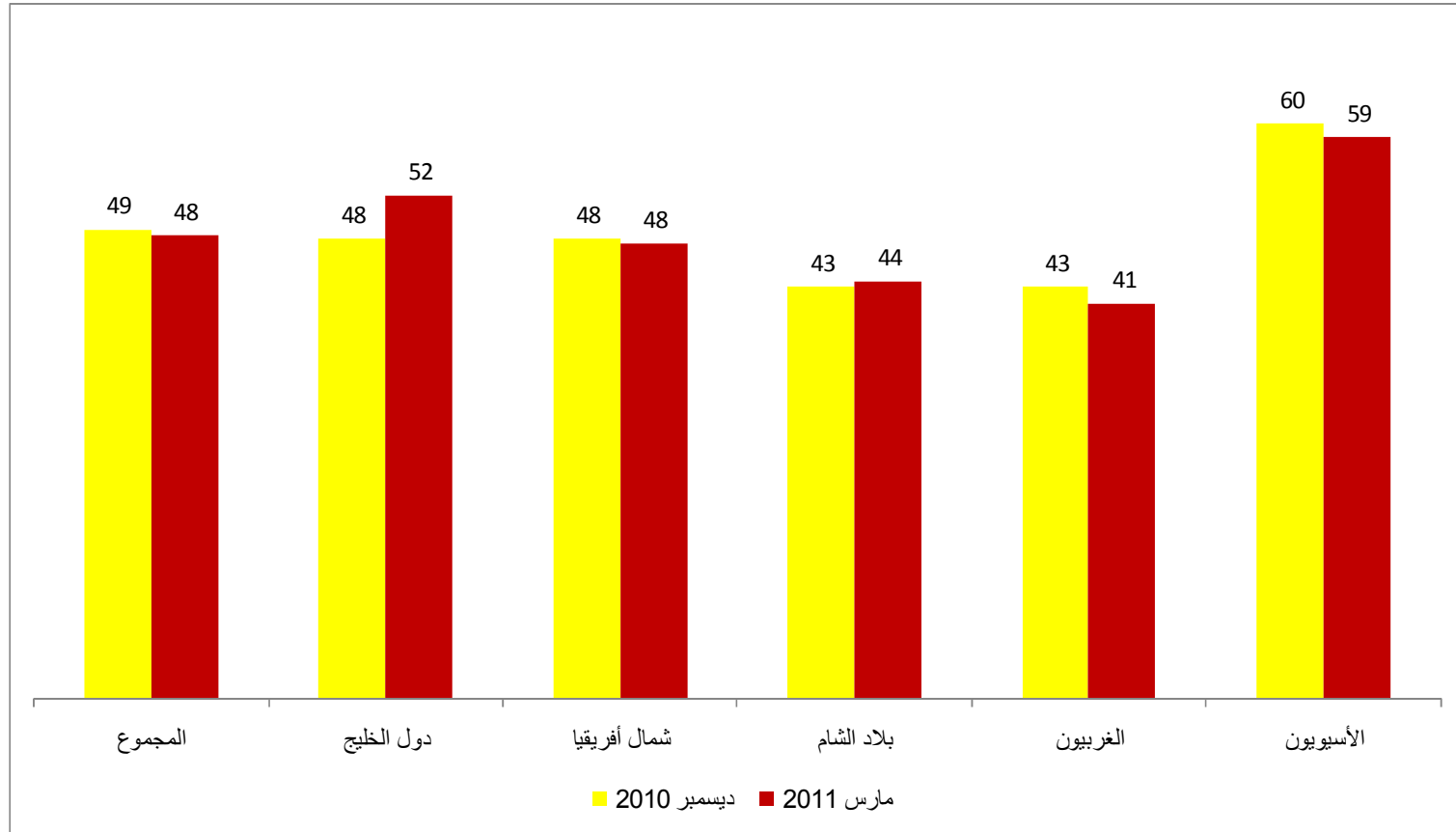
• نسبة التفاؤل تجاه التغيير الذي سيحدث في الوضع المالي تعتبر جيدة بين كل الجنسيات و على رأسهم الآسيويين ويتبعهم الخليجيين.



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

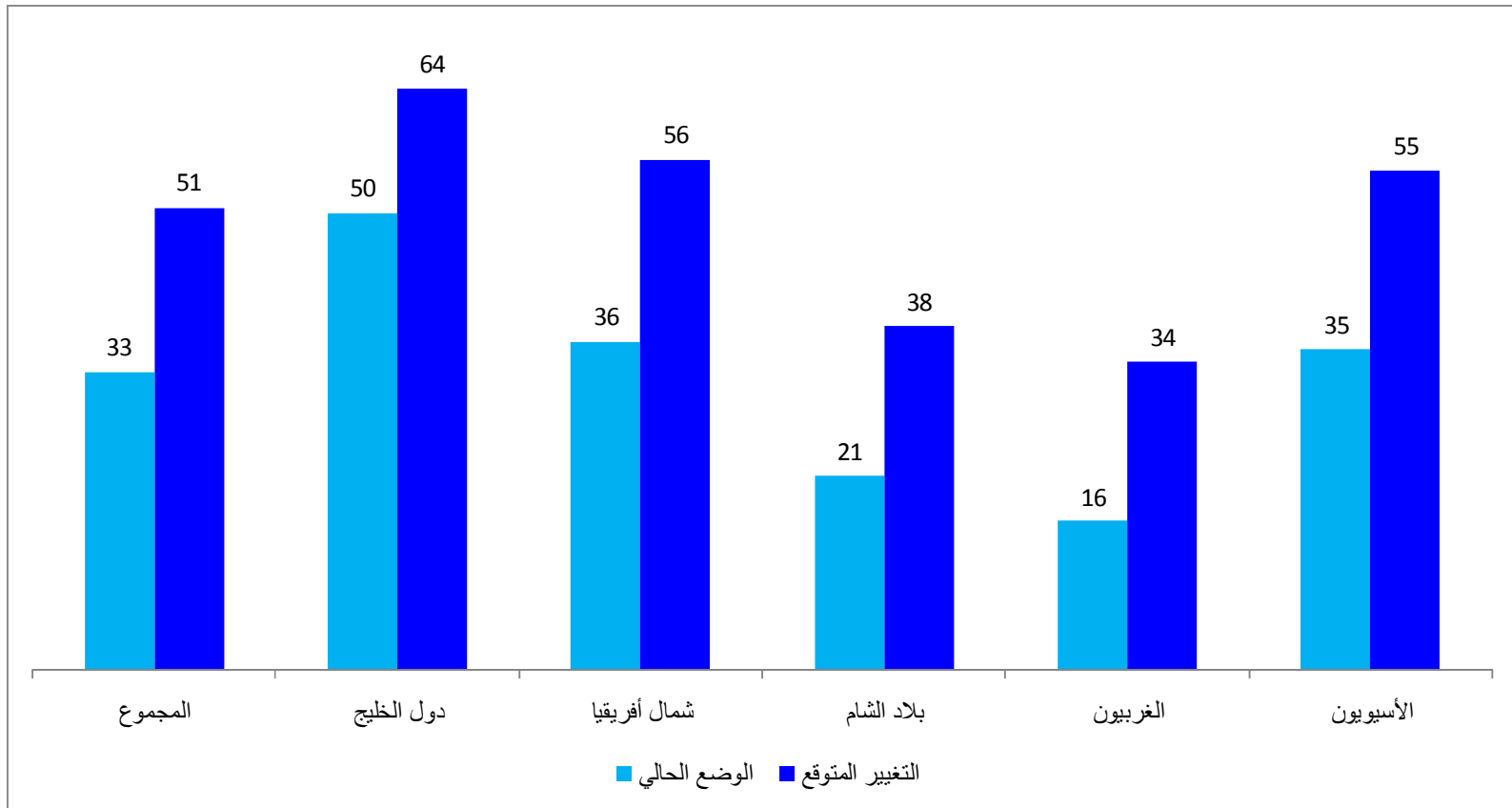


• التوقعات المستقبلية لدى كافة الجنسيات مشابهة للدورة السابقة.



