

# استطلاع بيت.كوم لمؤشر ثقة المستهلك في الشرق الأوسط

سبتمبر 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 الثامنة عشر (يونيو 2011) 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 عوائدها، 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 نظرهم 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 25 أغسطس و 20 سبتمبر 2011. إجمالي عدد المجيبين هو 7,864.

■ 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 تقيّم 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 الابتدائية) 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 الابتدائية.
- إن الدورة الابتدائية 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) باستخدام 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 الابتدائية.
- 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 الاستهلاك/ 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 لمايو 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، يونيو 2011

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم ليونيو 2011
607	157	181	865	154	510	104	413	152	162	521	2207	82	376	إجمالي عدد المجيبين
278.7	293.6	249.7	285.8	287.7	250.2	282.7	279.7	210.5	285.8	254.3	303.1	262.2	277.1	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
87.1	56.1	57.5	81.2	94.2	93.9	81.7	68.8	63.8	87.7	61.4	59.4	79.3	89.6	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
571.7	527.4	470.2	580.8	604.5	523.7	599.0	558.4	421.7	593.2	478.5	556.6	524.4	603.7	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
509.1	545.9	505.5	547.3	622.1	488.2	576.0	525.4	452.0	525.9	439.9	541.6	457.3	512.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)



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

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	القيم لسبتمبر 2011
499	447	252	733	243	12	125	710	164	310	685	2413	69	843	إجمالي عدد المجيبين
277	289	232	285	294	308	294	276	231	279	245	304	251	270	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84	54	50	77	84	133	99	61	71	82	64	68	72	81	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
564	517	429	581	596	692	621	543	471	559	469	575	490	585	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
512	525	442	552	558	725	565	510	460	505	440	533	514	501	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

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

لبنان		الكويت		مصر		البحرين		الجزائر		
سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	
164	696	310	711	2413	1635	69	101	843	415	إجمالي عدد المجيبين
106.4	217.2	93.7	297.5	117.5	259.1	91.8	273.3	93.6	288.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
104.7	67.5	78.4	104.5	75.0	90.6	79.6	91.1	78.1	103.9	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
109.8	428.9	88.2	634.5	100.3	573.6	82.0	597.0	91.8	637.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
93.8	490.1	79.5	635	89.1	598.5	90.7	567.3	82.8	605.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

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

الإمارات		سوريا		السعودية		قطر		المغرب		
سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	سبتمبر 2011	أبريل 2007	
499	2069	252	200	733	2095	243	382	710	112	إجمالي عدد المجيبين
93.4	296.4	86.6	268	93.3	305.6	96.8	303.4	100.3	275.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84.2	99.2	65.3	76	78.8	98.1	78.0	107.6	72.4	84.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
88.9	634.4	76.6	560.5	89.1	651.6	88.7	671.7	93.3	582.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
77.4	660.8	80.5	549.5	84.7	651.6	78.4	711.3	92.4	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 الاستهلاك/ 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)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
94.0	93.2	93.5	94.8	101.7	96.9	96.1	117.0	95.9	96.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
87.8	75.6	82.7	87.5	81.1	94.5	83.9	65.5	87.0	86.3	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
90.1	83.9	89.1	90.0	95.9	98.3	93.5	97.0	87.8	94.7	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
77.0	92.0	84.0	87.5	95.1	92.2	82.8	90.5	80.6	84.6	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
93.4	86.6	93.3	96.8	100.3	106.4	93.7	117.5	91.8	93.6	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
84.2	65.3	78.8	78.0	72.4	104.7	78.4	75.0	79.6	78.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
88.9	76.6	89.1	88.7	93.3	109.8	88.2	100.3	82.0	91.8	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
77.4	80.5	84.7	78.4	92.4	93.8	79.5	89.1	90.7	82.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة سبتمبر 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 يونيو 2011) 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 الـ55 شهر الماضية ومنذ الدورة الإبتدائية، شهدت جميع المؤشرات انحداراً لكافة البلدان باستثناء لبنان.
- أظهرت دولة الإمارات نسب هبوط لمؤشراتها.
- مما يعني أن جميع البلدان الـ10 أظهرت انخفاضاً قياساً على الدورة الإبتدائية بدلاً من أن تظهر ارتفاعاً خلال الـ55 شهر الماضي.

## الإختلافات في المؤشر على حسب الدولة – سبتمبر 2011 بالمقارنة مع يونيو 2011

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
-0.7	-6.6	-0.2	2.0	-1.4	9.5	-2.4	0.5	-4.2	-2.6	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
-3.6	-10.3	-3.9	-9.5	-8.7	10.2	-5.5	9.5	-7.5	-8.2	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
-1.3	-7.3	0.0	-1.3	-2.6	11.4	-5.3	3.2	-5.8	-2.9	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
0.4	-11.5	0.7	-9.1	-2.7	1.6	-3.3	-1.4	10.1	-1.9	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

## ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة سبتمبر 2011 بالدورة السابقة يونيو 2011

- تم القيام بالمقارنة التالية أينما كانت هناك صلة بالدورة السابقة يونيو 2011.
- شهدت الإمارات انخفاضاً في جميع مؤشراتها باستثناء مؤشر ثقة الموظف (ECI).
- شهدت لبنان بعض الارتفاع في جميع مؤشراتها و خصوصاً مؤشر ثقة المستهلك (CCI).
- تحسّن مؤشر ثقة المستهلك في مصر بنسبة 3 نقاط.
- شهدت سوريا انخفاضاً كبيراً في مؤشر احتمالية الاستهلاك/ الإنفاق (PCI) بالمقارنة مع الدورة السابقة.

- ثقة المستهلك في دولة الإمارات شهدت انخفاضاً بسيطاً في الدورة الحالية.
- يتابع المستطلعون في دولة الإمارات توقع بعض التحسّن في أوضاعهم المادية في المستقبل.
- 42% من المستطلعين لديهم توقّعات إيجابية تجاه اقتصاد الدولة والأوضاع المالية لها. 22% آخريّن يشعرون أن الوضع سيبقى كما هو عليه.
- ثلث المستطلعون يعتقدون أن الوقت الحالي غير مناسب (سيء) لشراء المنتجات طويلة الأمد.
- 31% يعتقدون أن الوقت الحالي هو وقت سيء للأعمال لكن 47% يعتقدون أن الوضع سوف يتحسنّ خلال عام من الآن.
- أغلبية المستطلعين يعتقدون بوجود صعوبة في الحصول على وظيفة في دولة الإمارات في الأوضاع الراهنة لكن لا يزال لديهم نظرة إيجابية بشأن المستقبل. 40% يعبرون أن هناك عدد محدود جداً فقط من الوظائف الشاغرة.
- نسبة الرضا قليلة إلى معتدلة عن فوائد الوظيفة. 30% غير راضين عن الأمن والاستقرار الوظيفي.

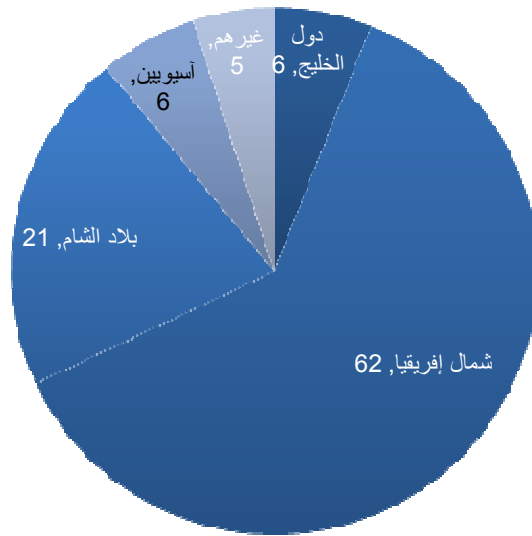


# نبذة عن المجيبين

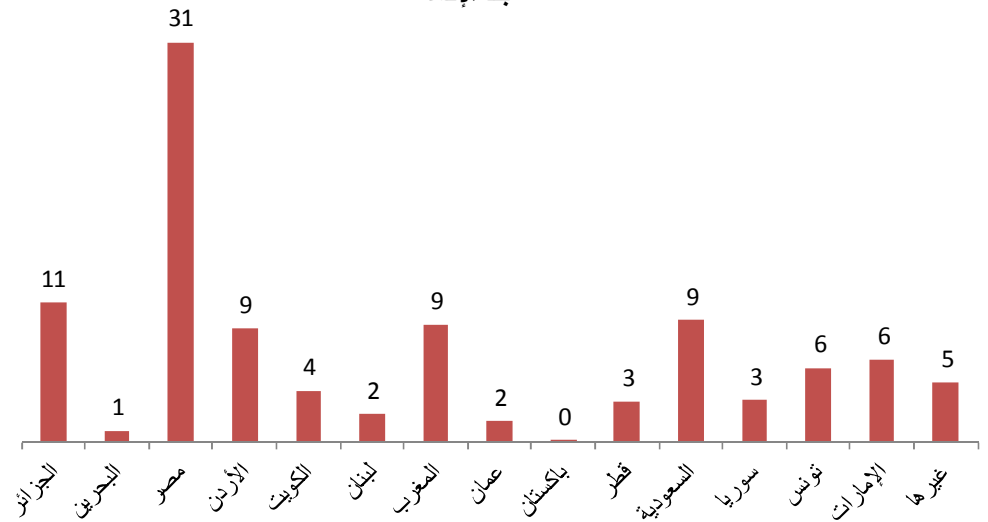
**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

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

الجنسية

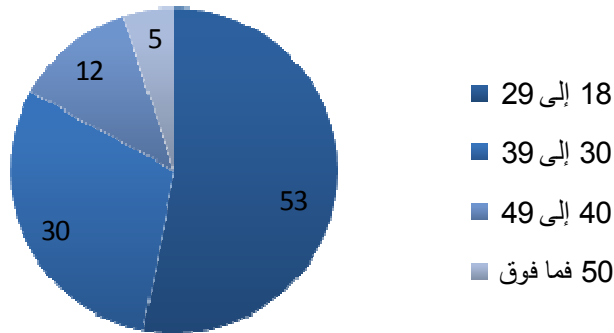


بلد الإقامة



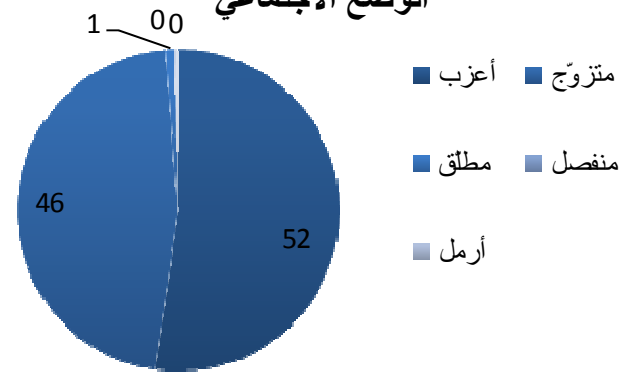
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

الفئات العمرية



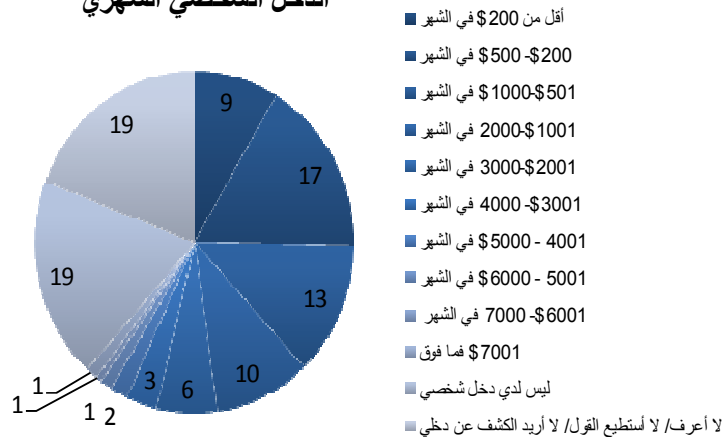
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

الوضع الاجتماعي



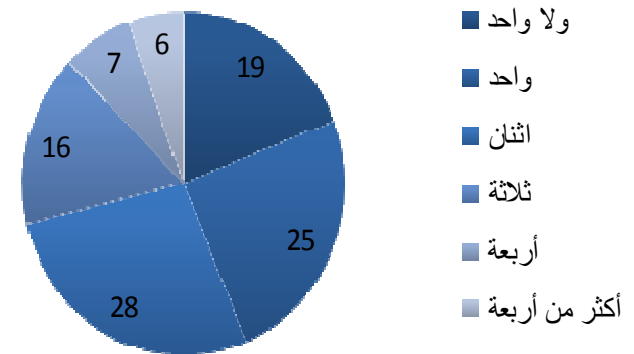
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

الدخل الشخصي الشهري

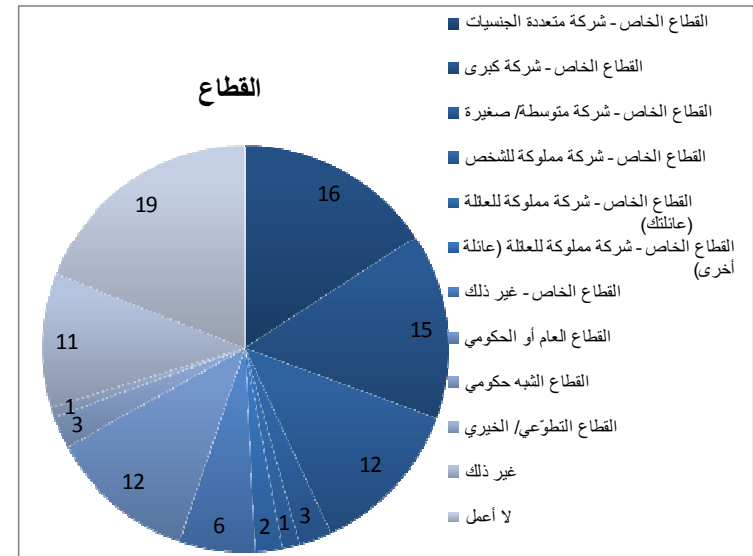
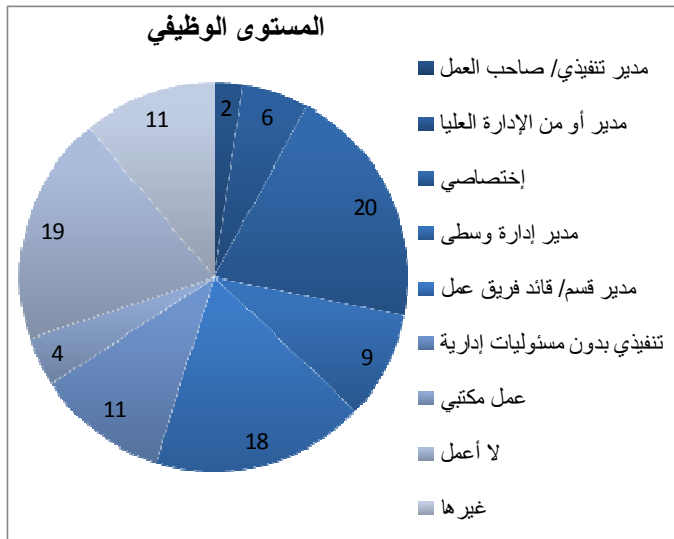
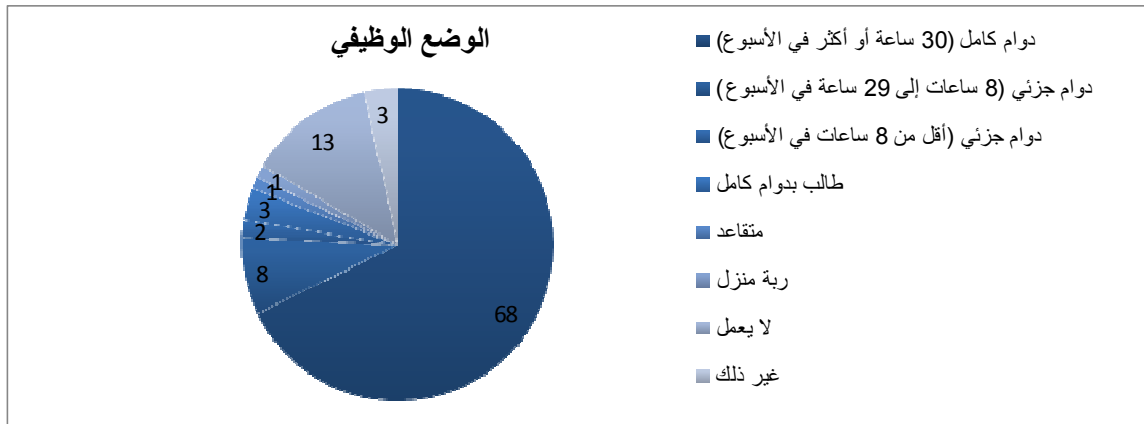


