

Consumer Confidence Index

مؤشر ثقة المستهلك

سبتمبر 2009

YouGov[®]
What the world thinks

بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

الهدف

- فهم إنطباعات و عادات المستهلكين في الشرق الأوسط بخصوص الإقتصاد في دولهم، وضعهم المالي و المهني الشخصي، و احتمالية شرائهم و إستثمارهم، بالإضافة إلى الوضع في سوق العمل عامة.
- سيتم إستنتاج 4 مؤشرات من نتائج البحث بانتظام على أساس ربع سنوي بحيث ستكون النتائج لهذا التحليل في دورتها التاسعة (مايو 2009) بعد الدورة الإبتدائية في أبريل 2007.
- هذه المؤشرات 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)
- مؤشر ثقة الموظف - Employee Confidence Index (ECI)

خلفية المشروع

- 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.

الخلفية الديموغرافية و المنهجية المستخدمة

- **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 ضئيلة لهذه الدورة
- **المنهجية:**
تمت عملية تجميع المعلومات عبر الإنترنت في الفترة ما بين 17 أغسطس و 8 سبتمبر 2009. إجمالي عدد المجيبين هو 9,430.

حساب المؤشرات و وضع المعايير

- 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 تقيم الفترة الحالية كتوقيت لشراء المنتجات طويلة الأمد مثل التلفزيون، الثلاجة، الكمبيوتر، الأثاث، السيارات، أو العقارات؟
 - (أ) توقيت جيد، (ب) توقيت عادي كغيره، (ج) توقيت سيء، (د) لا أعرف/ لا أستطيع القول.

حساب المؤشرات و وضع المعايير

- 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 إحتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI) - Propensity to Consume/Spend Index
- يتم حساب مؤشر توقعات المستهلك (CEI) من السؤالين 2 و 4.
- يتم حساب مؤشر إحتمالية 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.

حساب المؤشرات و وضع المعايير

- 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 ل مايو 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 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، أبريل 2007 و أغسطس 2009

لبنان		الكويت		مصر		البحرين		الجزائر		
أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	
217	696	356	711	2302	1635	105	101	737	415	إجمالي عدد المجيبين
249.7	217.2	280.3	297.5	244.2	259.1	271.4	273.3	251.5	288.2	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
85.7	67.5	91.2	104.5	80.5	90.6	78.09	91.1	74.2	103.9	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
523.9	428.9	566.5	634.5	517.2	573.6	544.7	597.0	534.1	637.3	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
517.0	490.1	565.1	635	531.1	598.5	525.7	567.3	559.9	605.8	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

قيم الدورة الحالية لمؤشر ثقة المستهلك (CCI) و مؤشر ثقة الموظف (ECI) لكل دولة، أبريل 2007 و أغسطس 2009

الإمارات		سوريا		السعودية		قطر		المغرب		
أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	أغسطس 2009	أبريل 2007	
1111	2069	151	200	1604	2095	195	382	1357	112	إجمالي عدد المجيبين
270.2	296.4	264.2	268	277.4	305.6	281.5	303.4	261.8	275.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
89.2	99.2	68.2	76	81.1	98.1	87.6	107.6	67.4	84.8	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
539.4	634.4	527.8	560.5	562.2	651.6	583.5	671.7	524.9	582.1	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
515.9	660.8	599.3	549.5	575.1	651.6	616.9	711.3	558.4	552.7	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

المؤشرات حسب الدولة - يوليو 2007

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)

المؤشرات حسب الدولة – أكتوبر 2007

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)

المؤشرات حسب الدولة - يناير 2008

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)

المؤشرات حسب الدولة - مايو 2008

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)

المؤشرات حسب الدولة - يوليو 2008

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)

المؤشرات حسب الدولة – نوفمبر 2008

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)

المؤشرات حسب الدولة – فبراير 2009

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)

المؤشرات حسب الدولة – مايو 2009

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)

المؤشرات حسب الدولة - أغسطس 2009

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)

ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة أغسطس 2009 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 أغسطس 2009) 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.
- خلال ال 29 شهراً الماضية و منذ الدورة الإبتدائية إنحدرت مؤشرات كل الدول ما عدا لبنان.
- تحسّنت كل مؤشرات لبنان.
- الجزائر شهدت أكبر إنحدار في مؤشر توقعات المستهلك (CEI) تليها الإمارات، السعودية، و قطر.
- الجزائر من بين كل الدول شهدت إنحداراً في مؤشرات ثقة المستهلك (CCI) و إتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI).
- لذلك، فإن 9 من ال 10 دول التي تم قياسها بناءً على الدورة الإبتدائية قد أظهرت إنحداراً بدلاً من أن تسجل إرتفاعاً في الثقة خلال ال 29 شهراً الماضية.