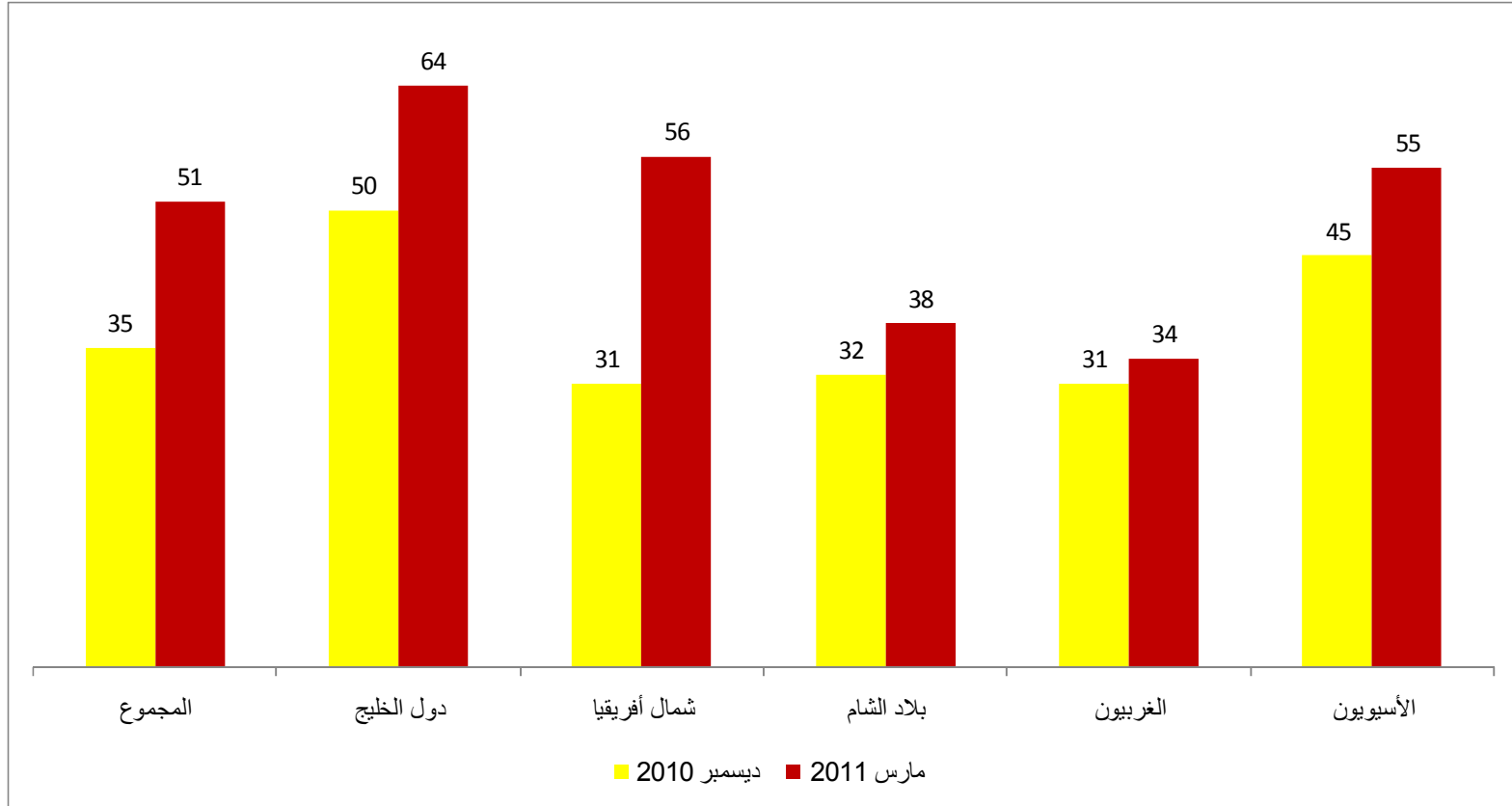
الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

• الآسيويين هم الأكثر تفاؤلاً بشأن المستقبل الاقتصادي لبلدهم.



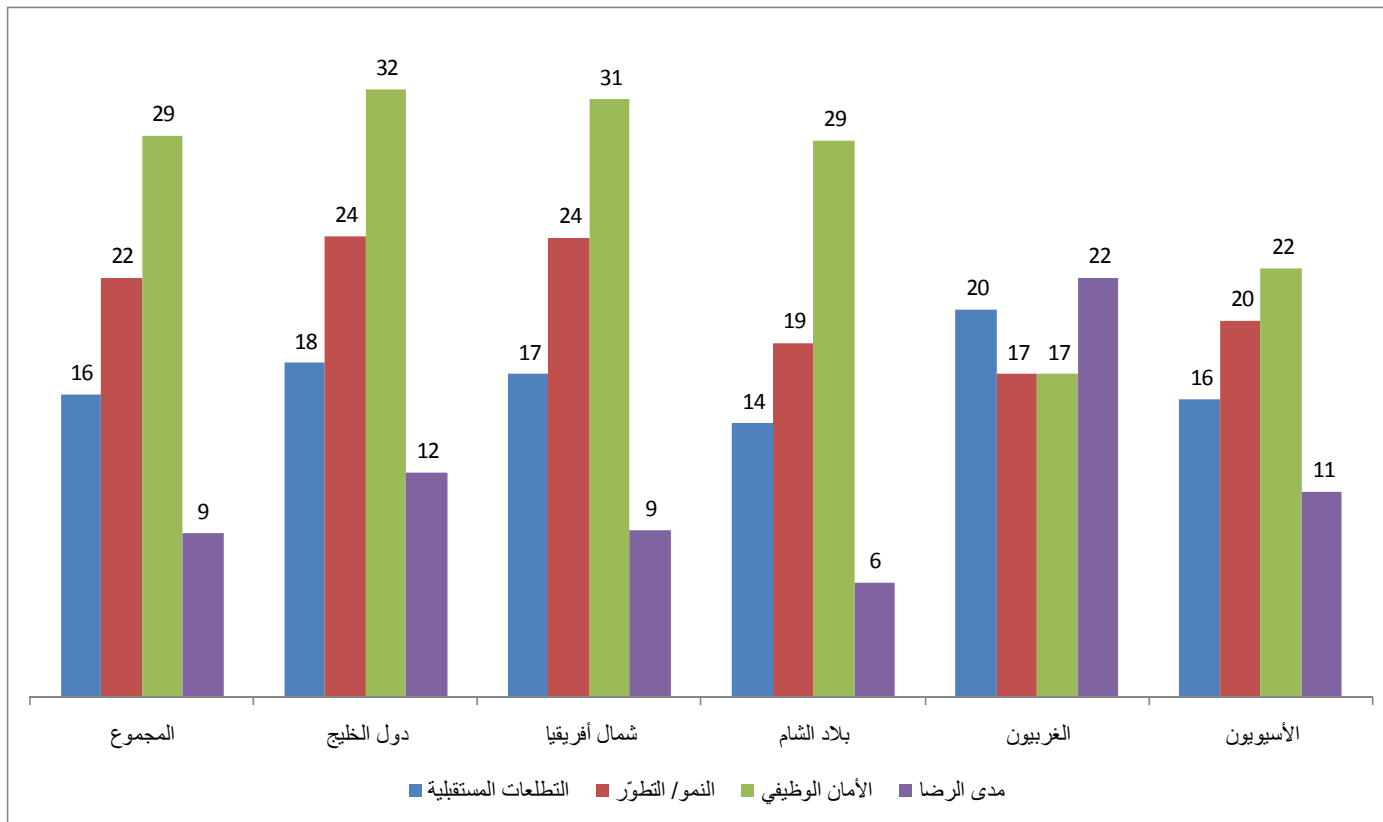
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

• التوقعات لاقتصاد الدولة في المستقبل أفضل من تلك في الدورة السابقة.