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

عدد الأبناء



الأساس: عدد المتزوجين/ الذين كانوا متزوجين = 3,751



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

- كما في الدورة السابقة (29%) يمكننا ان نرى أن فقط 28% من المستطلعين يشعرون أن وضعهم المادي الشخصي أفضل مما كان عليه في العام الماضي.
- وانخفاضاً عن النسبة السابقة 31%، في هذا الجزء يشعر 27% من المستطلعين بأن اقتصاد بلادهم قد ازداد سوءاً بالمقارنة مع العام الماضي.
- فقط 33% من المستطلعين في دولة الإمارات يعتقدون أن هذه الفترة هي وقت غير مناسب 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	7864	843	69	2413	685	310	164	170	125	12	243	733	252	447	499
الوضع المادي الشخصي															
أفضل	28	36	20	32	19	32	26	21	34	42	33	33	23	21	26
كما هي	35	36	38	31	34	31	35	39	37	42	41	37	34	40	39
أسوأ	29	18	32	28	42	28	31	30	22	8	21	23	39	32	29
لا أعرف	8	10	10	10	5	9	9	10	8	8	5	6	4	6	6
اقتصاد البلد															
أفضل	27	31	17	30	17	23	15	32	38	33	34	34	13	24	30
كما هي	29	36	32	25	36	32	38	32	23	33	28	29	19	24	33
أسوأ	29	16	39	31	35	28	40	17	23	17	27	26	49	39	24
لا أعرف	14	16	12	15	12	17	7	19	15	17	12	11	18	13	13
سلوك المستهلك															
توقيت جيد للشراء	16	24	16	14	14	16	12	16	25	42	19	17	10	12	17
توقيت عادي للشراء	30	21	35	32	28	39	40	18	34	33	37	34	23	21	42
توقيت سيء للشراء	46	43	43	46	50	34	41	54	26	8	35	40	60	58	33
لا أعرف	9	12	6	7	7	11	7	12	16	17	9	9	8	9	7

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 تقيم إن كانت الفترة الحالية مناسبة لشراء المنتجات الاستهلاكية طويلة الأمد؟

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

- ما يزيد عن ربع المستطلعين بقليل فقط (26%) يعتقدون أن الفترة الحالية هي مناسبة للقيام بأعمال ومشاريع تجارية. 34% لا يعتقدون أنه وقت مناسب. 43% من المقيمين في دولة الإمارات يزعمون أنه توقيت عادي.
- 48% فيما يتعلق بالتوظيف فإن 52% من المستطلعين في جميع الدول يعتقدون بوجود عدد قليل جداً من فرص العمل. هذا الشعور هو الأقوى بين المستطلعين في سوريا (69%) تتبعها تونس (60%) ثم لبنان (59%).

المجموع/ بلد الإقامة	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
7864	69	2413	685	310	164	170	125	12	243	733	252	447	499
ظروف العمل													
توقيت جيد	40	20	21	25	20	30	37	58	26	38	12	26	19
توقيت عادي كغيره	24	30	25	35	37	26	32	25	35	29	20	25	43
توقيت سيء	20	42	43	27	35	26	18	8	28	22	59	40	31
لا أعرف	16	8	11	13	9	17	13	8	11	10	9	8	6
التوظيف													
يوجد الكثير	14	8	6	17	5	8	26	42	25	27	4	4	19
ليس هناك الكثير	32	34	32	37	33	34	26	17	36	33	22	34	35
هناك القليل فقط	49	54	59	40	59	54	44	25	32	36	69	60	40
لا أعرف	5	4	3	5	3	5	4	17	7	5	5	2	6

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

- 29% من الذين يعملون حالياً يزعمون أن هناك فرص عمل أكثر مقارنة بالعام الماضي.
- أغلبية الآراء هي أن الرواتب لا تتماشى مع تكاليف المعيشة. المقيمين في الأردن ولبنان يشكون من ذلك في الأكثر.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6365	665	52	2051	524	277	142	457	109	19	218	634	219	308	436
عدد الموظفين															
عدد أكبر من الموظفين	24	32	15	20	18	31	18	17	46	22	34	40	20	18	27
نفس عدد الموظفين	29	31	30	29	32	27	40	28	29	44	24	26	32	30	27
عدد أقل من الموظفين	29	16	40	34	29	32	30	23	14	0	29	23	33	21	38
لا أعرف	18	21	15	16	21	10	12	32	11	33	13	12	15	31	8
الراتب مقارنة مع تكاليف المعيشة															
إرتفاع الراتب أعلى من إرتفاع تكاليف المعيشة	4	7	8	3	2	6	1	3	6	11	5	6	3	4	8
زيادة الراتب مساوية لزيادة تكاليف المعيشة	20	22	15	22	12	27	15	15	26	44	21	23	21	17	23
الراتب لا يتماشى مع تكاليف المعيشة	64	58	66	65	73	63	73	65	54	22	65	62	68	57	62
لا أعرف	11	12	11	10	13	4	11	17	14	22	9	9	8	23	7

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

- 50% يتوقعون تحسّن وضعهم المالي خلال عام من الآن.
- لاتزال مصر هي الأكثر تفاؤلاً بشأن مستقبل إقتصاد البلد في العام القادم.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
499	447	252	733	243	12	125	170	164	310	685	2413	69	843	7864	حجم العينة
الوضع المالي															
54	47	45	57	56	75	52	40	46	52	40	54	45	49	50	سوف يتحسن
16	8	10	13	18	8	14	10	19	15	14	9	16	10	11	سيبقى كما هو
8	4	12	6	5	0	5	4	10	5	11	4	12	3	6	سيصبح أسوأ
23	40	33	24	21	17	30	46	26	29	35	34	28	37	33	لا أعرف
إقتصاد البلد															
46	57	33	52	58	42	55	48	24	47	37	65	41	39	50	سوف يتحسن
22	7	7	17	14	25	22	15	28	17	22	9	20	21	15	سيبقى كما هو
15	11	33	17	15	8	8	9	29	15	22	11	23	15	15	سيصبح أسوأ
17	25	27	14	12	25	14	28	18	21	19	16	16	25	19	لا أعرف



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

- من المفهوم أن جميع الدول تتوقع ظروف عملية أفضل في العام القادم.
- لاتزال قطر تتوقع التحسن الأفضل في فرص العمل.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	7864	843	69	2413	685	310	164	170	125	12	243	733	252	447	499
<b>أوضاع العمل</b>															
سوف يتحسن	54	44	48	68	40	45	37	49	57	58	63	56	41	63	47
سيبقى كما هو	16	21	20	10	22	21	33	16	16	33	15	17	9	10	23
سيصبح أسوأ	11	10	17	7	18	14	16	6	5	0	7	13	25	8	15
لا أعرف	19	25	14	15	20	20	14	29	22	8	16	14	25	20	16
<b>فرص العمل</b>															
سوف يتحسن	38	23	39	53	26	31	16	31	40	42	57	40	35	39	35
سيبقى كما هو	24	33	23	19	27	25	40	27	25	33	16	24	17	25	22
سيصبح أسوأ	20	23	22	12	31	25	29	15	22	0	14	24	22	14	29
لا أعرف	17	21	16	15	16	18	15	27	14	25	14	12	26	22	14

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؟

■ تسجيل مستويات رضا معتدلة إلى منخفضة عن فرص التطور في العمل في مهنتهم الحالية. المستطلعين في السعودية (26%) هم الأكثر رضاً عن النمو الوظيفي.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6365	665	52	2051	524	277	142	457	109	19	218	634	219	308	436
التطلعات/ فرص التطور															
مرتفعة	16	20	9	15	12	12	14	14	19	44	17	19	14	18	16
متوسطة	34	27	47	39	30	43	35	24	41	33	32	33	28	29	43
منخفضة	39	38	30	37	43	41	42	41	29	11	44	41	49	30	35
لا أعرف	11	15	13	9	15	4	10	22	12	11	8	7	9	23	6
النموّ الوظيفي															
مرتفعة	21	23	11	23	15	21	22	22	23	44	21	26	16	23	17
متوسطة	32	23	40	36	26	41	31	22	34	33	35	36	25	25	41
منخفضة	39	42	42	35	51	34	42	39	32	11	35	34	53	34	39
لا أعرف	8	12	8	6	7	4	5	17	10	11	9	5	6	18	3

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)؟

- المستطلعون في سوريا والسعودية يزعمون أن لديهم نسبة رضا عالية عن الأمان الوظيفي.
- 80% من إجمالي المستطلعين يسجلون نسبة متوسطة إلى منخفضة من الرضا عن الراتب و البدلات الحالية.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6365	665	52	2051	524	277	142	457	109	19	218	634	219	308	436
<b>الأمان الوظيفي</b>															
مرتفع	28	31	21	28	25	22	30	27	31	22	30	33	38	29	24
متوسط	32	22	38	36	29	44	36	22	34	44	32	30	25	23	40
منخفض	30	28	30	28	36	29	27	32	23	22	30	31	31	27	30
لا أعرف	10	19	11	8	10	5	7	19	11	11	8	5	7	20	6
<b>الراتب و البدلات</b>															
مرتفع	9	9	13	8	5	7	7	9	12	44	6	14	5	7	10
متوسط	30	19	34	37	22	43	32	19	31	33	34	31	28	23	36
منخفض	50	57	43	46	61	45	48	51	42	22	52	49	61	50	48
لا أعرف	11	15	9	10	12	5	13	21	16	0	8	7	6	20	6

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

- فقط 26% من المستطلعين يفكرون بشراء سيارة جديدة خلال العام القادم. المستطلعون في قطر يظهرون الاحتمال الأكبر للشراء.
- من بين الذين يخططون لشراء سيارة، 51% يزعمون شراء سيارة جديدة.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	7864	843	69	2413	685	310	164	170	125	12	243	733	252	447	499
<b>السيارة</b>															
نعم	26	33	23	22	26	34	22	24	34	75	35	34	16	19	33
لا	56	49	64	59	57	52	59	55	48	8	50	52	68	62	54
لا أعرف	18	18	13	19	18	14	19	22	18	17	15	14	16	19	13
<b>نوع السيارة</b>															
حجم عينة الذين ينوون الشراء	2066	277	16	541	176	106	36	168	42	9	84	249	40	83	166
جديدة	51	58	63	55	30	42	56	43	33	33	48	55	50	58	52
مستعملة	43	34	31	40	65	51	36	46	62	56	49	42	45	40	42
لا أعرف	6	8	6	5	5	7	8	11	5	11	4	3	5	2	6

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

- 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 (66%).

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	7864	843	69	2413	685	310	164	170	125	12	243	733	252	447	499
<b>العقارات</b>															
نعم	20	26	14	19	13	24	18	19	29	50	29	26	15	9	18
لا	62	55	71	63	70	60	62	58	52	25	58	56	69	72	66
لا أعرف	18	19	14	18	17	17	20	23	19	25	13	17	15	19	15
<b>نوع العقار</b>															
حجم عينة الذين ينوون الشراء	1543	221	10	454	87	73	30	133	36	6	70	193	39	41	91
جديد	66	57	90	71	55	70	57	65	56	67	71	66	64	63	73
قديم	24	29	0	21	29	21	27	24	31	33	20	22	28	27	21
لا أعرف	10	14	10	8	16	10	17	11	14	0	9	12	8	10	7

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

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

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	باكستان	عمان	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
499	447	252	733	243	12	125	710	164	310	685	2413	69	843	7864	حجم العينة
29	27	29	27	28	42	28	31	24	24	24	28	22	33	28	جهاز كمبيوتر مكتبي/ محمول
20	16	14	23	22	42	19	20	18	18	16	14	25	24	18	أثاث
15	13	10	13	14	33	17	11	11	11	9	10	7	14	11	أو بلازما LCD تلفزيون
17	12	11	23	21	58	24	17	12	17	18	15	17	19	17	مكيف هواء
8	6	5	12	11	33	9	13	4	7	9	5	6	15	9	كاميرا رقمية
7	10	10	15	12	42	14	7	9	8	13	15	12	17	13	ثلاجة
10	10	6	13	9	25	6	13	3	9	9	6	9	14	9	غسالة ملابس
4	3	4	5	7	17	6	7	3	5	4	2	1	7	4	مكنسة كهربائية
4	3	4	9	9	25	6	4	2	7	7	4	3	4	5	نظام المسرح المنزلي
2	3	2	4	5	0	2	6	0	2	3	2	0	10	4	أدوات طبخ
8	2	5	7	9	8	9	3	2	6	3	2	7	4	4	تلفزيون ملون عادي
6	4	4	5	6	25	8	5	4	6	4	2	6	9	4	VCD أو DVD مشغل أو مسجل
3	2	2	6	5	25	6	5	2	4	2	2	4	6	4	نشتافة ملابس
2	2	2	2	4	8	4	3	1	2	2	1	1	3	2	كاميرا فيديو عادية أو رقمية
2	2	1	1	2	0	2	3	1	1	2	1	1	3	2	مسجل أو مشغل فيديو

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؟

- فقط ما يقارب ربع المستطلعين (24%) متفائلين بشأن زيادة عدد الموظفين في الشركات.
- جميع الجنسيات حيادية بشأن قدرتها على الإبقاء على متطلبات التوظيف.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6365	665	52	2051	524	277	142	457	109	19	218	634	219	308	436
عدد الموظفين															
متفائل	22	31	21	20	20	18	15	25	31	22	28	30	15	23	21
حيادي	32	24	32	37	30	39	36	20	34	56	33	34	31	25	36
متشائم	24	19	26	24	30	22	29	21	14	11	23	21	34	22	26
لا أعرف	21	26	21	20	20	21	20	33	21	11	16	14	20	30	17
متطلبات التوظيف															
متفائل	19	22	15	18	19	18	14	20	23	22	21	20	16	19	18
حيادي	34	26	32	38	32	42	39	26	34	56	36	34	28	29	38
متشائم	25	26	36	23	30	19	27	21	20	11	25	30	37	20	28
لا أعرف	22	26	17	22	19	21	20	34	22	11	19	16	19	32	16