الإختلافات في المؤشر على حسب الدولة – أغسطس 2009 بالمقارنة مع مايو 2009

الإمارات	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	مصر	البحرين	الجزائر	المؤشر
8.6	5.4	3.1	8.3	3.8	0.0	7.0	6.1	5.1	4.0	مؤشر توقعات المستهلك (CEI)
13.2	2.3	1.4	9.4	1.8	3.0	11.1	3.2	0.3	-5.1	مؤشر احتمالية الإستهلاك/ الإنفاق (PCI)
9.3	5.6	3.4	9.0	6.7	-0.7	10.0	7.7	5.1	2.6	مؤشر ثقة المستهلك (CCI)
6.0	9.6	2.1	10.6	3.5	-2.0	6.8	1.5	6.1	-1.2	مؤشر ثقة الموظف (ECI)

ماذا تعني المؤشرات؟ مقارنة أغسطس 2009 بالدورة السابقة مايو 2009

- تم القيام بالمقارنة التالية أينما كانت هناك صلة بالدورة السابقة مايو 2009.
- عانت الإمارات من تغيّر سلبي شديد بالمقارنة مع الدورة الابتدائية – و لكن بوادر الانتعاش ظاهرة حيث شهدت معظم مؤشراتها أحد أقوى الزيادات الإيجابية منذ الدورة السابقة، كذلك الحال مع الكويت و قطر.
- حققت الإمارات، و الكويت، و قطر مكاسب كبيرة.
- الدول الأخرى التي أظهرت علامات إنتعاش إيجابية هي البحرين، سوريا، مصر، و المغرب.
- لبنان و هي الدولة الأكثر إيجابية منذ الدورة الابتدائية، سجّلت هبوطاً طفيفاً في مؤشر ثقة الموظف (ECI) مقارنة بالدورة السابقة.

ماذا يعني ذلك بالنسبة لدولة الإمارات العربية المتحدة؟

- بالرغم من أن الإمارات شهدت أكبر هبوط منذ الدورة الابتدائية في أبريل 2007، إلا أنها تشهد أيضاً إنتعاشاً ملحوظاً منذ الدورة السابقة مايو 2009.
- من الملاحظ أن الناس ليس فقط يتوقعون تحسناً في وضعهم المالي في المستقبل، بل هناك تغييراً إيجابياً حدث بالفعل بالقياس مع الدورة السابقة في مايو 2009.
- و في نفس الوقت، شهدت الثقة في إقتصاد البلد تغييراً إيجابياً مع توقعات بمستقبل أكثر إيجابية.
- و قد تحسنت الثقة في ظروف العمل و في سوق العمل أيضاً.
- عدد الموظفين في المؤسسات سيكون أقل قليلاً من الأعداد المعتادة في الماضي.
- هناك مجال لتحسّن آفاق الثقة في فرص العمل، و التطور و الأمان الوظيفي.
- ينعكس ذلك بدوره في إطمئنانهم لشراء السيارات و العقارات و حتى السلع الإستهلاكية.

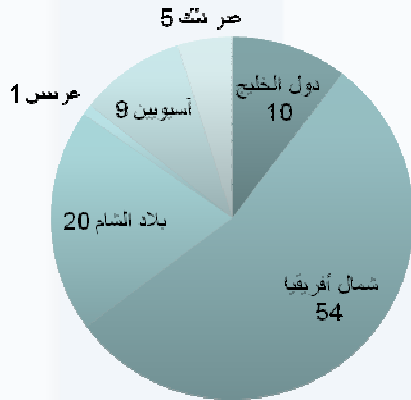
نبذة عن المجيبين

YouGov[®]
What the world thinks

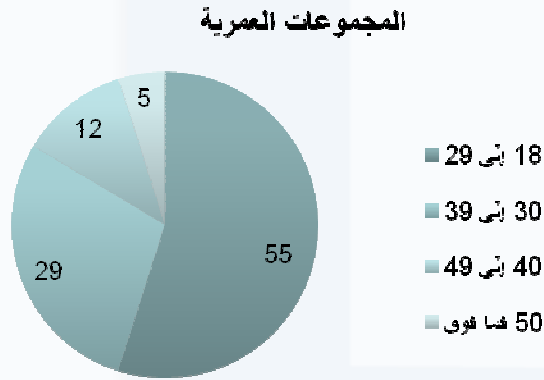
بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