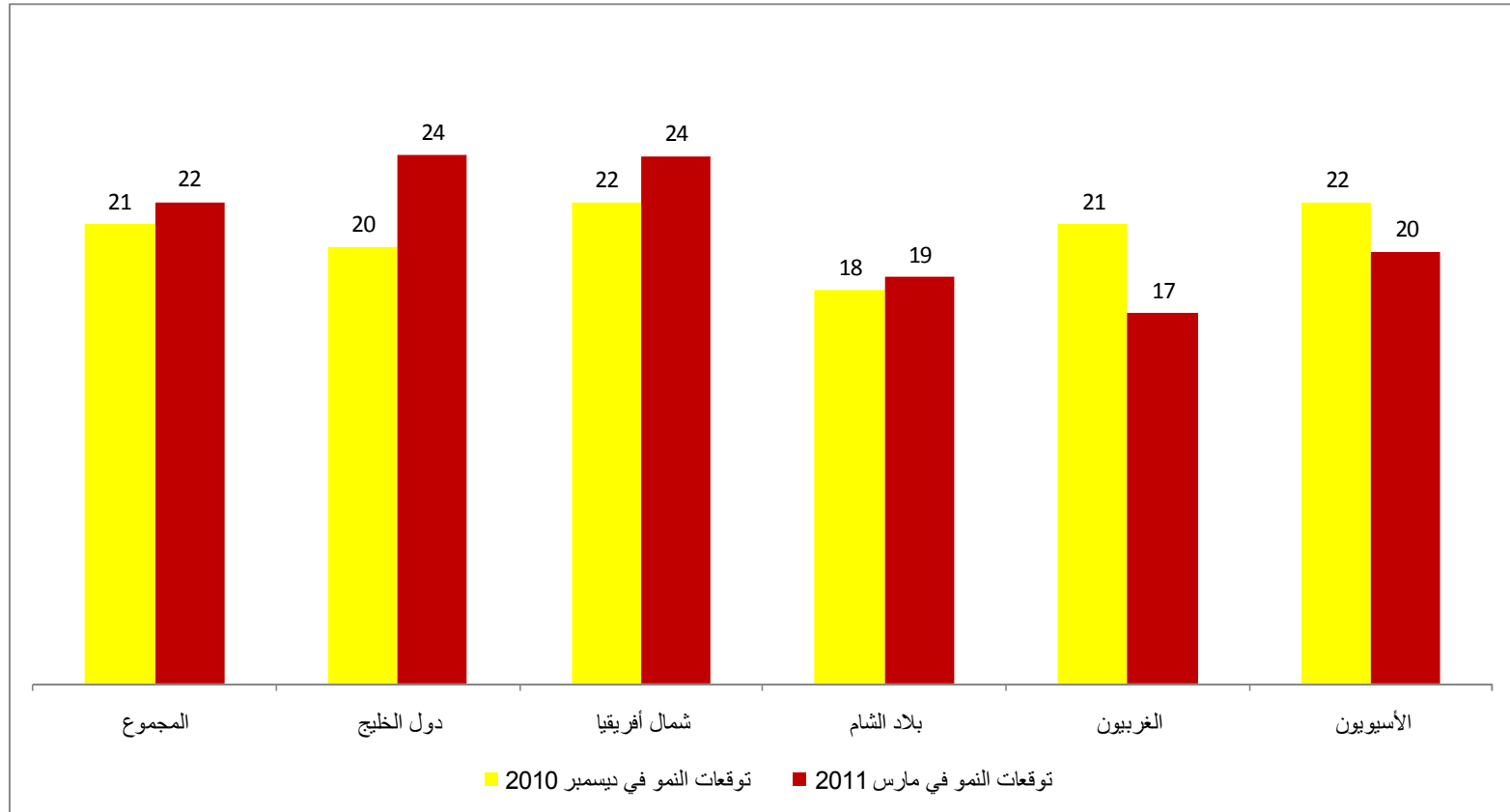


الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

• الخليجيون يتابعون تسجيل أعلى نسبة من الأمن الوظيفي.