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

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

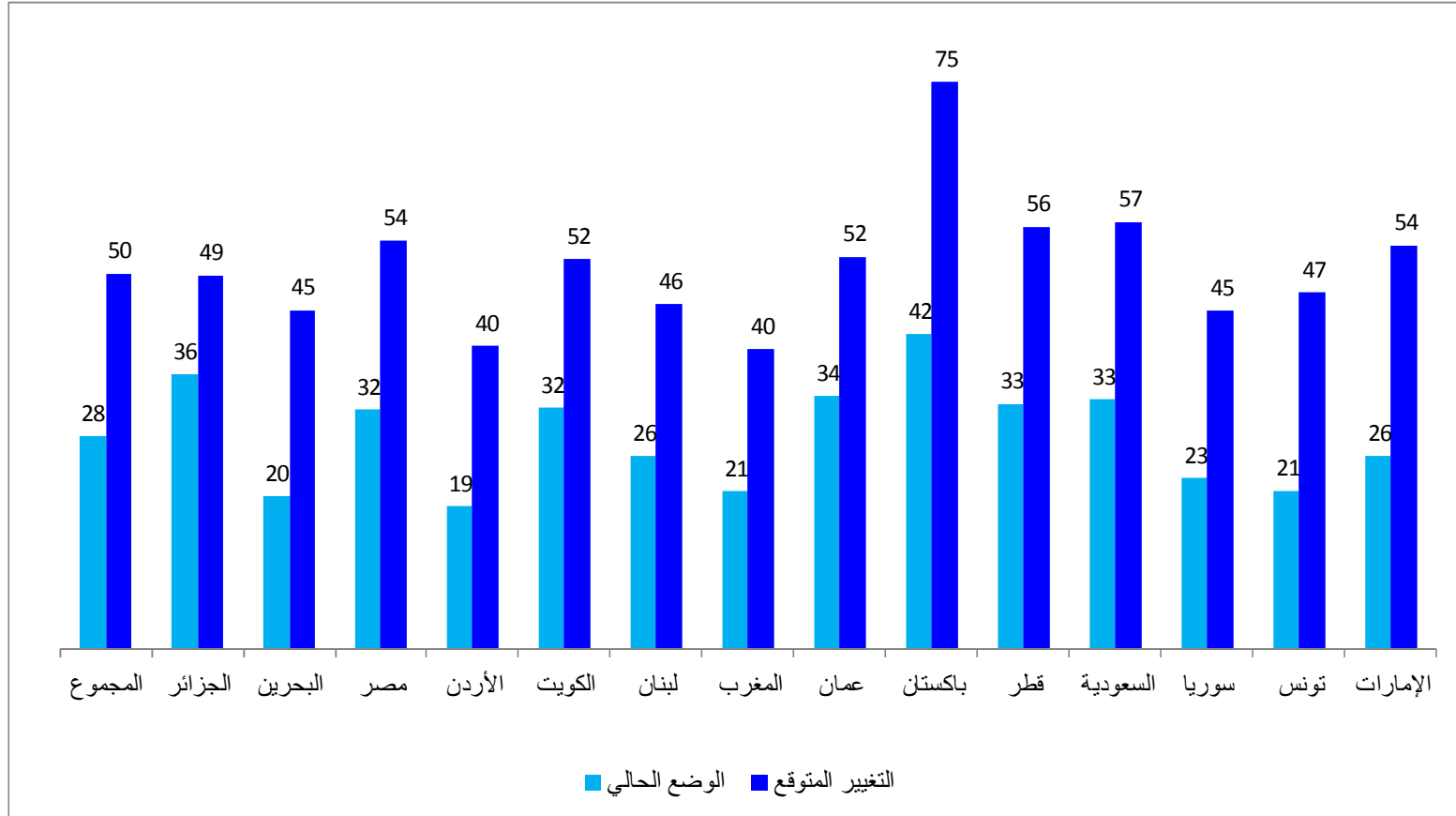
المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	عمان	باكستان	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	6365	665	52	2051	524	277	142	457	109	19	218	634	219	308	436
التضخم/ ارتفاع تكاليف المعيشة															
إيجابي	18	14	28	19	15	19	15	18	18	0	20	18	12	17	22
محايد	20	15	19	23	18	22	24	12	32	44	25	21	16	15	27
سلبي	36	32	26	33	44	29	42	33	27	44	34	41	45	36	31
لا أعرف	13	17	11	13	13	18	10	19	16	0	12	9	10	18	8
لا تأثير	13	21	15	12	10	11	9	18	7	11	9	11	17	15	12
سعر العقارات (إيجار أو شراء)															
إيجابي	15	11	26	15	11	17	16	16	14	0	21	16	9	14	17
محايد	20	14	23	23	18	21	23	12	25	44	29	22	15	15	30
سلبي	33	34	21	29	41	31	38	31	36	44	30	40	38	33	32
لا أعرف	13	17	13	12	12	15	11	21	15	0	13	9	11	19	8
لا تأثير	18	23	17	21	18	16	12	19	10	11	7	14	26	19	13



## الملحق

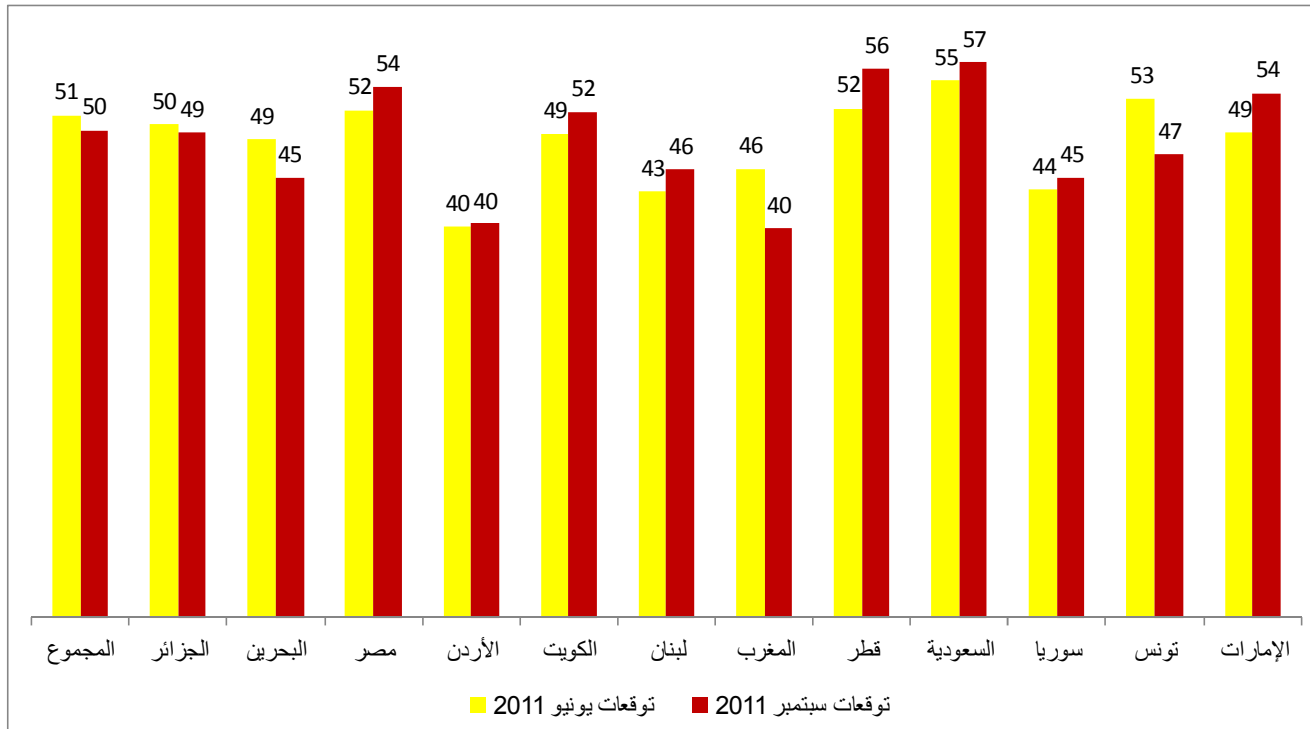
## حسب بلد الإقامة

كما هو الوضع دائماً فإن المستطلعين في جميع الدول متفائلين بشأن التغيير في وضعهم المادي في المستقبل.



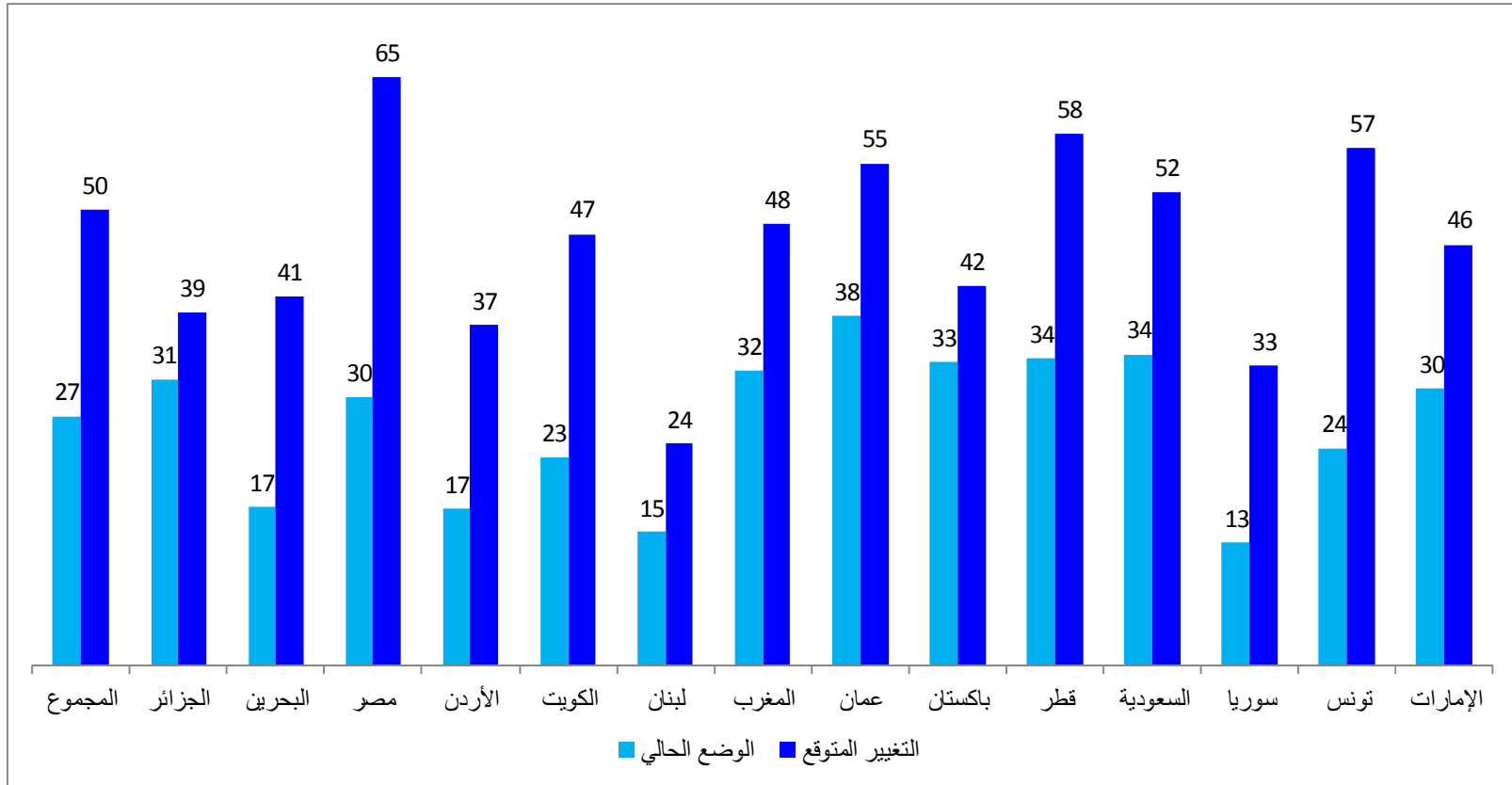
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

معظم الدول لديها نظرة أكثر إيجابية للمستقبل بالمقارنة مع الدورة السابقة.

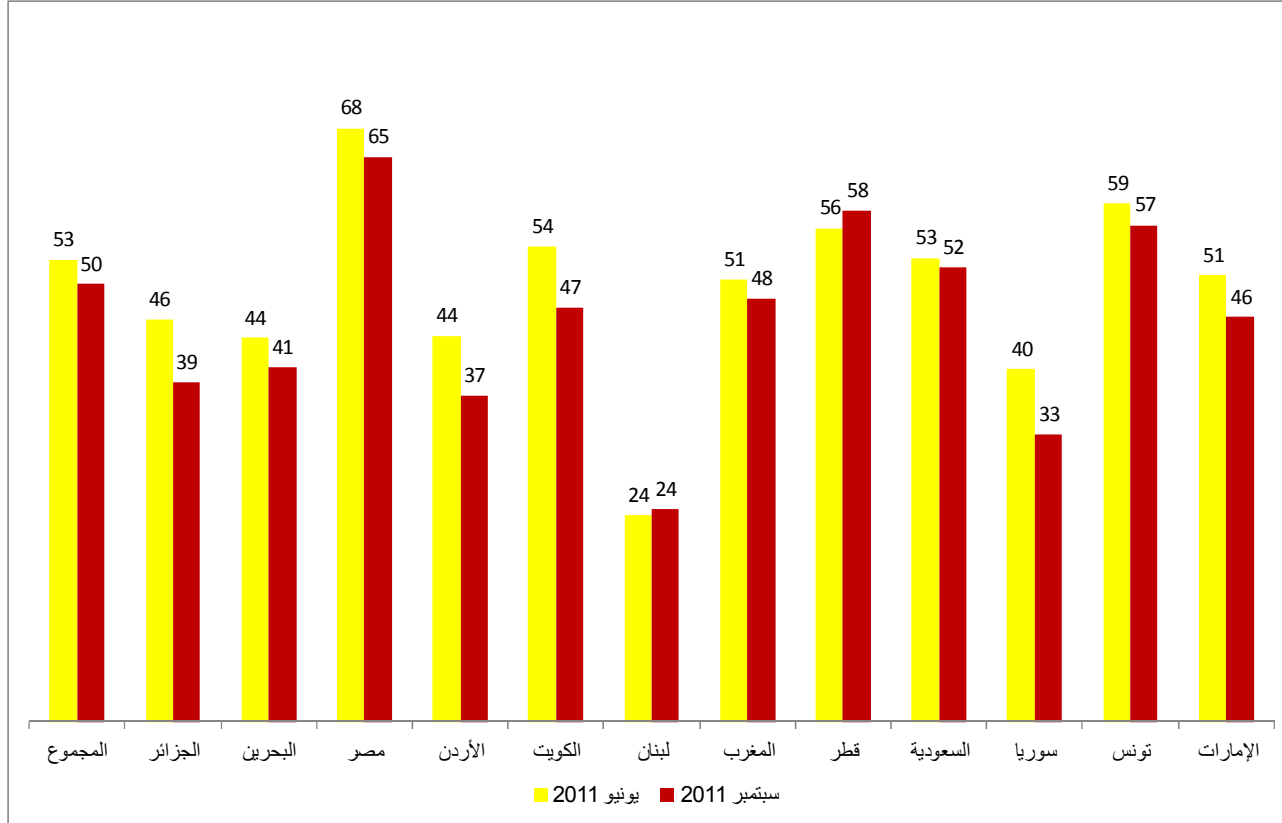


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

توقعات العام المقبل متفائلة في كل الدول وبالأخص في مصر وتونس.

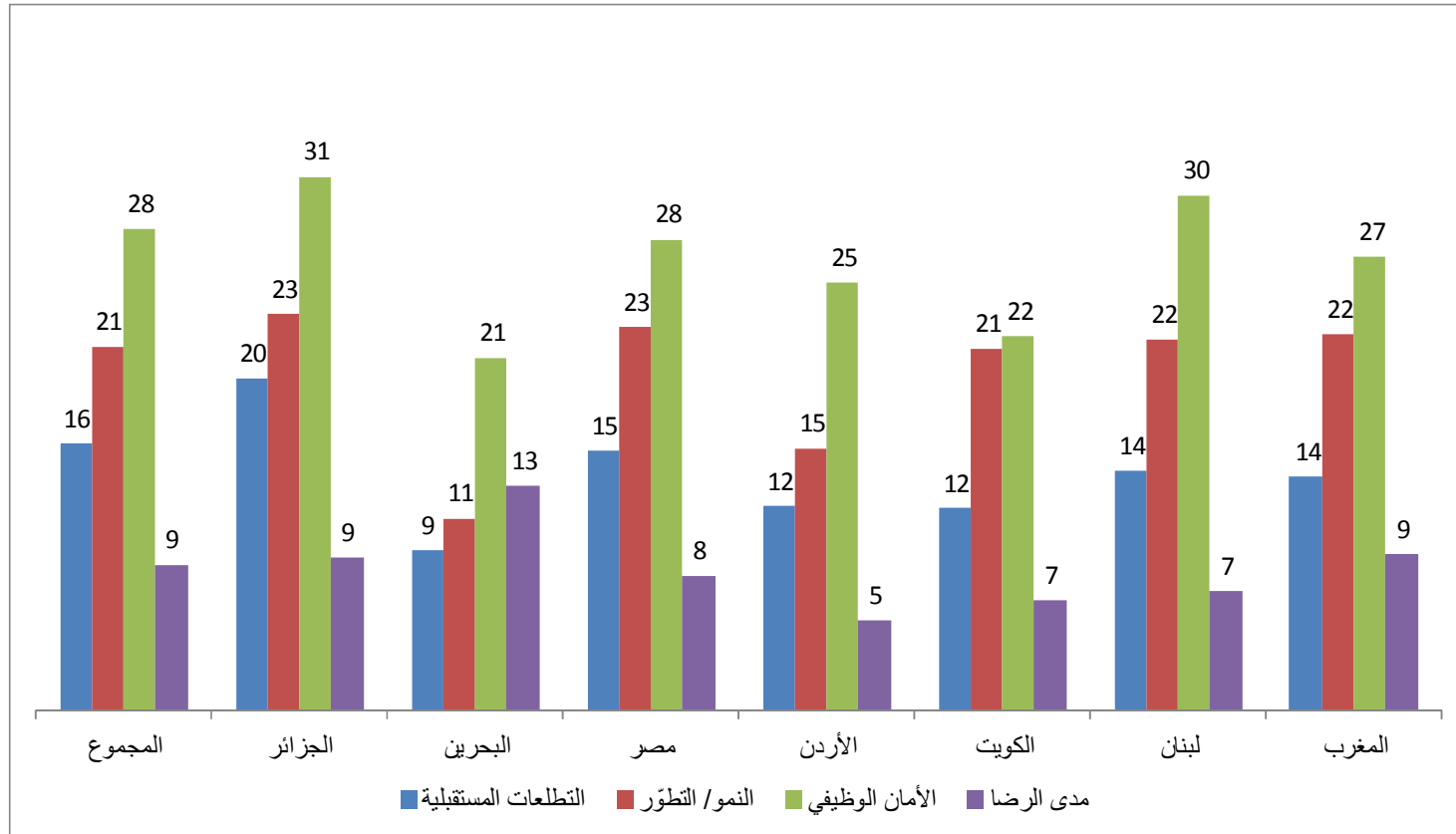


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

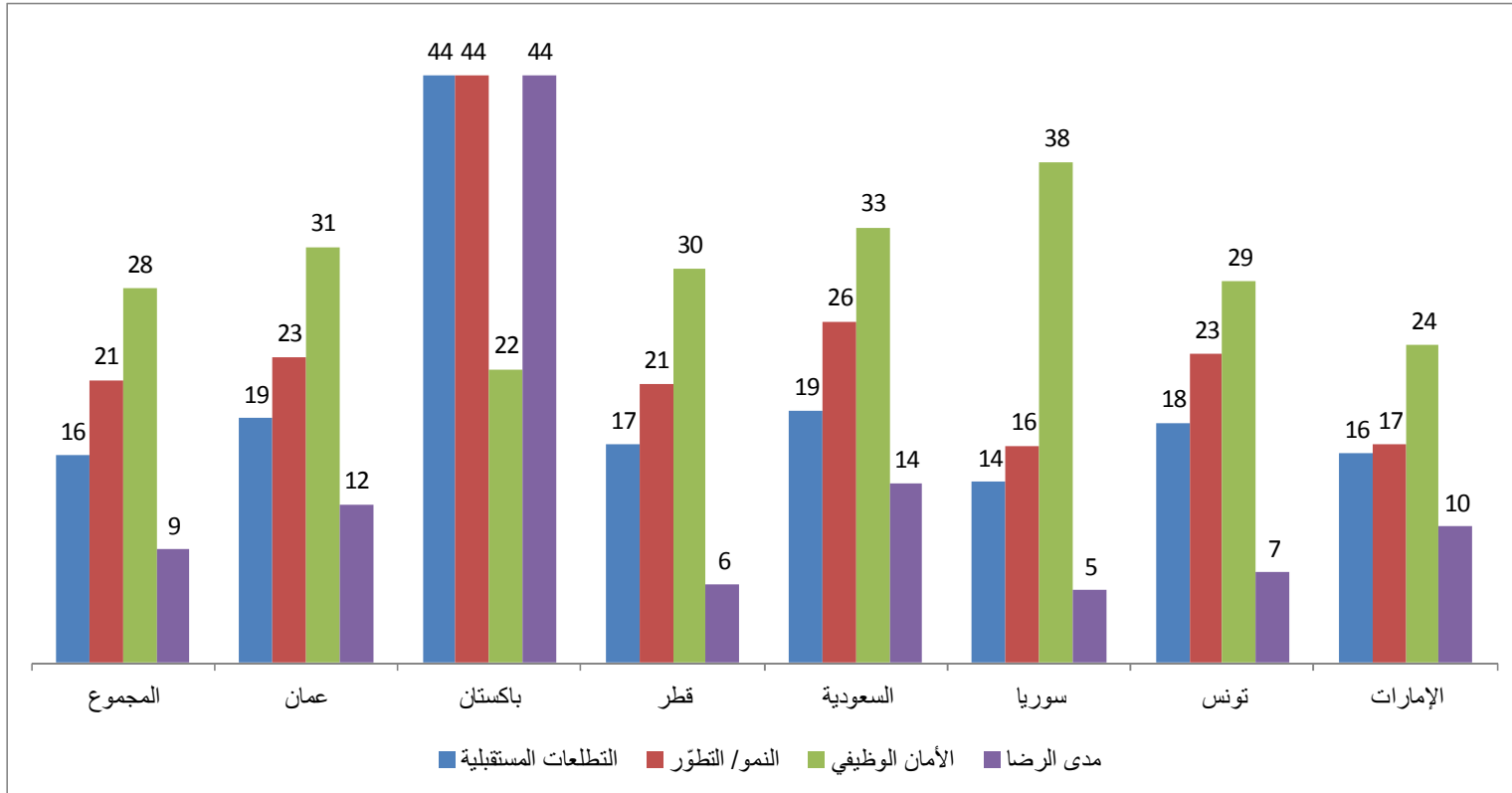


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

■ يستمر الشعور بعدم الرضا عن المكافآت الحالية في المنطقة.

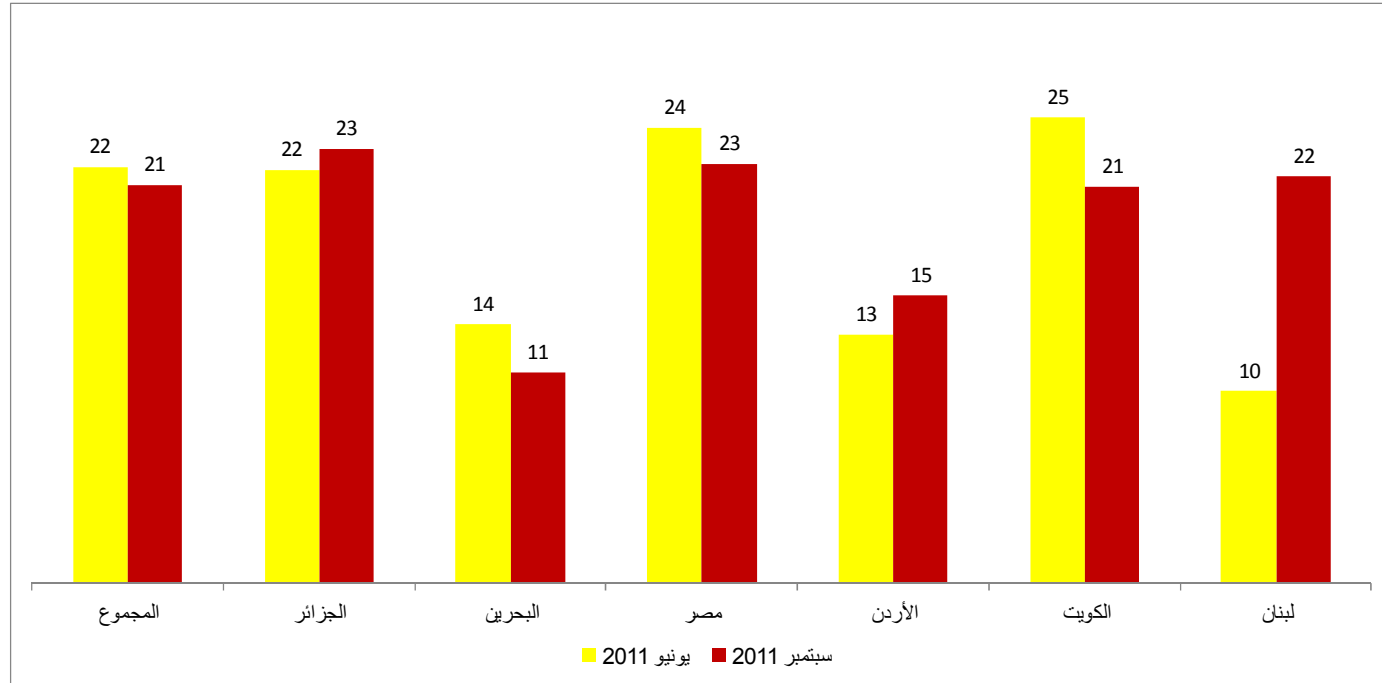


الأساس: عدد العاملين= 6,365

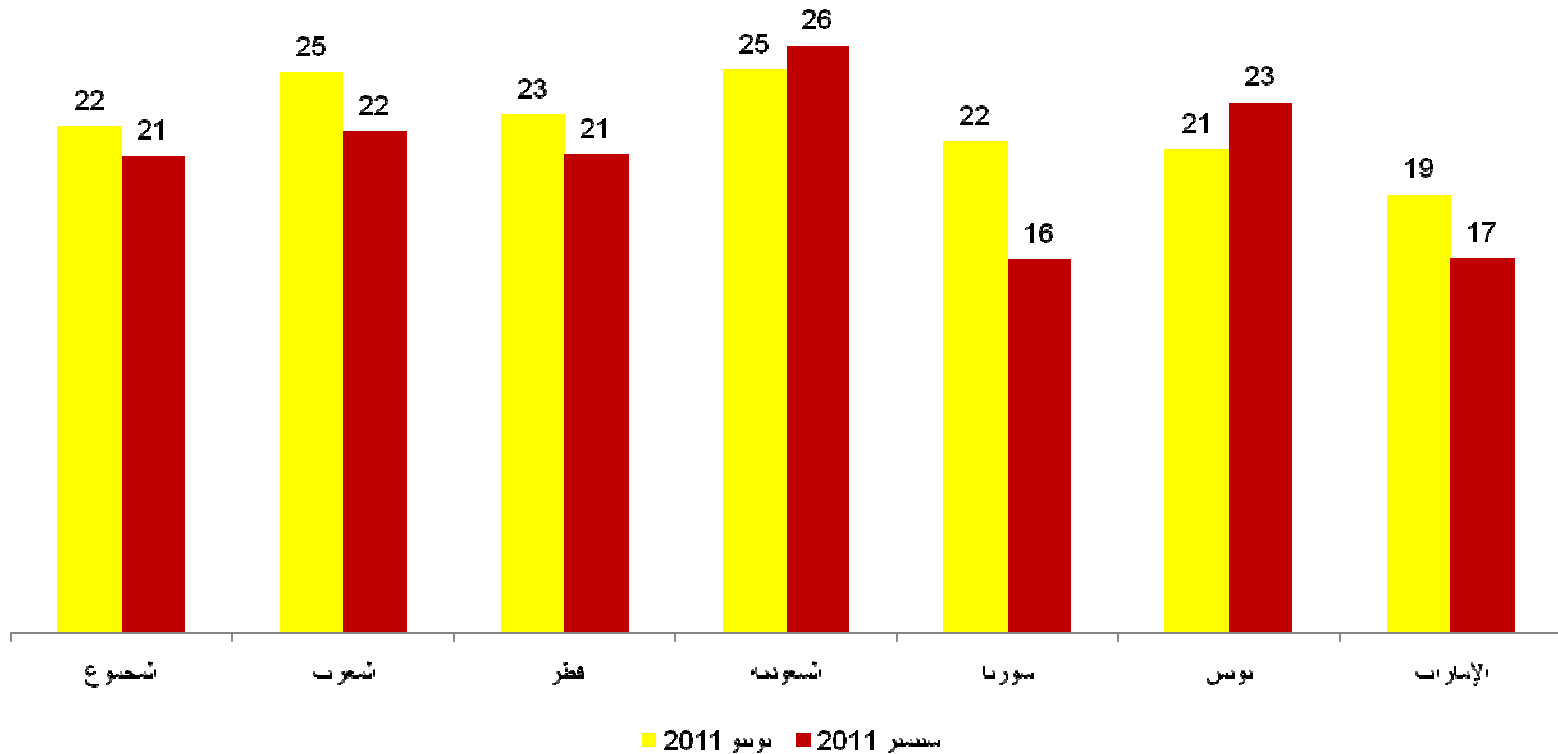


الأساس: عدد العاملين= 6,365





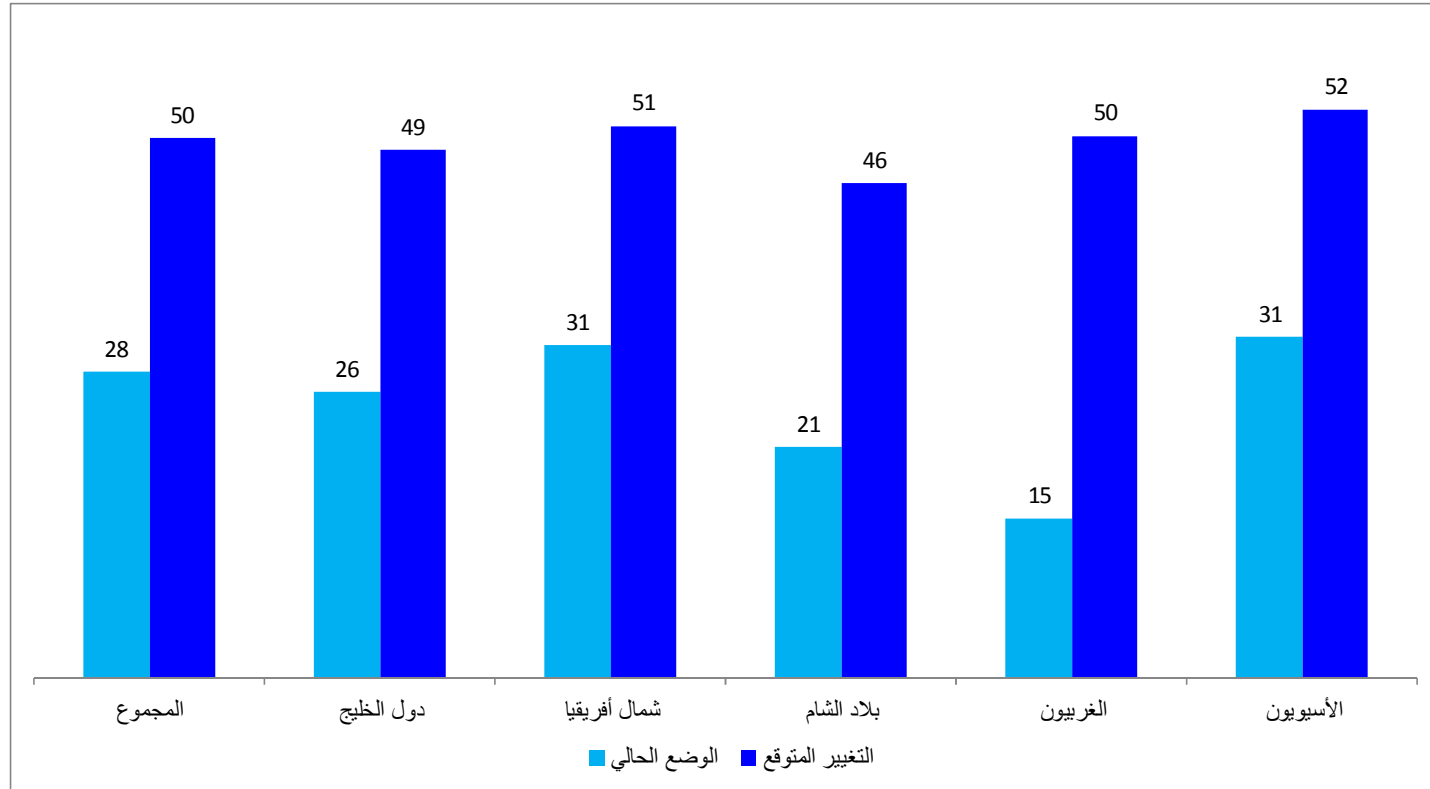
الأساس: عدد العاملين: يونيو 2011 = 5,925 وسبتمبر 2011 = 6,365