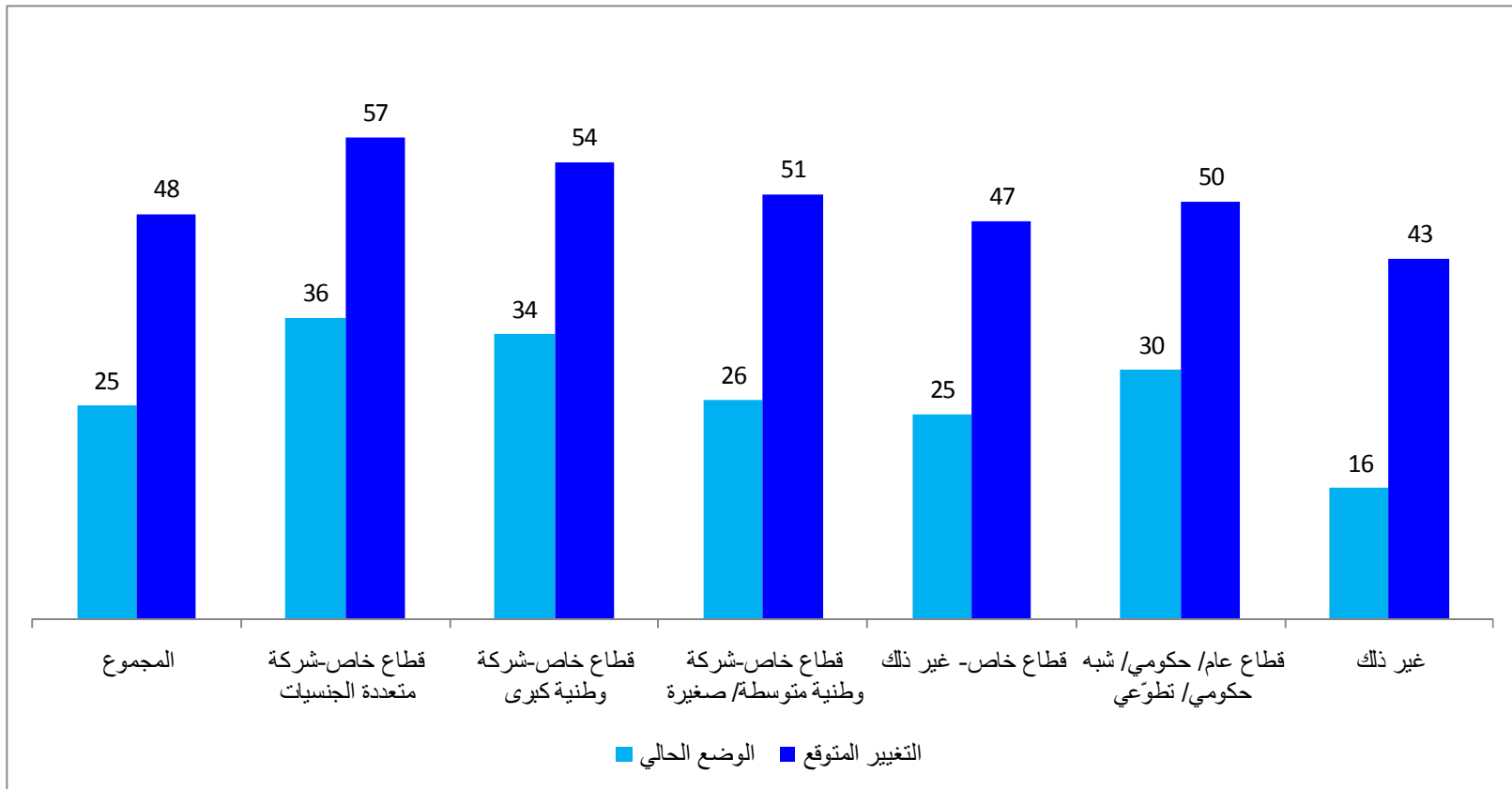
الأساس: عدد العاملين= 6,215



الأساس: عدد العاملين: ديسمبر = 8,665 ومارس 2011 = 6,215

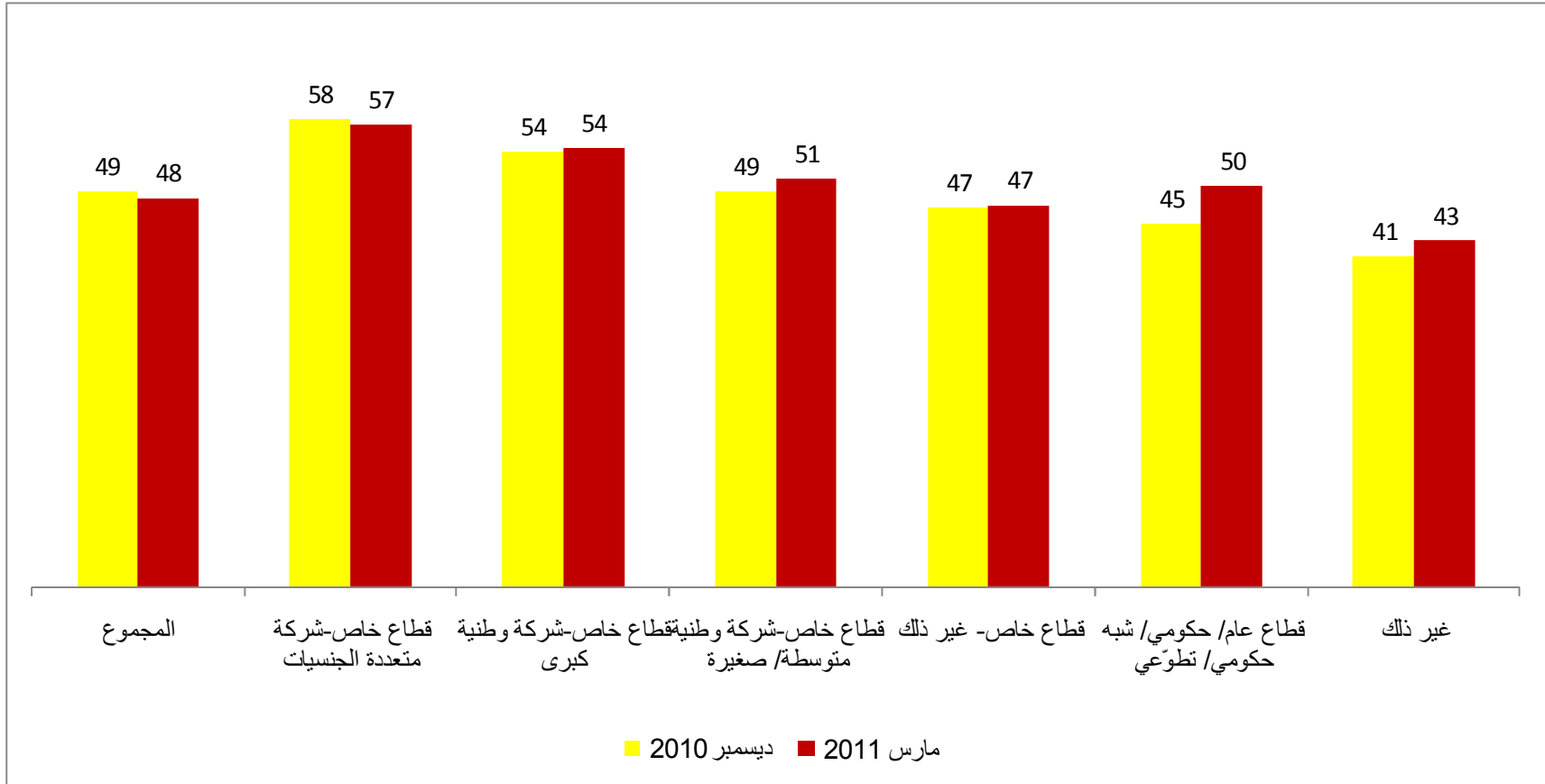
## حسب قطاع العمل

• بغض النظر عن قطاع العمل الذي يعملون فيه فإن المستطلعين يتوقعون تحسّن أوضاعهم المالية الشخصية في المستقبل القريب.



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

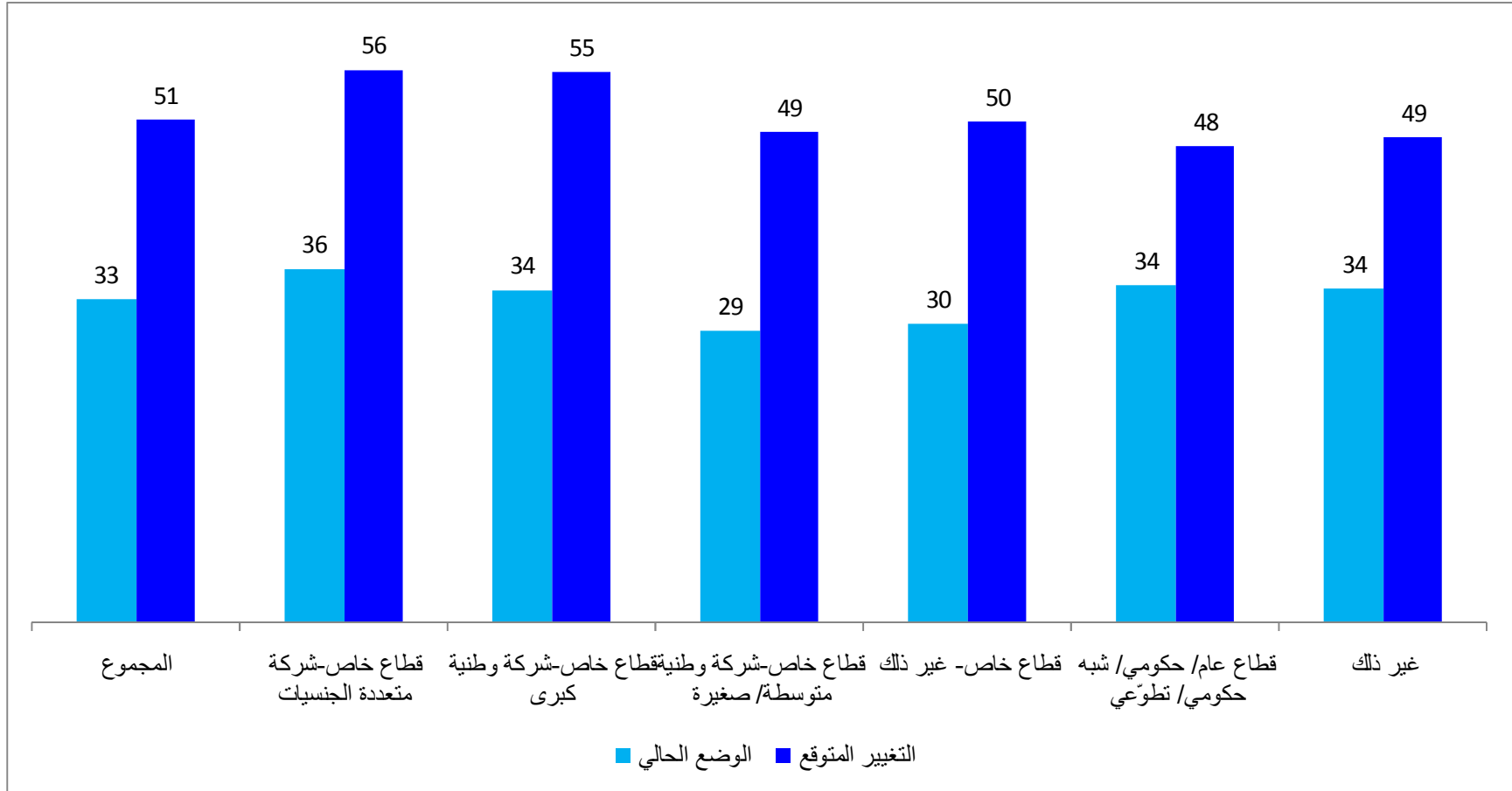
• نسب مشابهة للدورة السابقة.



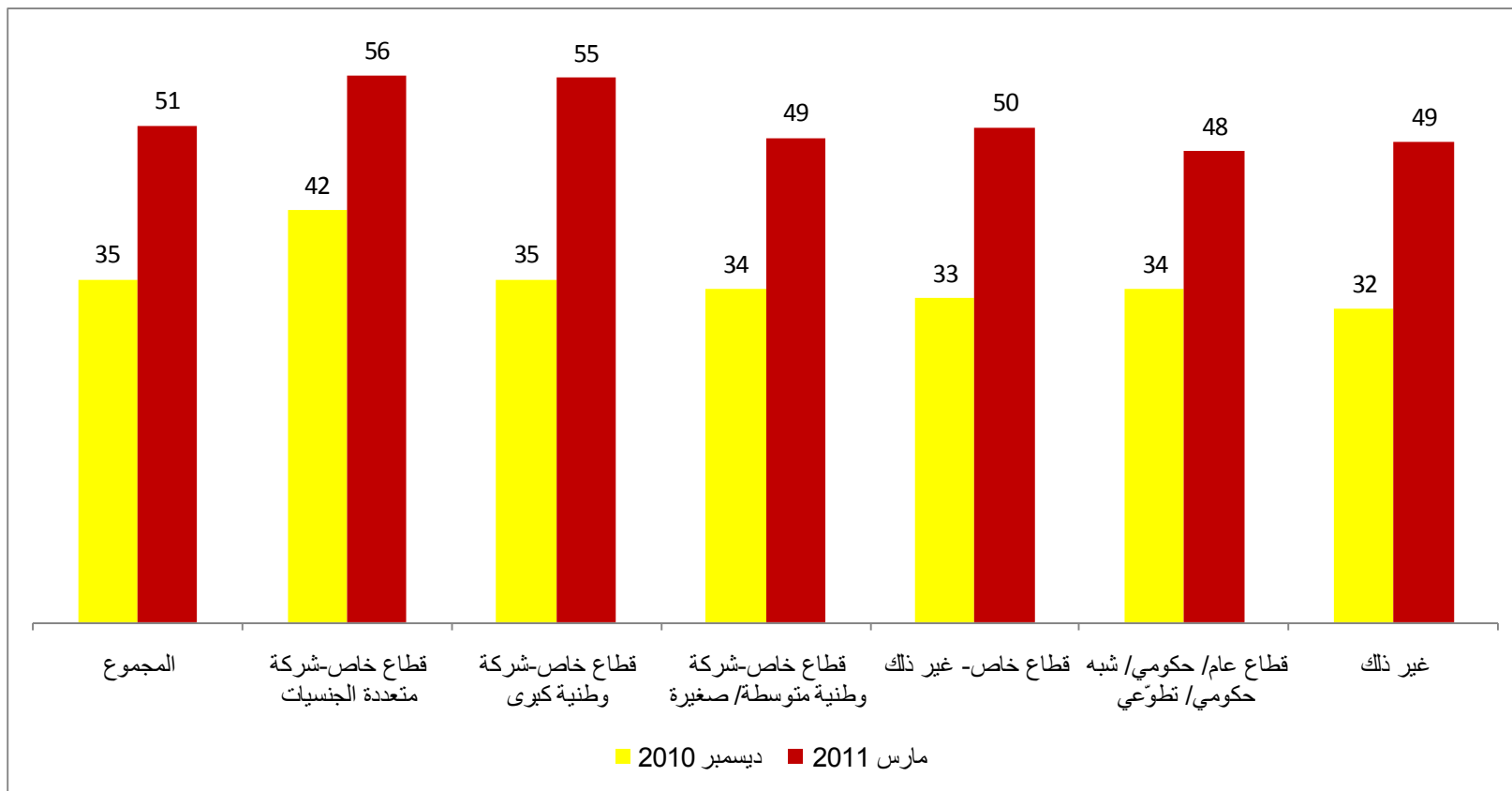
الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079