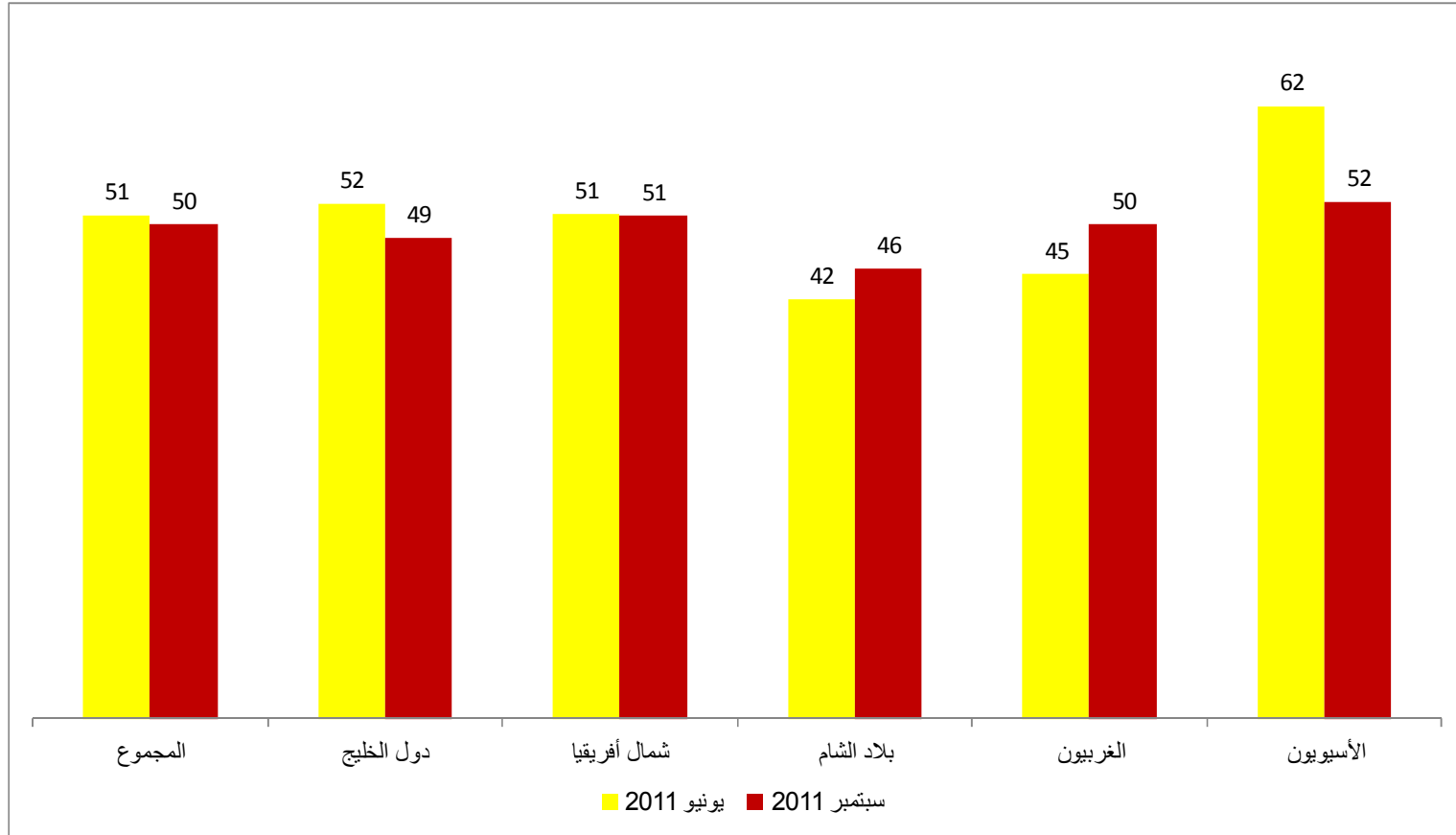
الأساس: عدد العاملين: يونيو 2011 = 5,925 وسبتمبر 2011 = 6,365

## حسب الجنسية

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

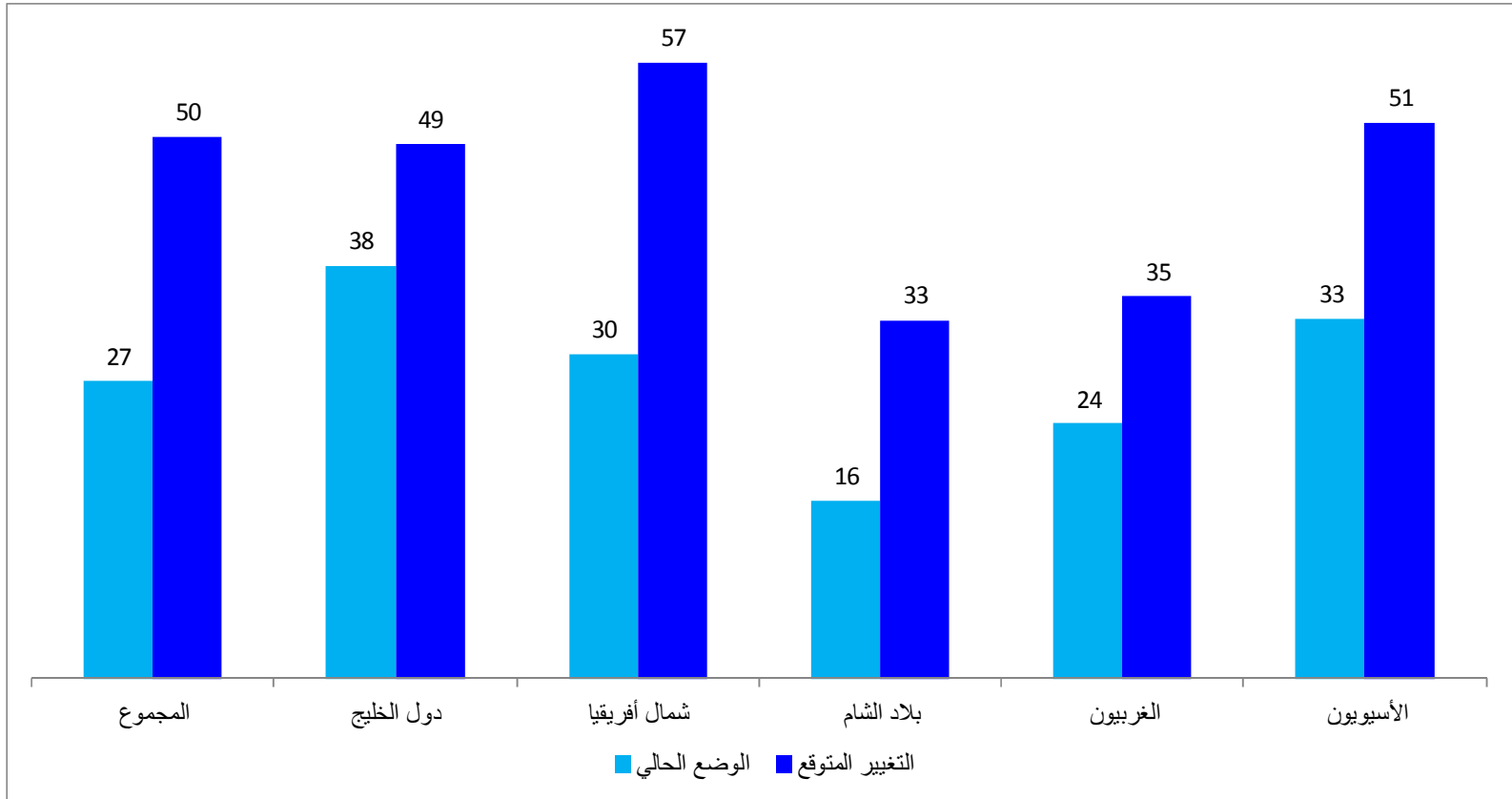


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864



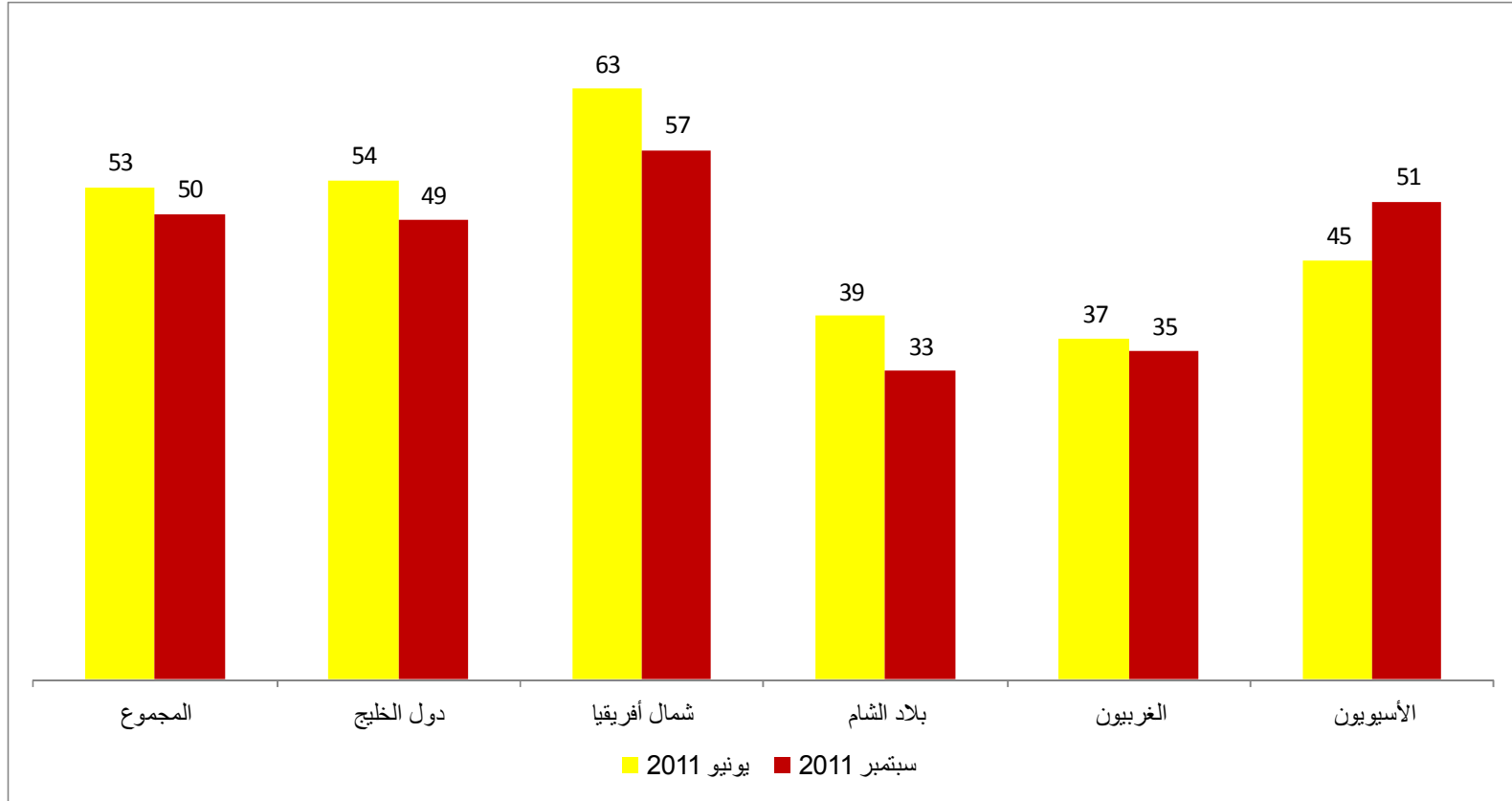
الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

■ الآسيويين هم الأكثر تفاؤلاً بشأن المستقبل الاقتصادي لبلدهم.



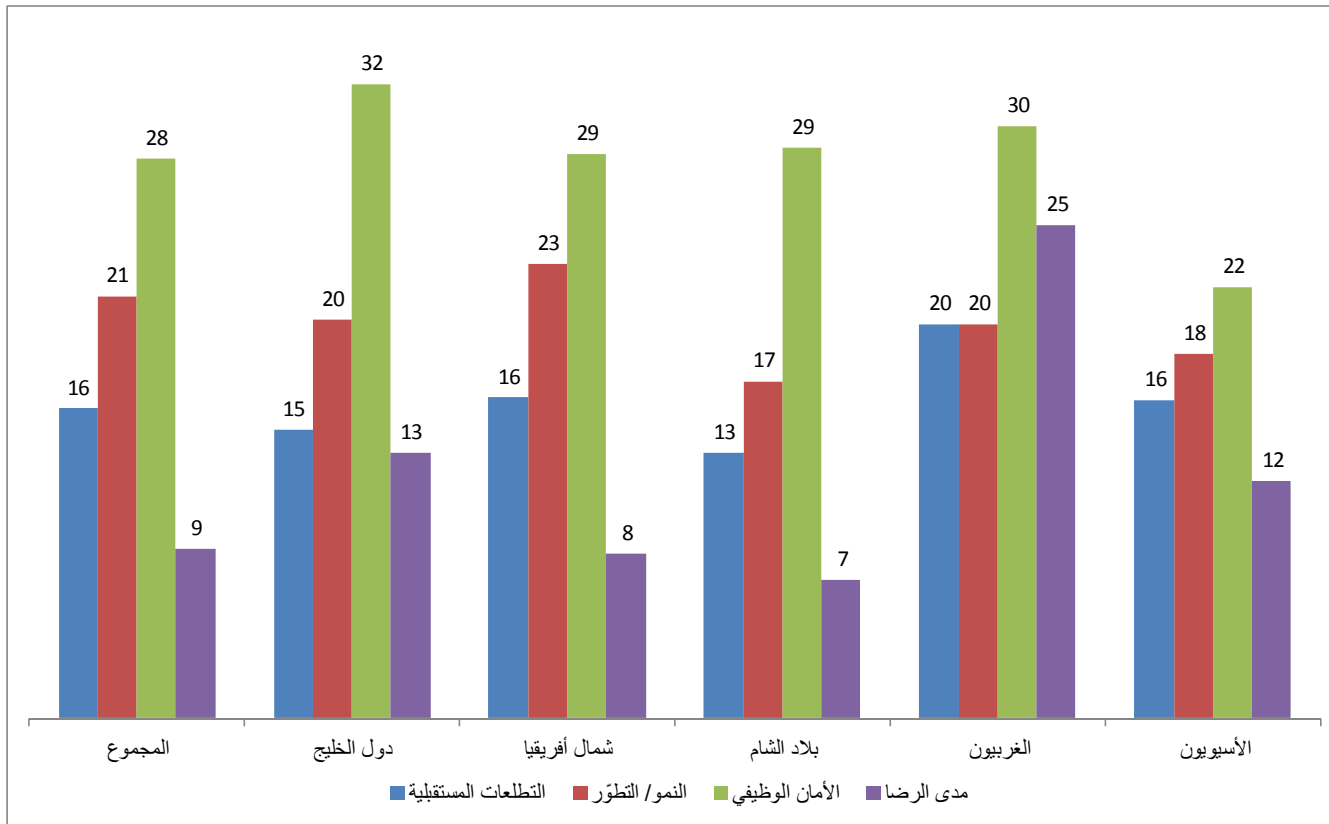
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

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



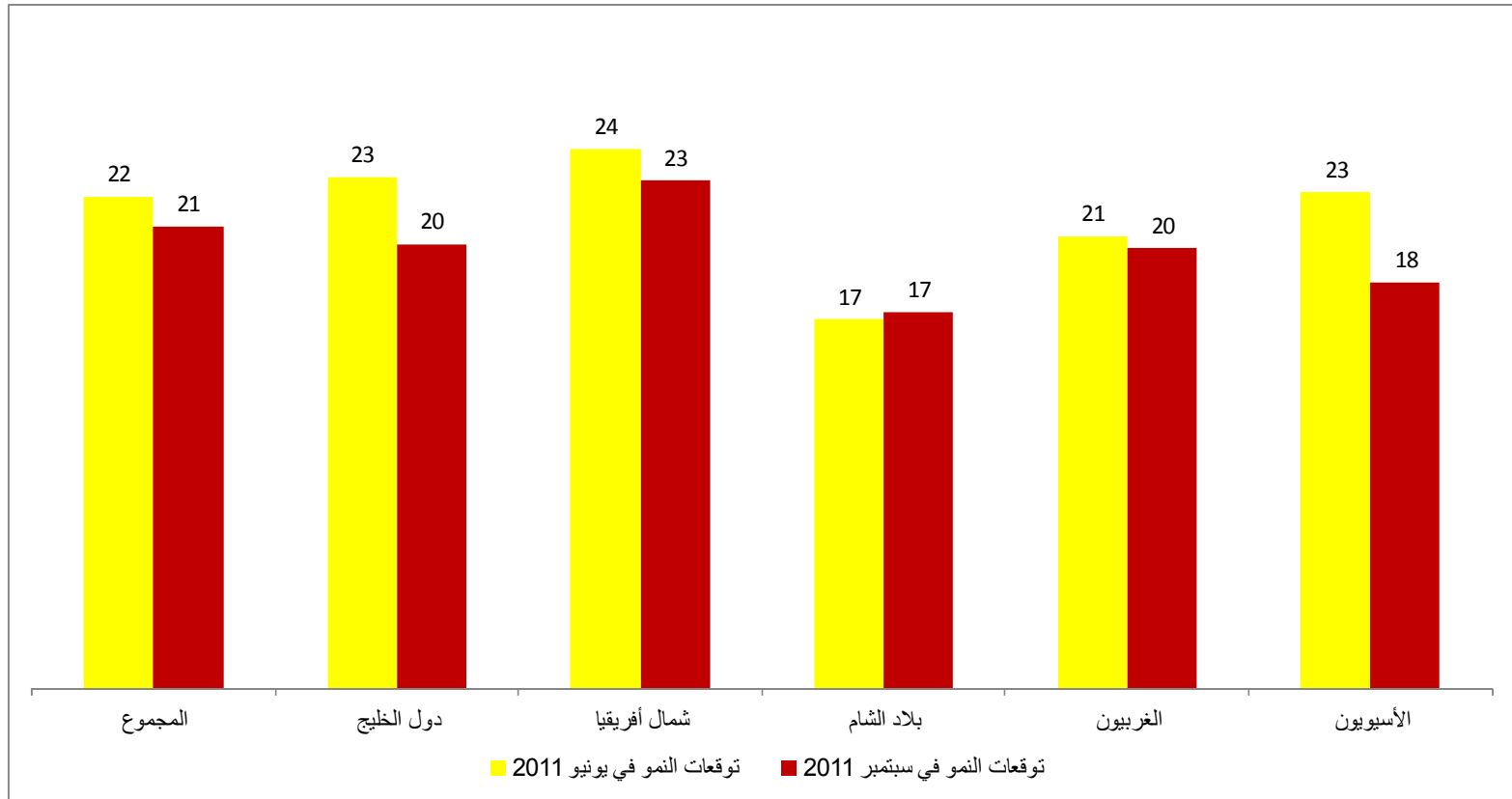
الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

الخليجيون يتابعون تسجيل أعلى نسبة من الأمن الوظيفي.



الأساس: عدد العاملين = 6,365

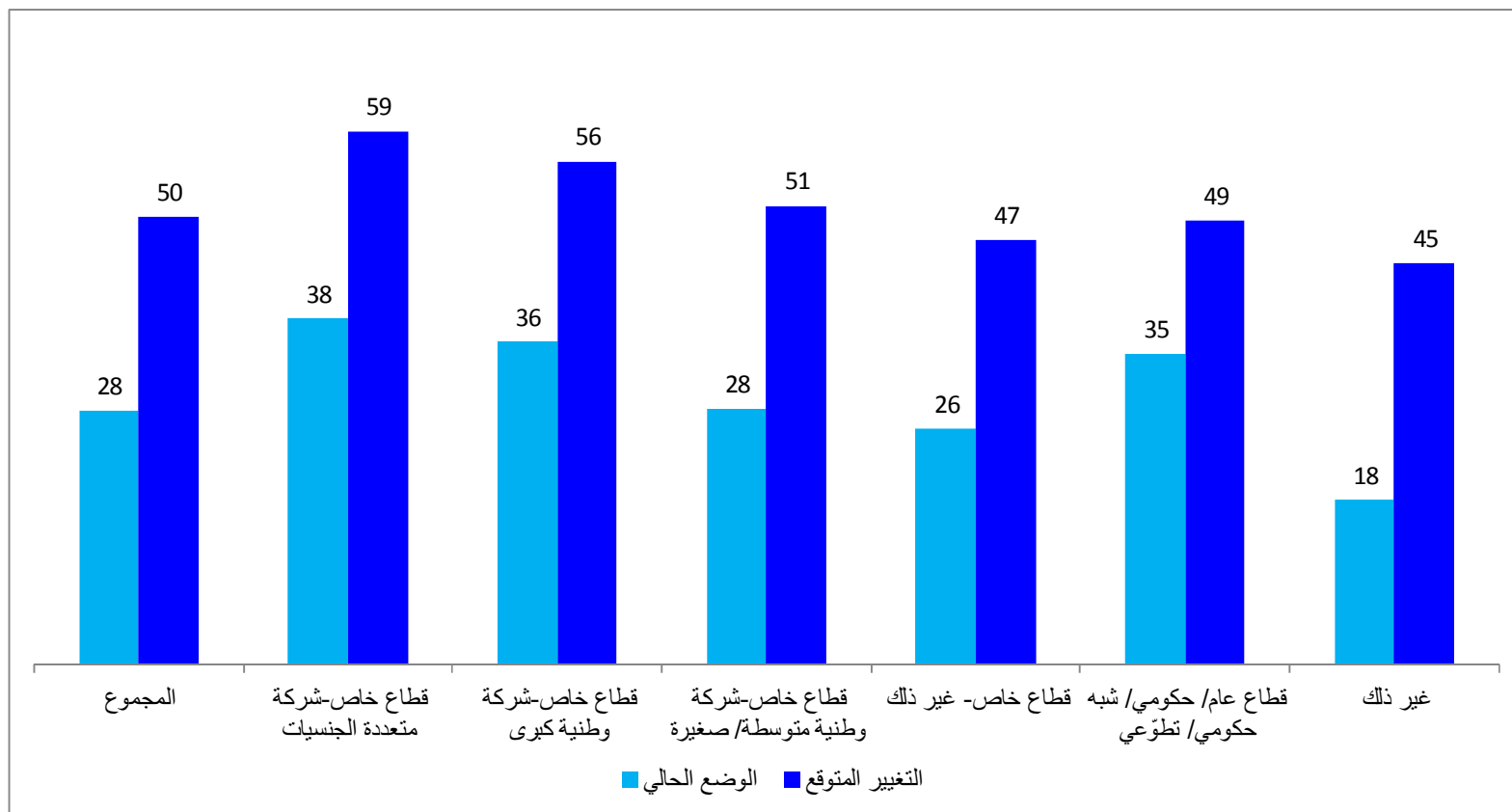




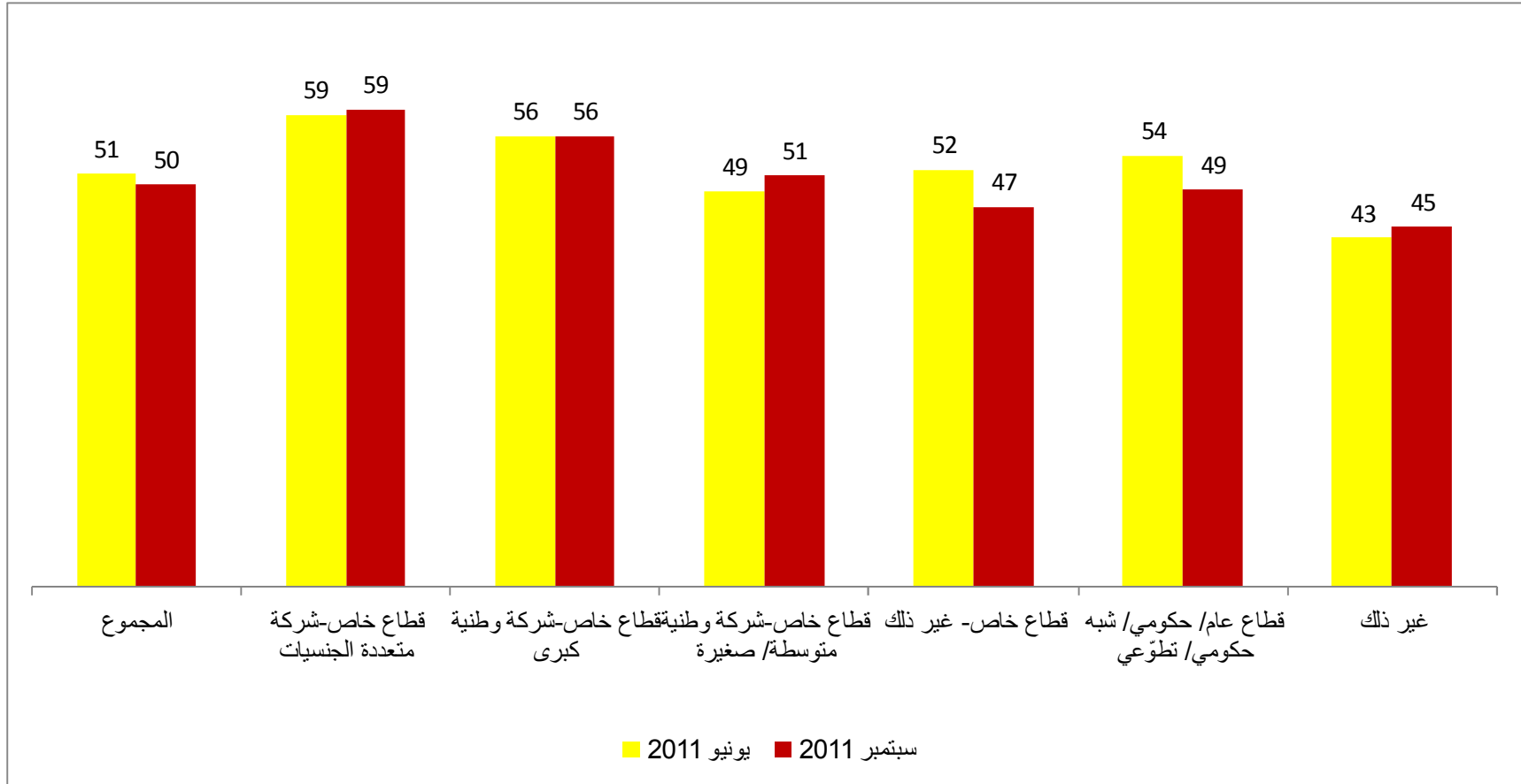
الأساس: عدد العاملين: يونيو 2011 = 5,925 وسبتمبر 2011 = 6,365