• يشعر الأشخاص في جميع القطاعات أنه سيكون هناك تغيير إيجابي في إقتصاد الدول في المستقبل.

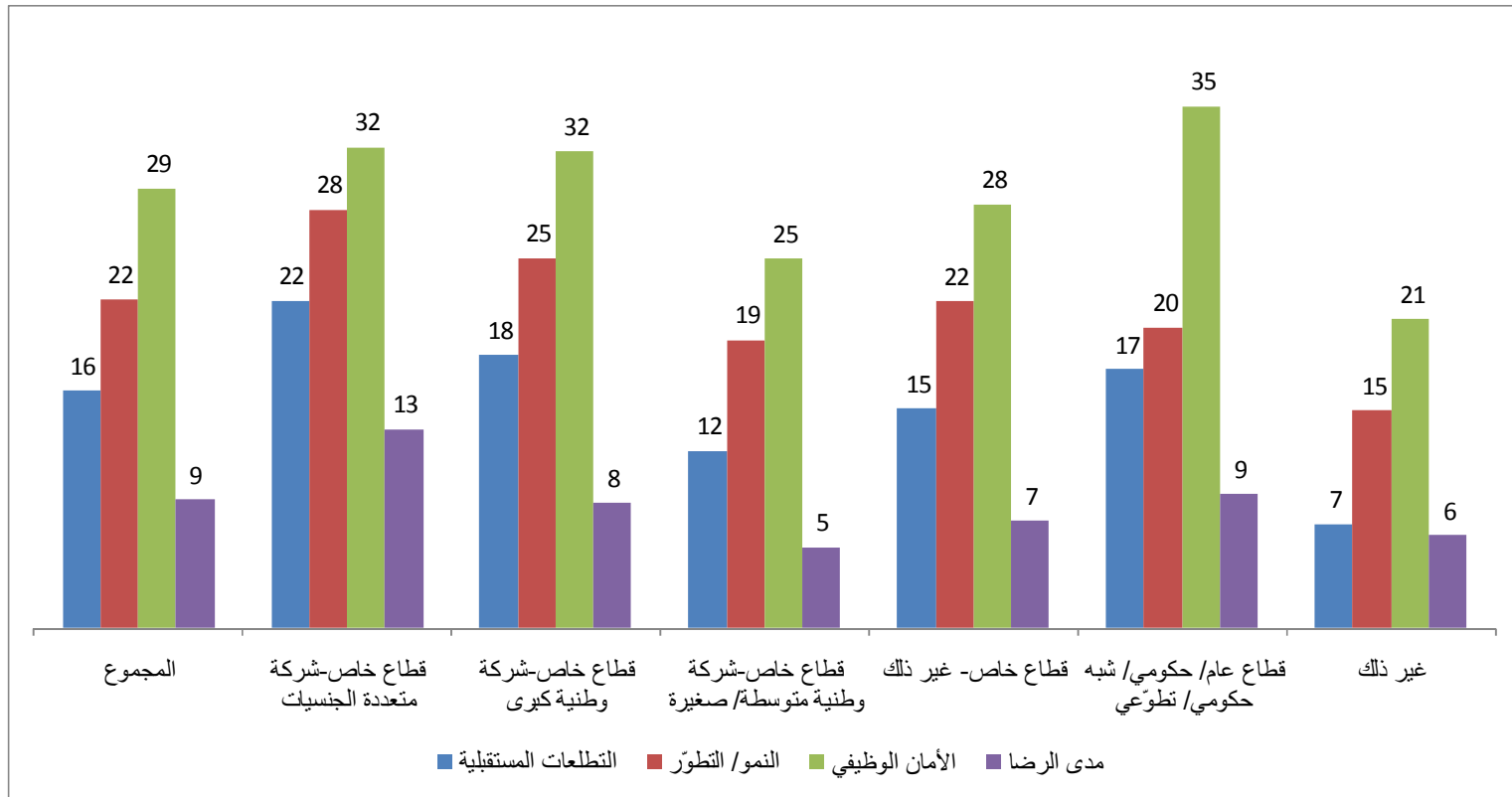


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079



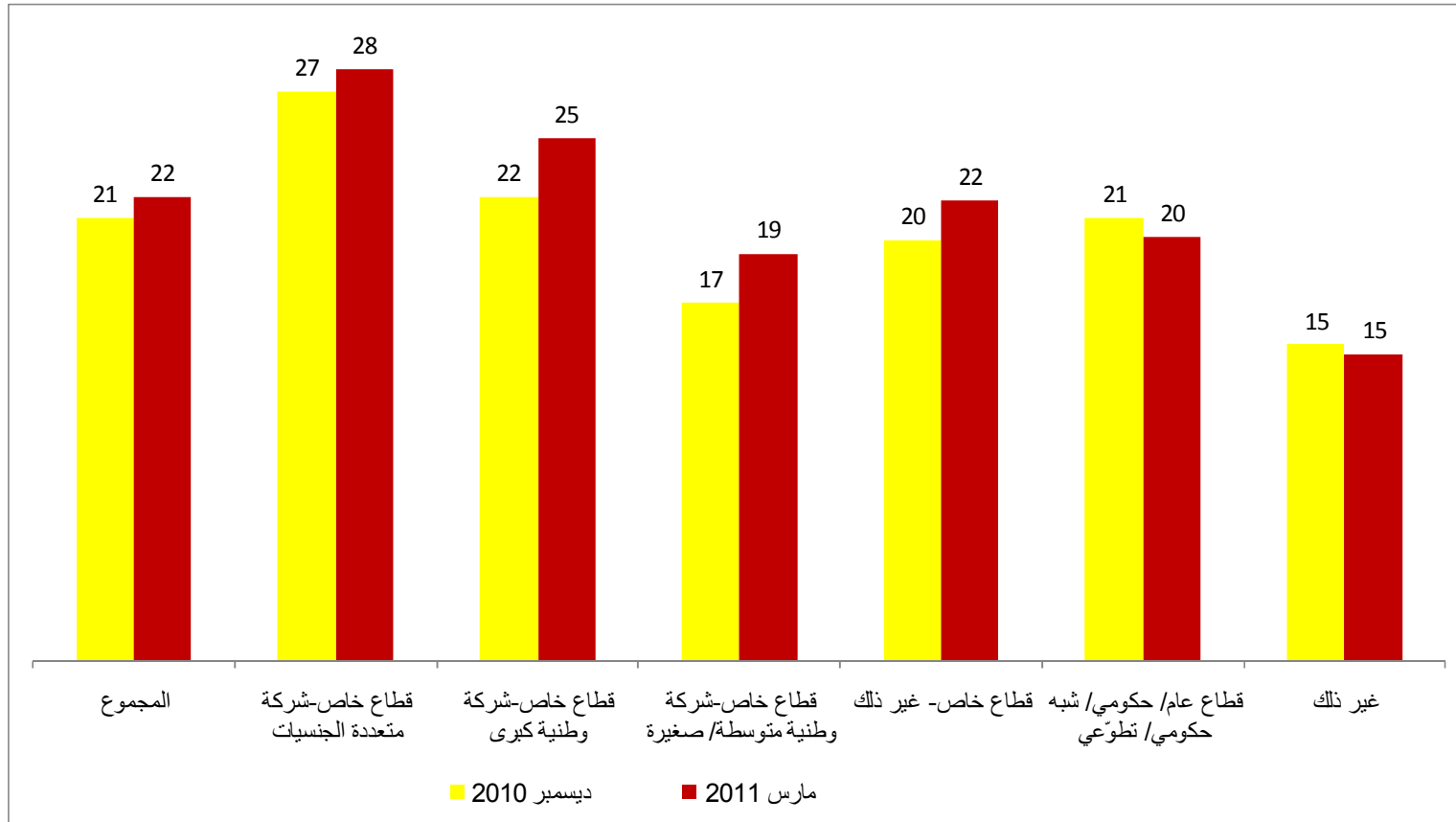
الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

• الأمان الوظيفي عالي نسبياً في القطاعات: العام/ شبه الحكومي/ التطوعي.