# حسب قطاع العمل

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

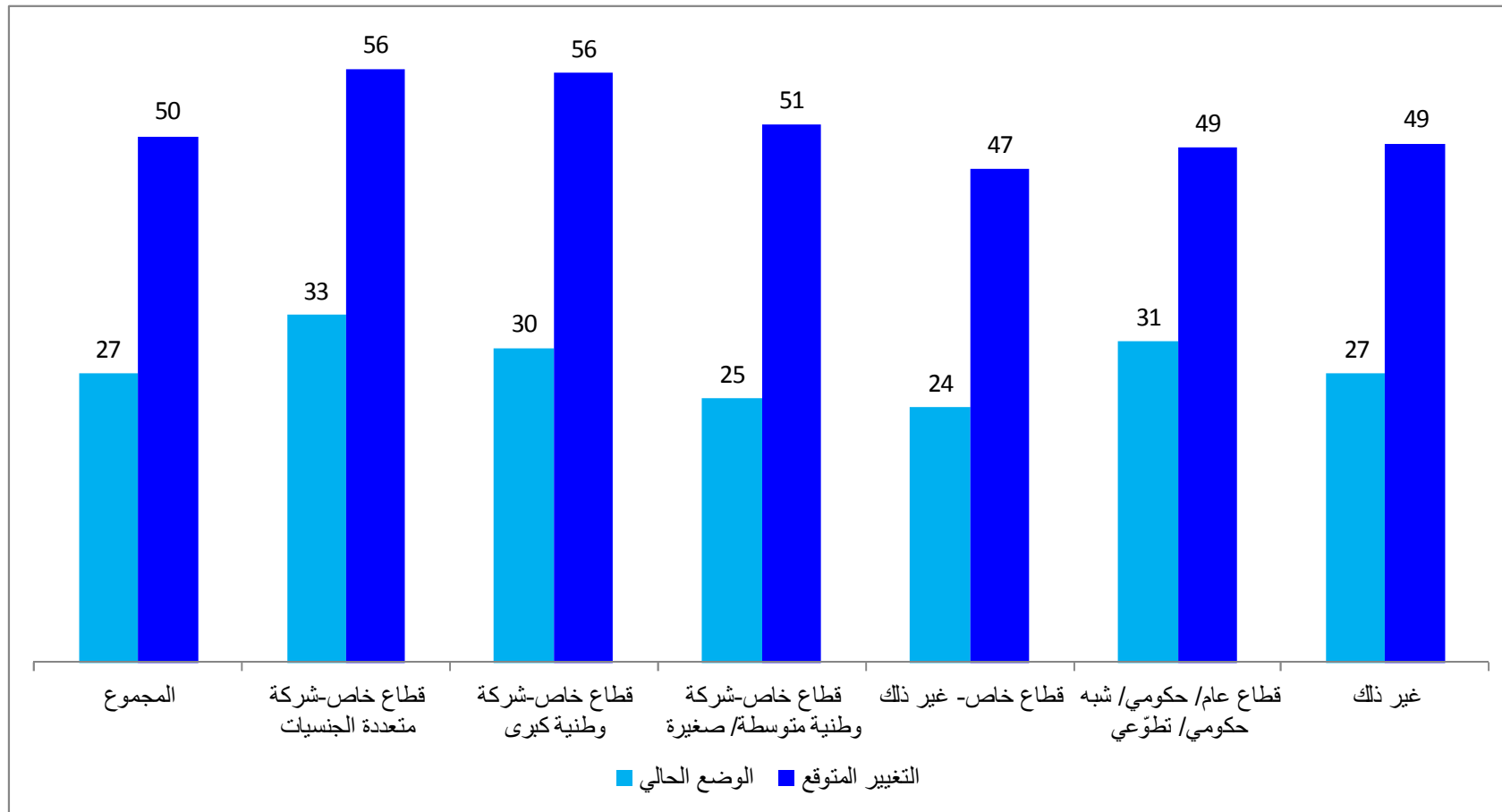


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

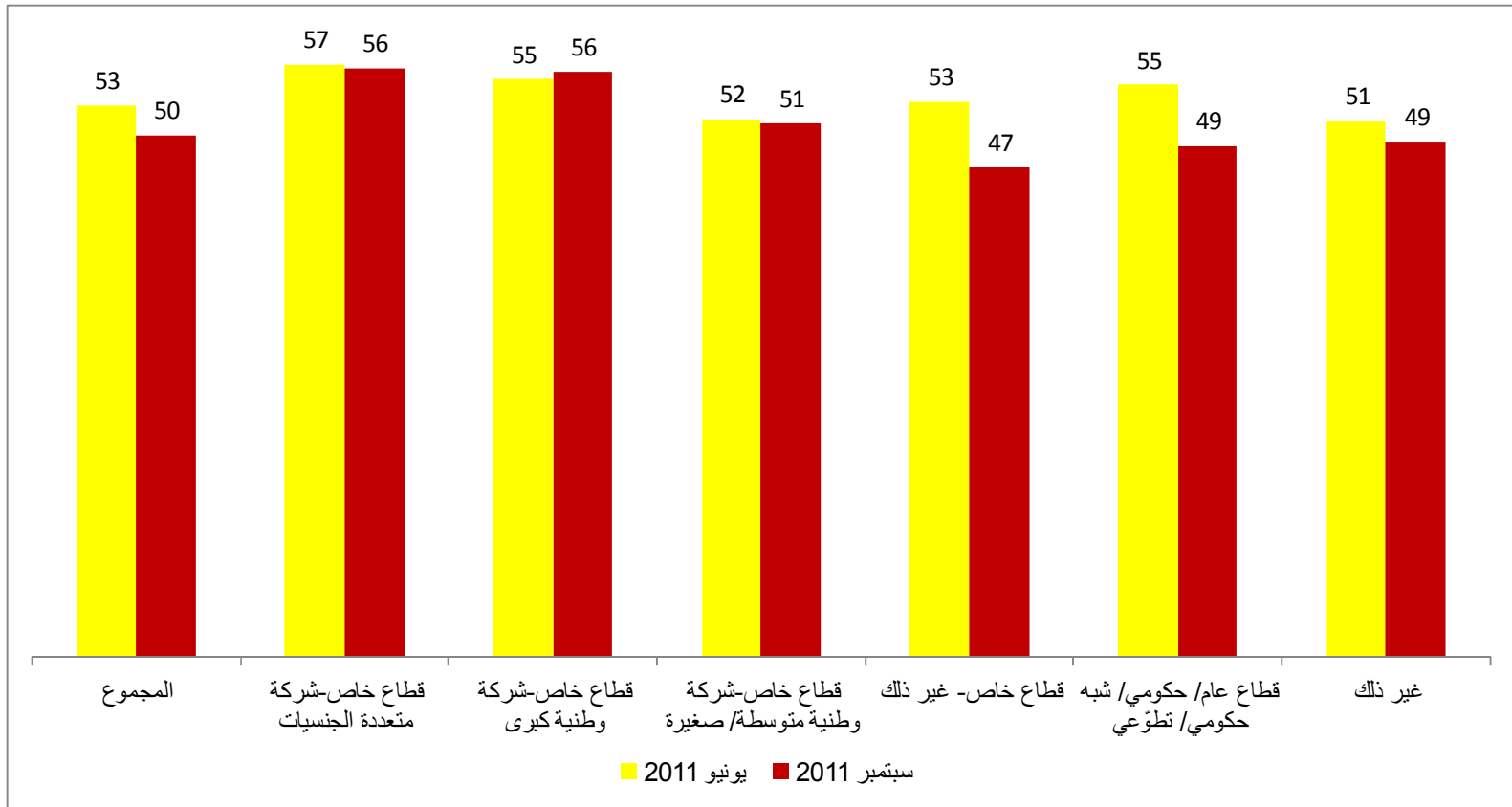


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

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

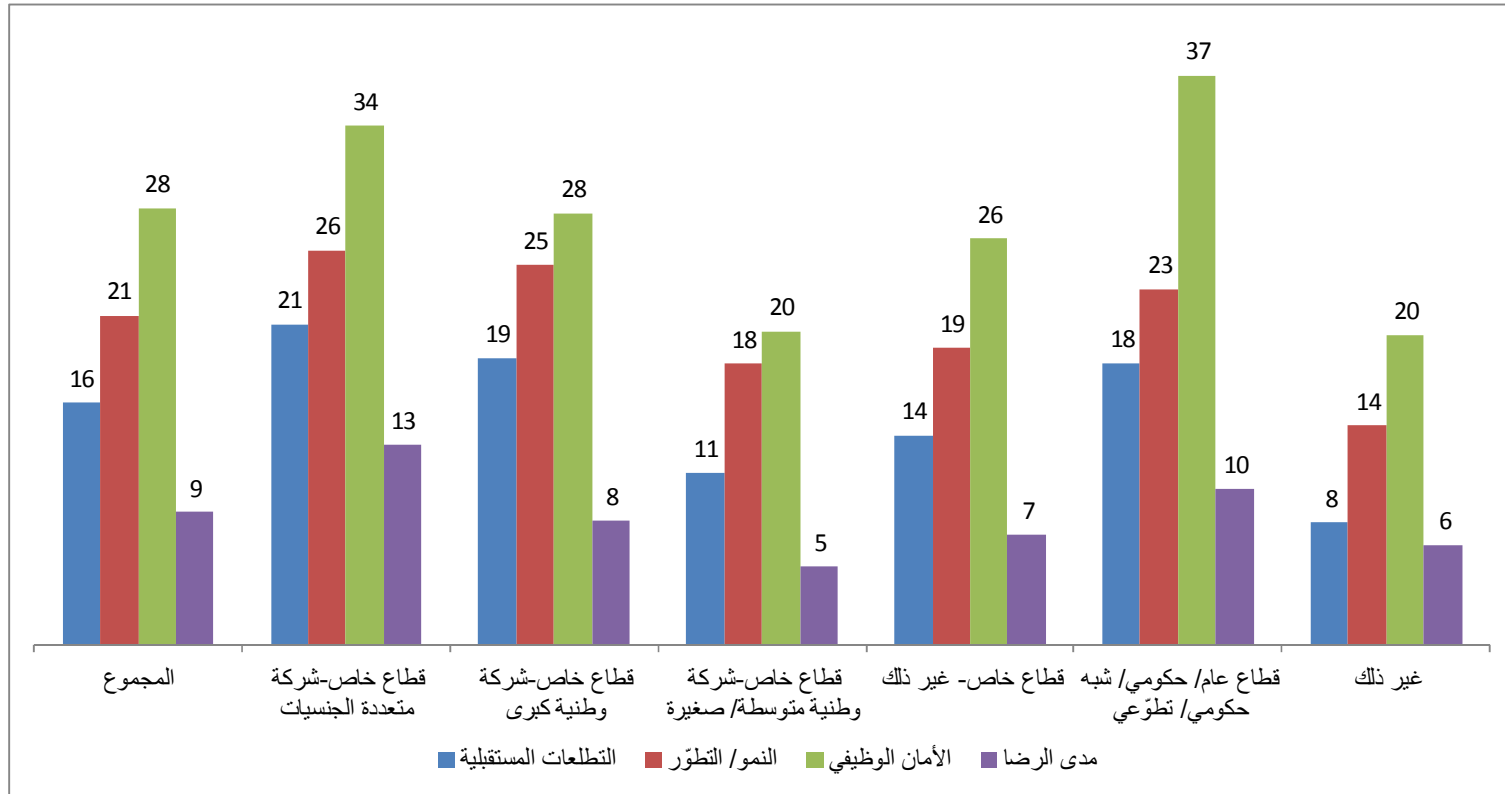


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

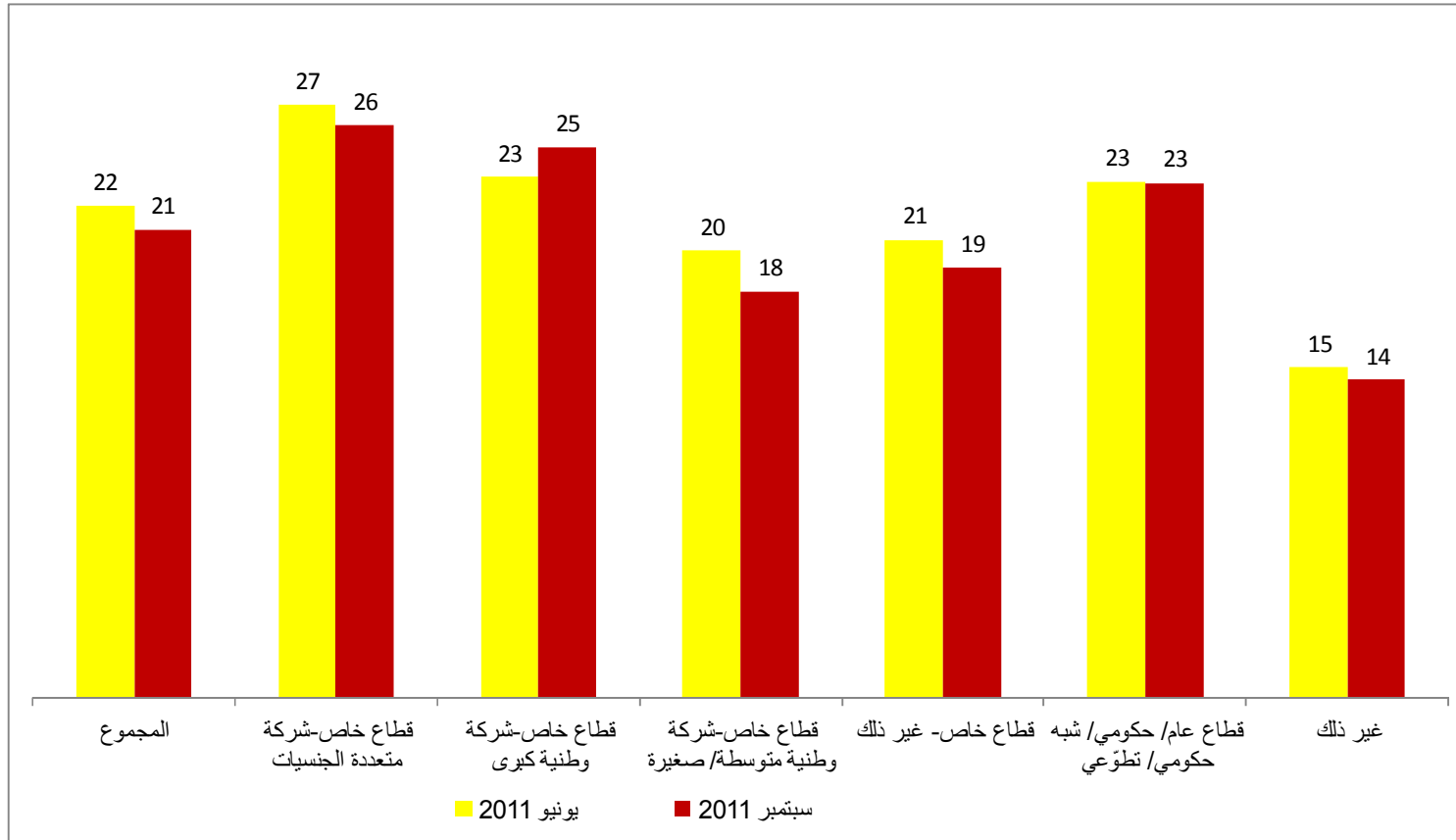


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

■ الأمان الوظيفي هو الأعلى في القطاعات: العام/ شبه الحكومي/ التطوعي.



الأساس: عدد العاملين= 6,365

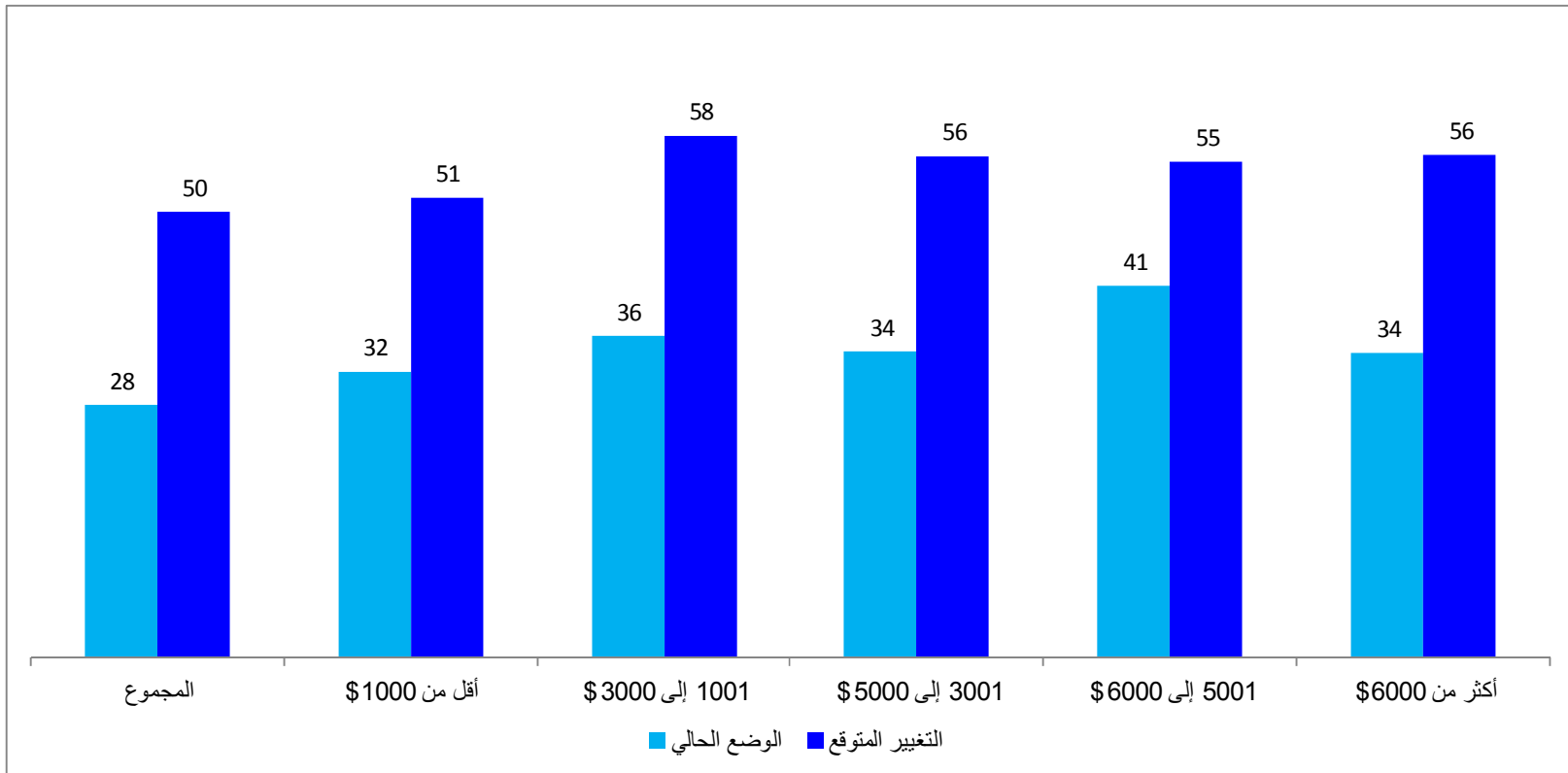


الأساس: عدد العاملين: يونيو 2011 = 5,925 وسبتمبر 2011 = 6,365

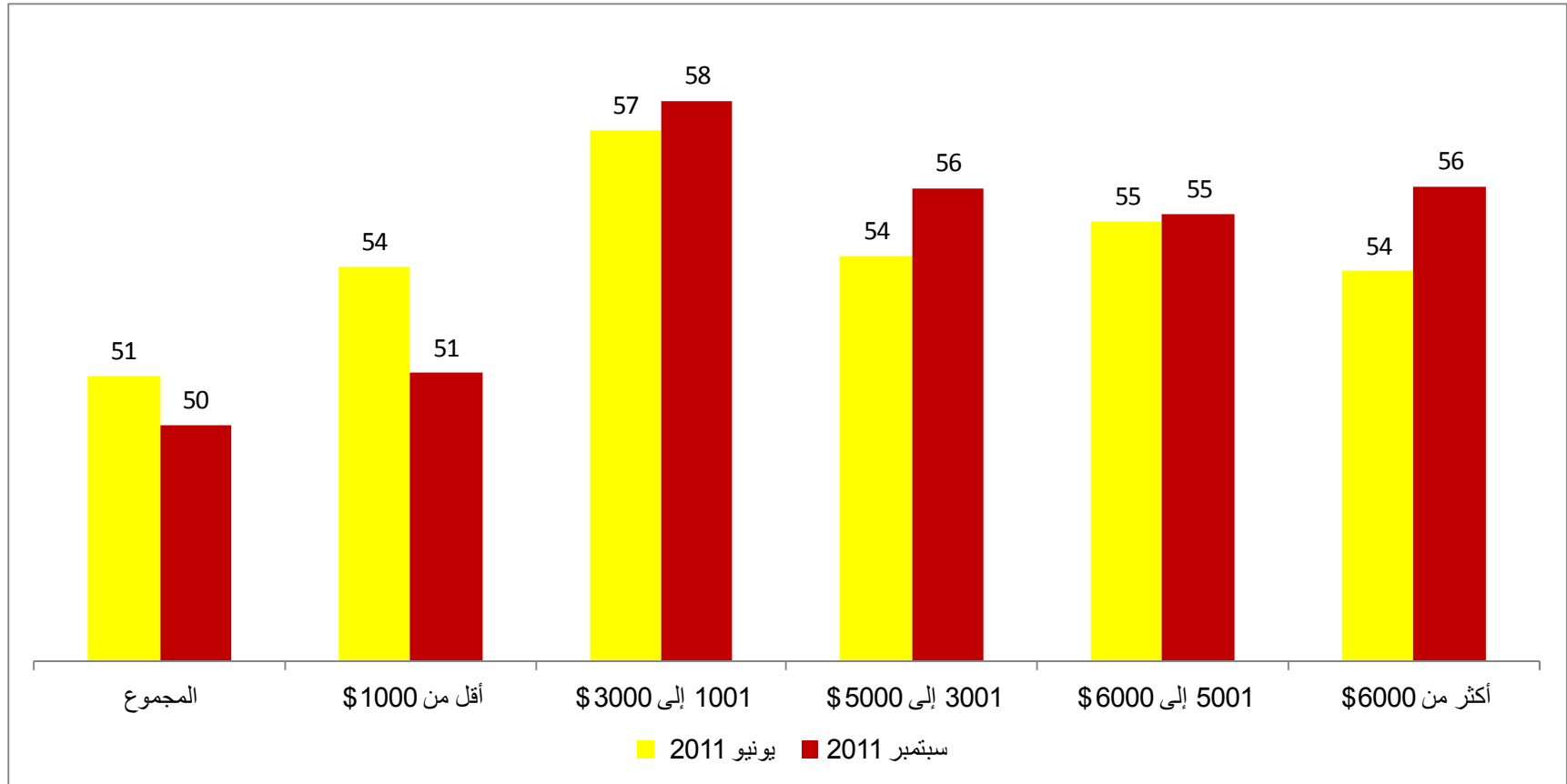


## حسب الدخل

التوقعات إيجابية بشأن المستقبل القريب في جميع مستويات الدخل.