الأساس: عدد العاملين= 6,215

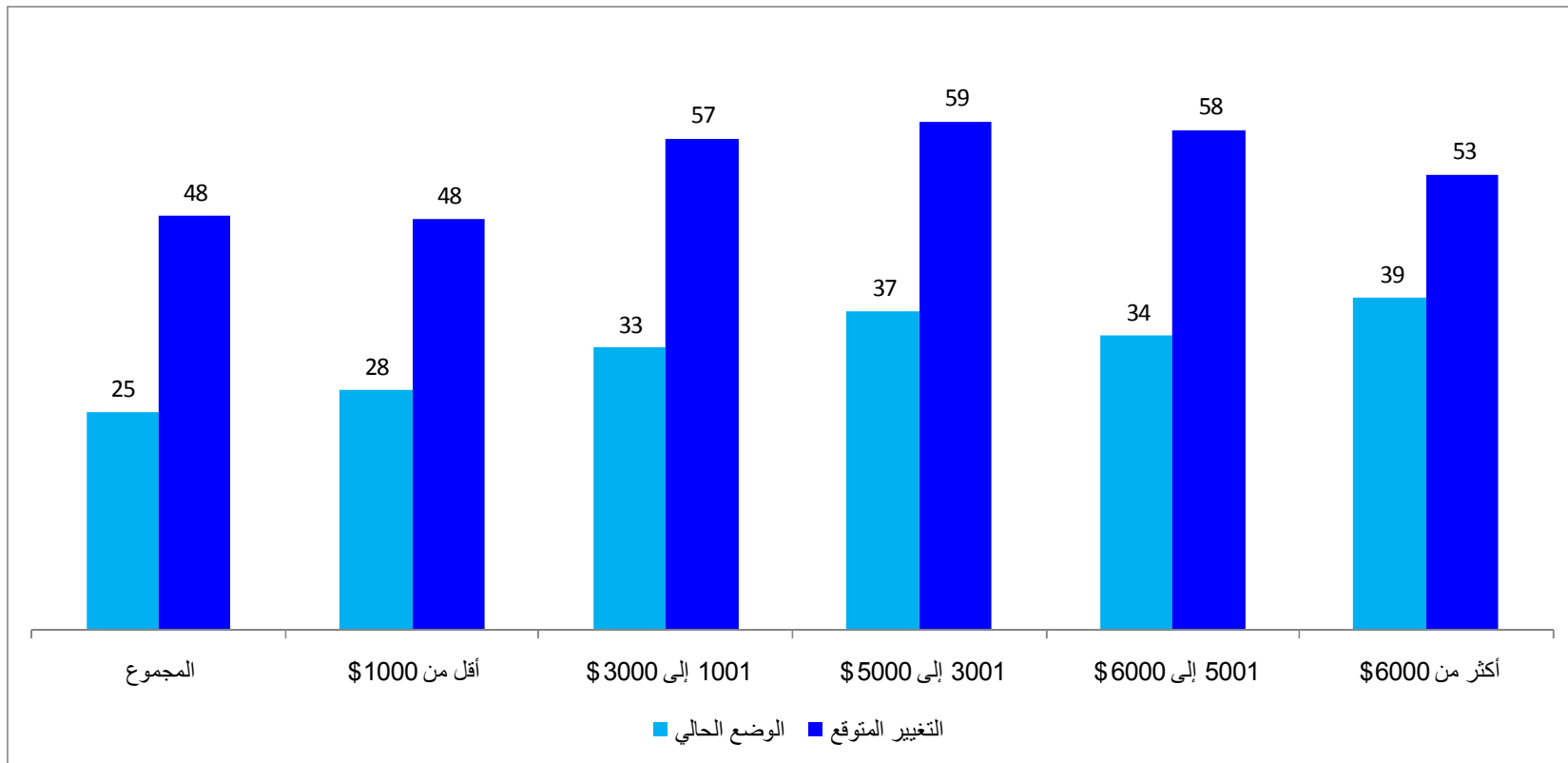
• تفاؤل بشأن النمو الوظيفي في جميع القطاعات.



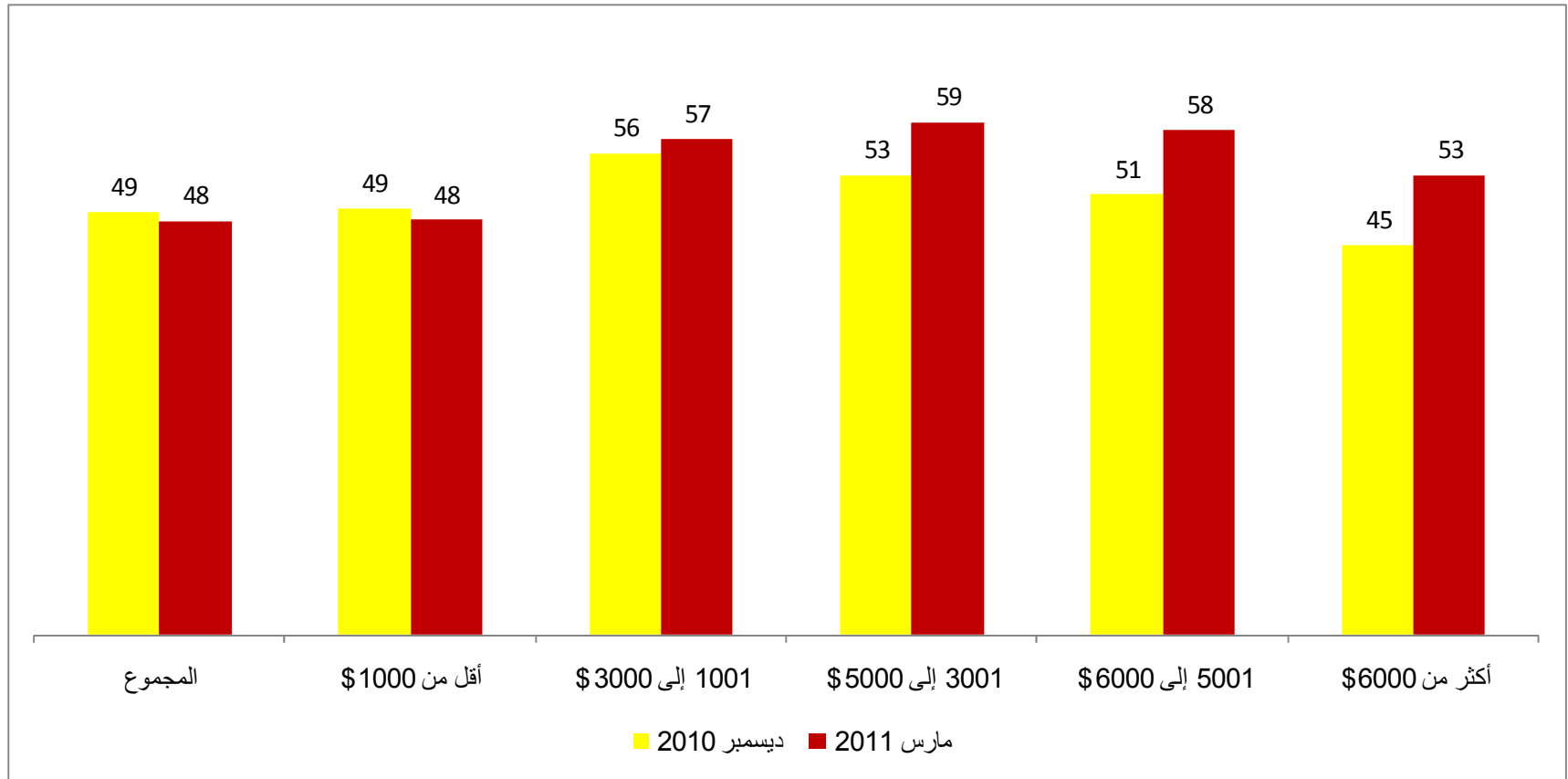
الأساس: عدد العاملين: ديسمبر = 8,665 ومارس 2011 = 6,215

## حسب الدخل

• التوقعات إيجابية بشأن المستقبل القريب في مختلف مستويات الدخل.

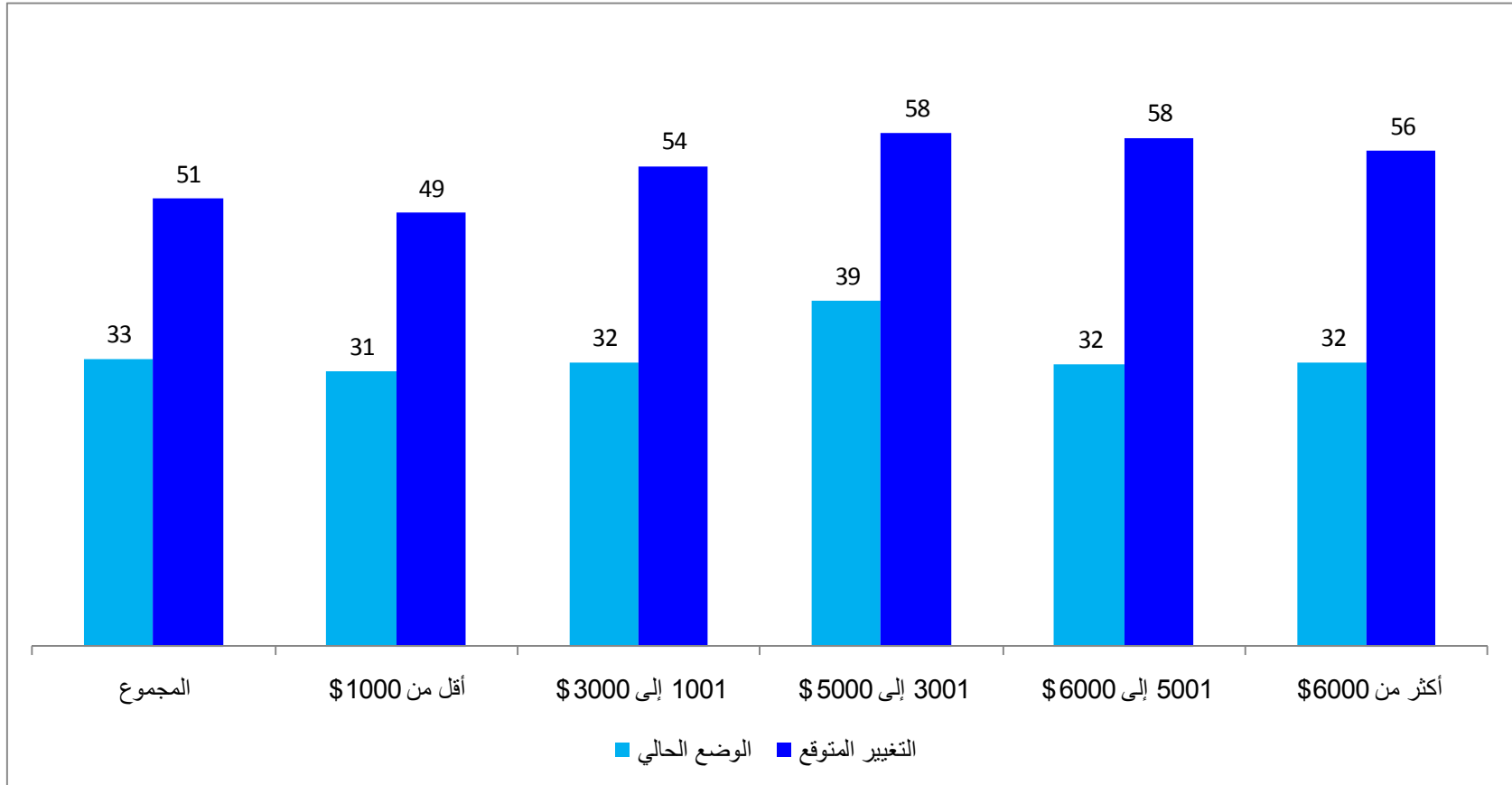


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079



الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

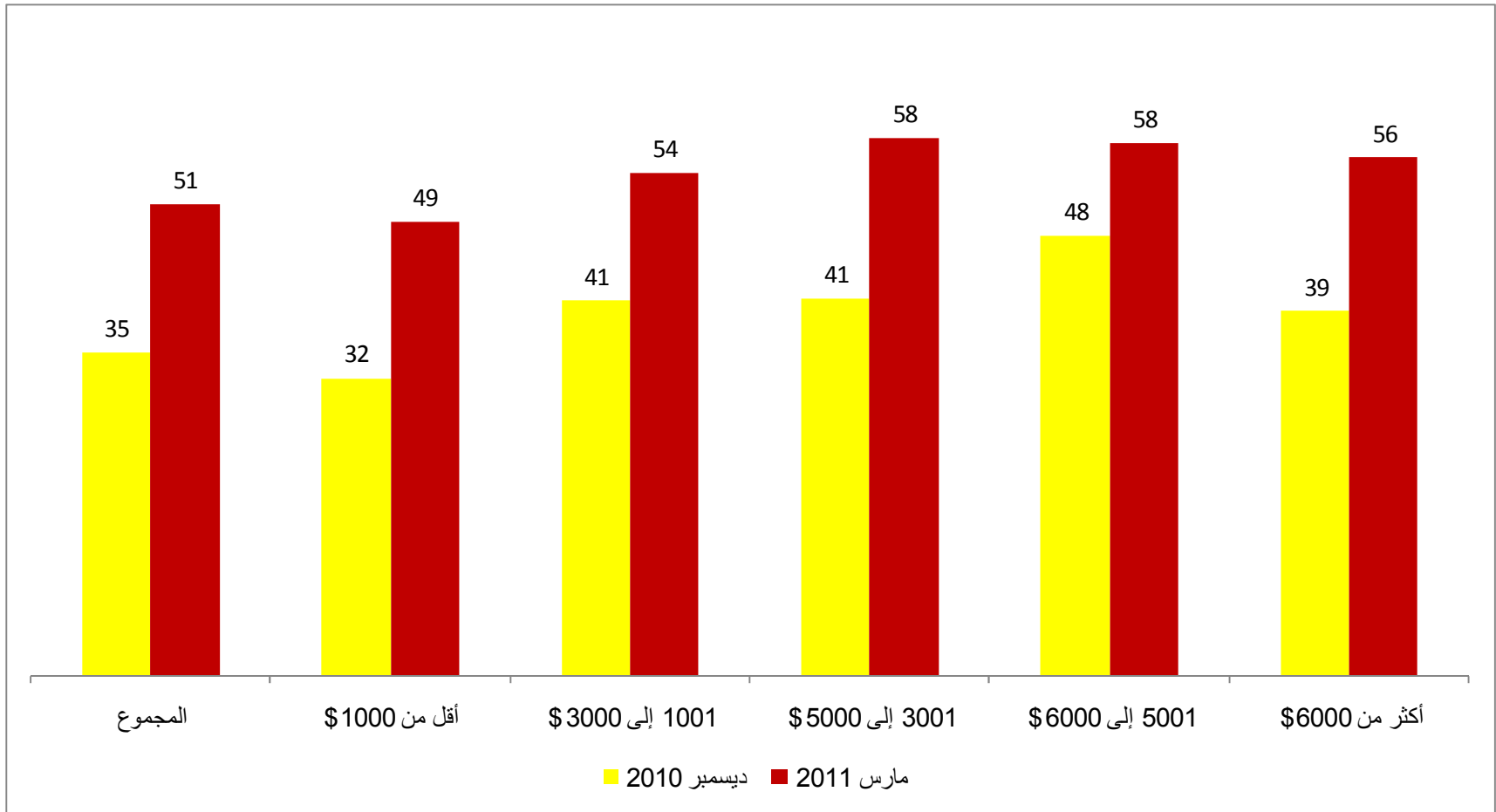
• التوقعات المستقبلية لاقتصاد الدولة متفائلة لدى جميع مستويات الدخل.