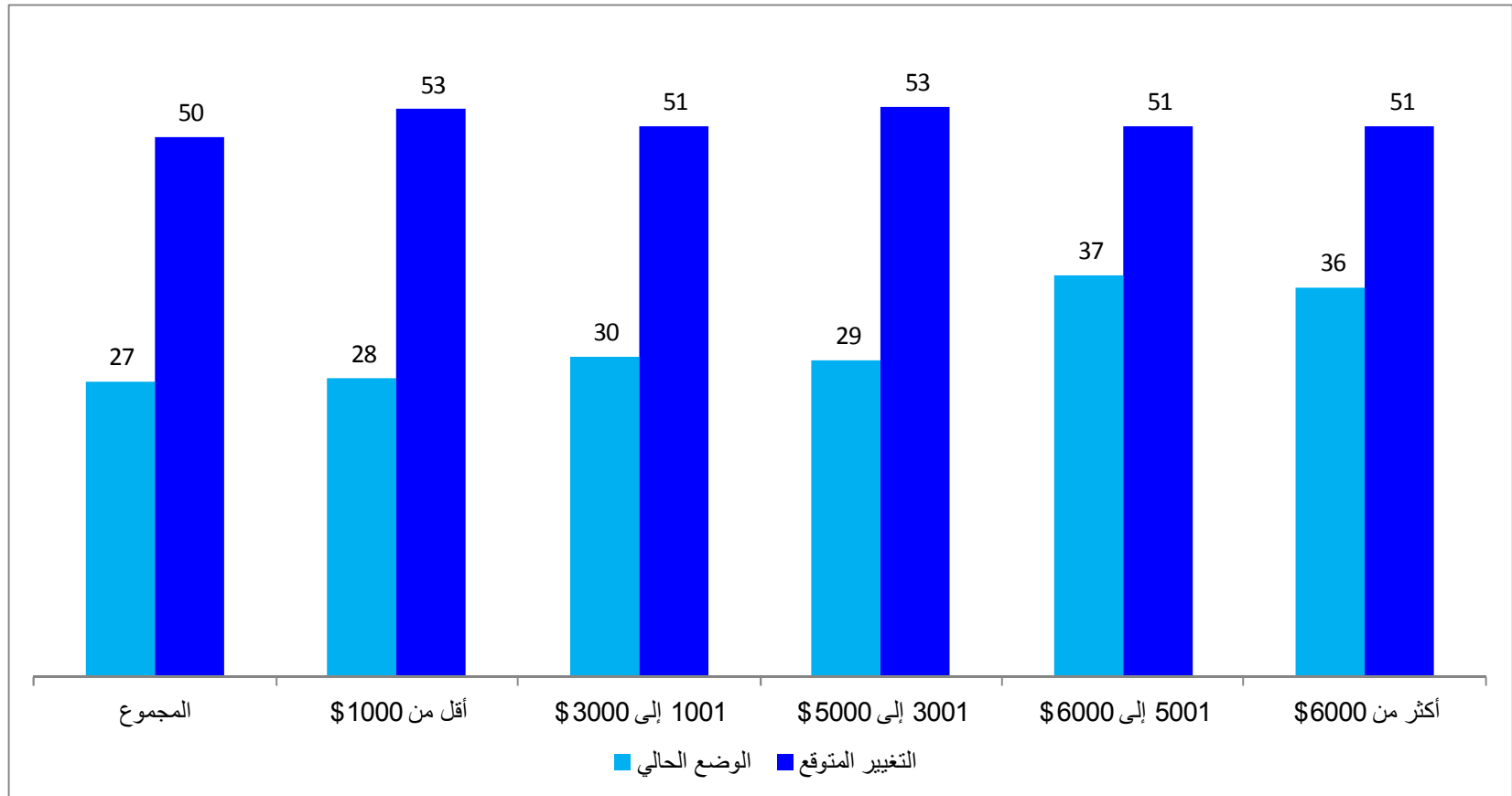


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

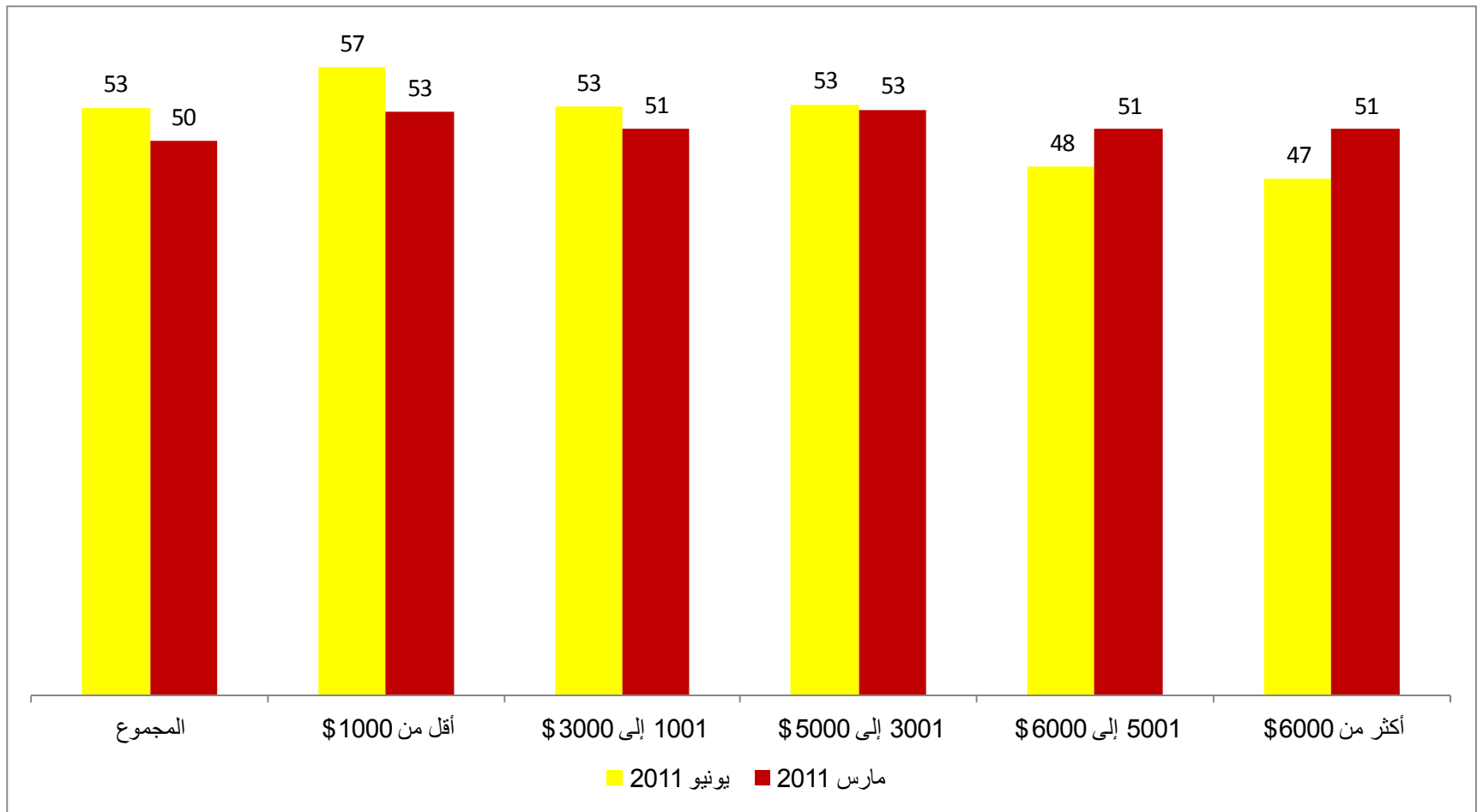


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

التوقعات المستقبلية لاقتصاد الدولة متفائلة لدى جميع مستويات الدخل.

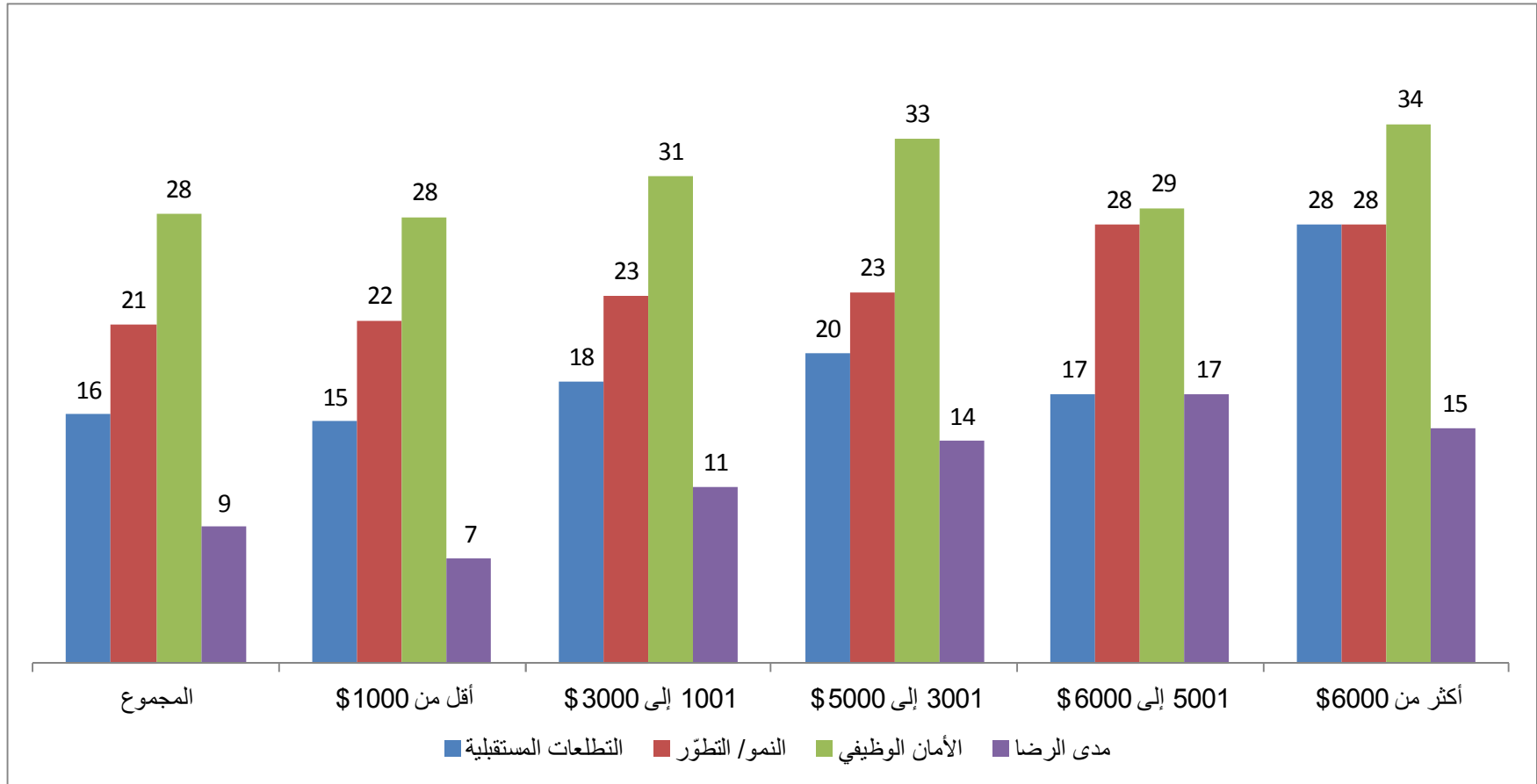


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 7,864

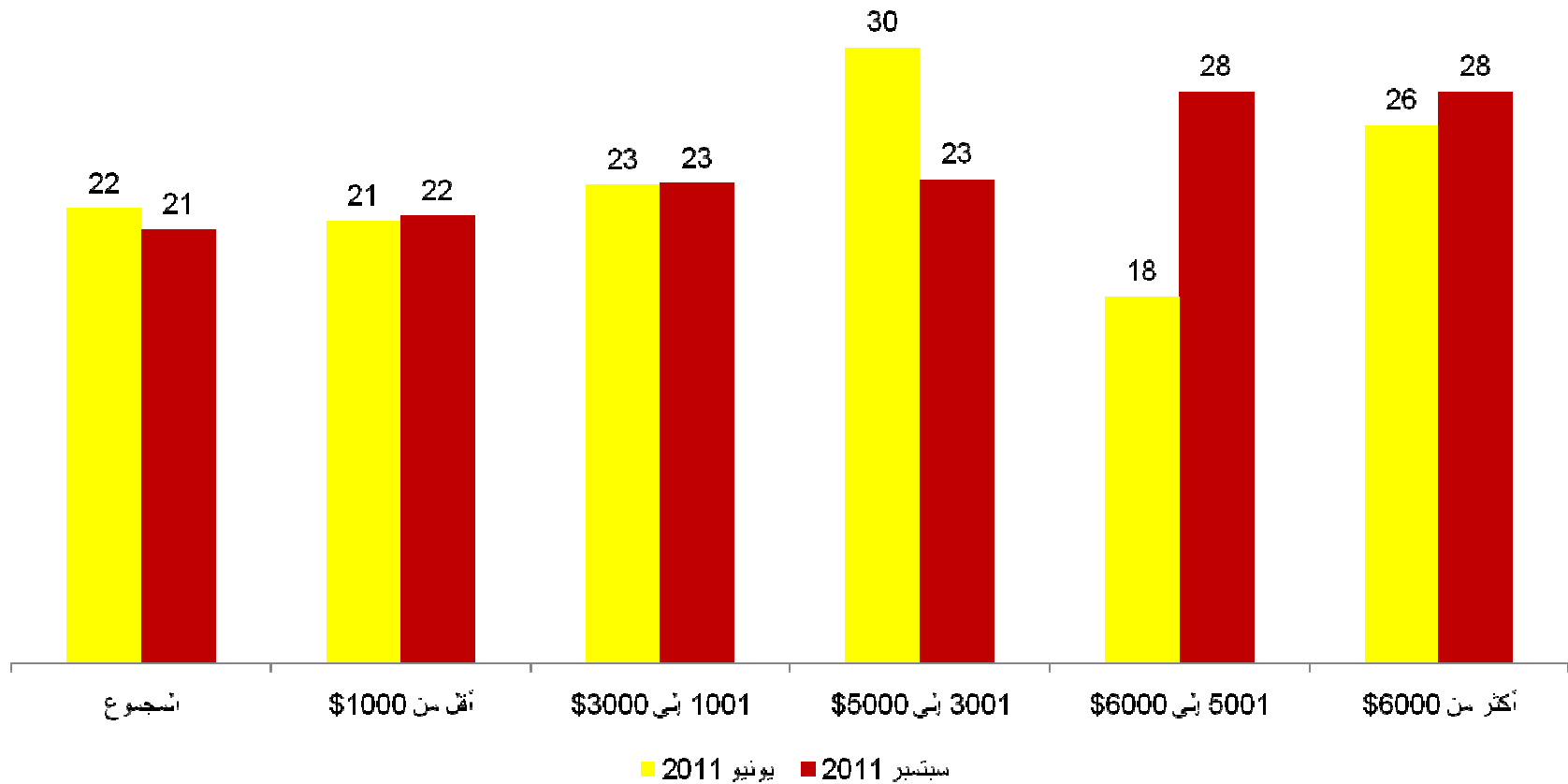


الأساس: عدد المجيبين الكلي: يونيو 2011 = 7,245 وسبتمبر 2011 = 7,864

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



الأساس: عدد العاملين= 6,365



الأساس: عدد العاملين: يونيو 2011 = 5,925 وسبتمبر 2011 = 6,365

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

بيت.كوم

أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

شكراً