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 8,079

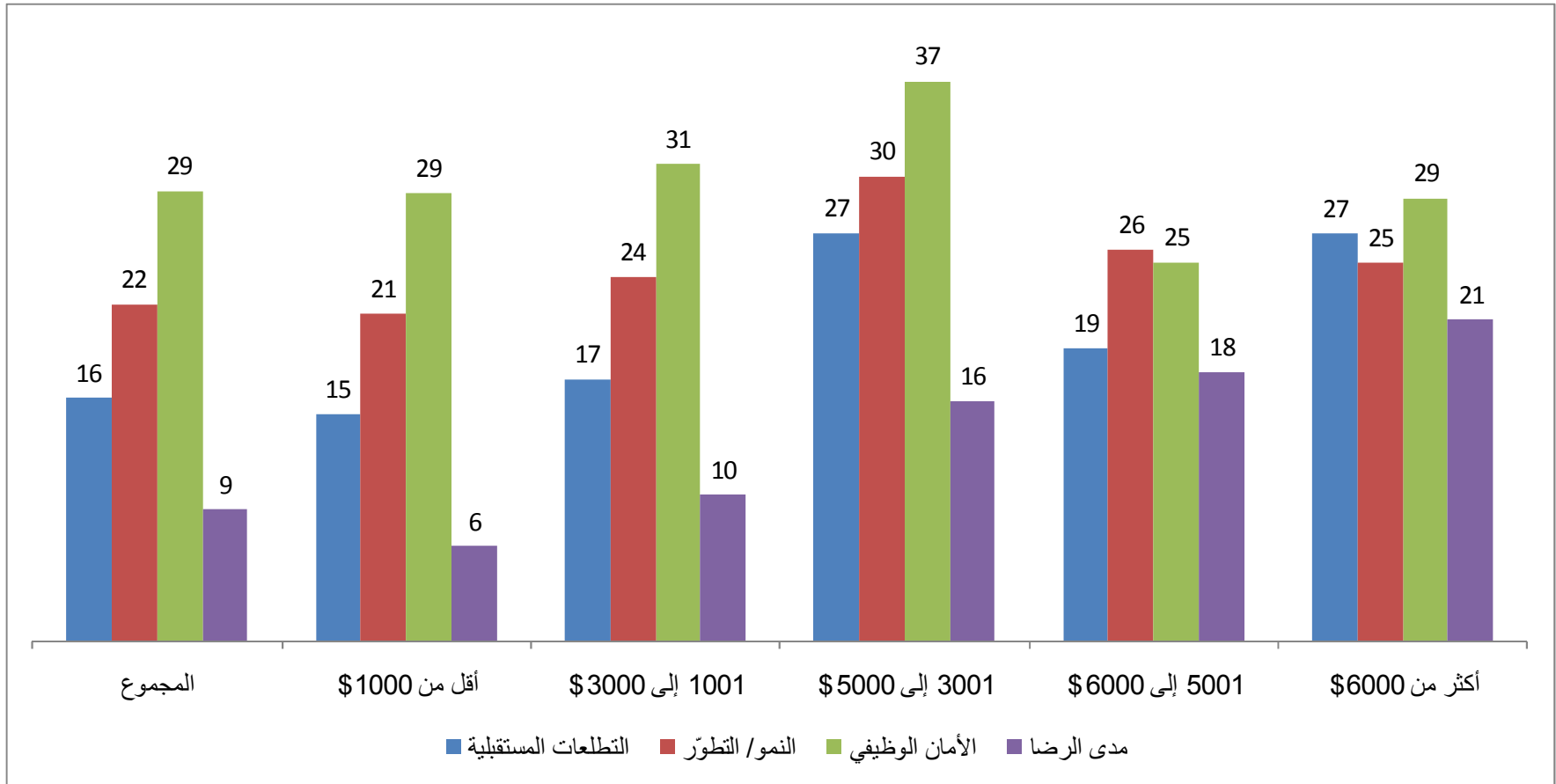


• من الممكن ملاحظة النظرة الإيجابية لدى جميع الفئات.



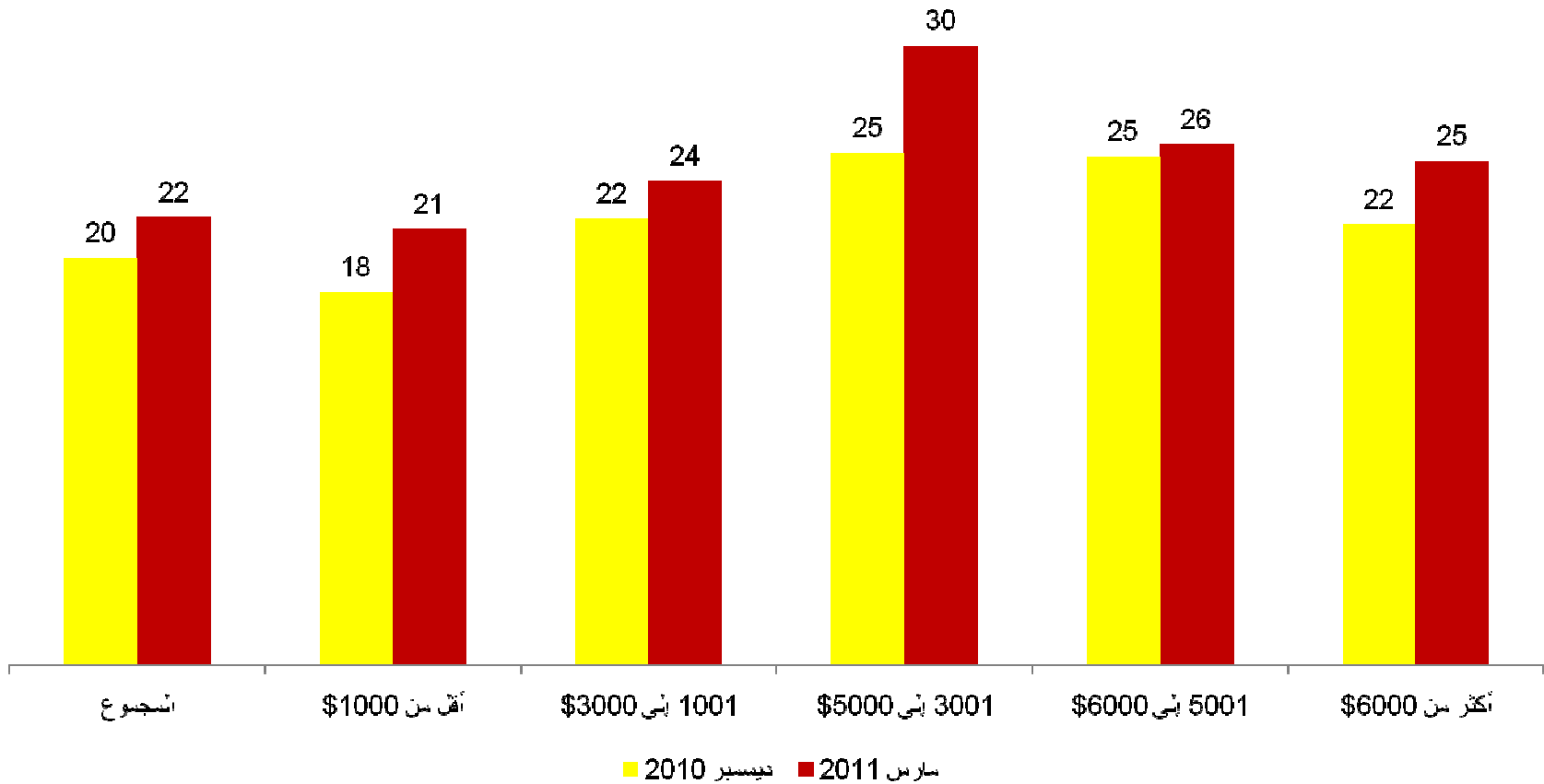
الأساس: عدد المجيبين الكلي: ديسمبر 2010 = 10,468 ومارس 2011 = 8,079

• كلما ارتفع معدّل الدخل، زادت نسبة الرضا عن المكافآت والرواتب الحالية.



الأساس: عدد العاملين=6,215

• بشكل عام، كان المستطلعون أكثر تفاؤلاً بشأن نموّهم الوظيفي في الدورة السابقة (فيما عدا أصحاب الدخل بين \$3001 و \$5000).



الأساس: عدد العاملين: ديسمبر = 8,665 ومارس 2011 = 6,215

شكراً