نبذة عن المجيبين - البلد

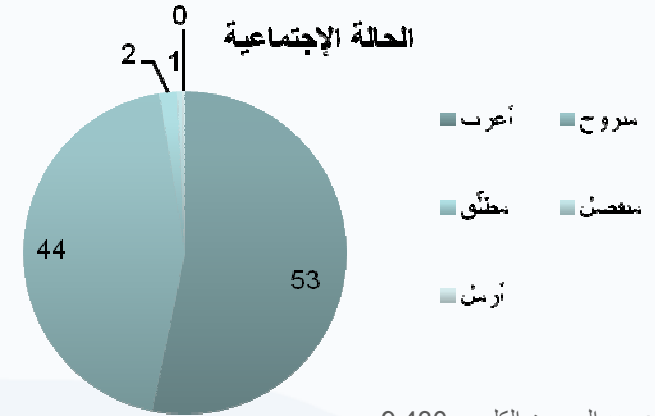
النسبة المئوية للجنسيات



نبذة عن المجيبين - المعلومات الشخصية

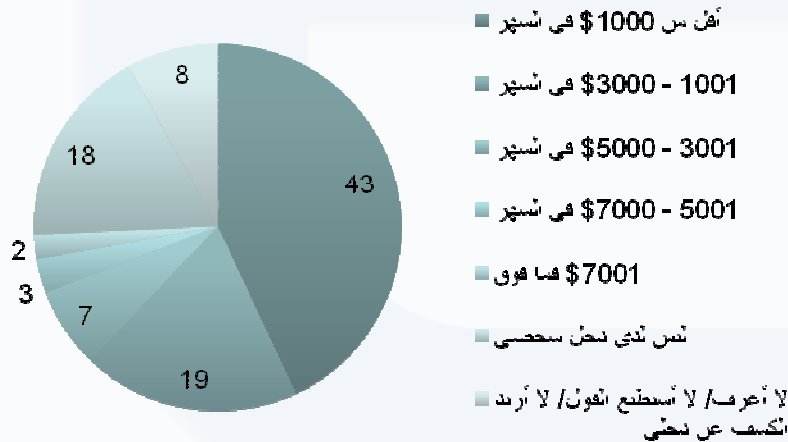


الأساس: عدد المجيبين الكلي = 9,430



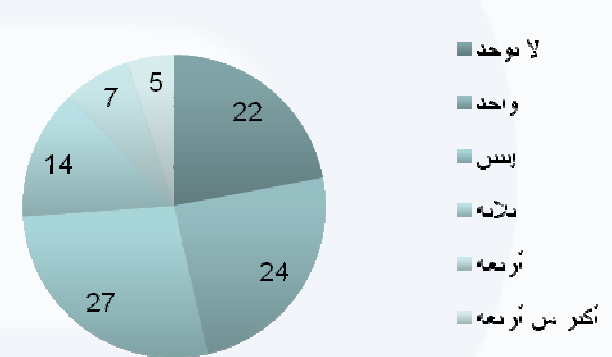
الأساس: عدد المجيبين الكلي = 9,430

الدخل الشهري الشخصي



الأساس: عدد المجيبين الكلي = 9,430

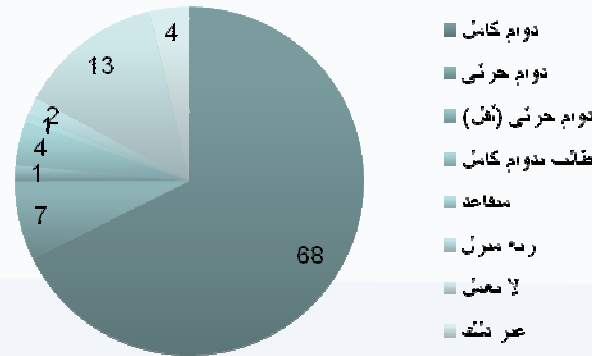
عدد الأبناء



الأساس: عدد المتزوجين/ الذين كانوا متزوجين = 4,413

نبذة عن المجيبين – معلومات وظيفية

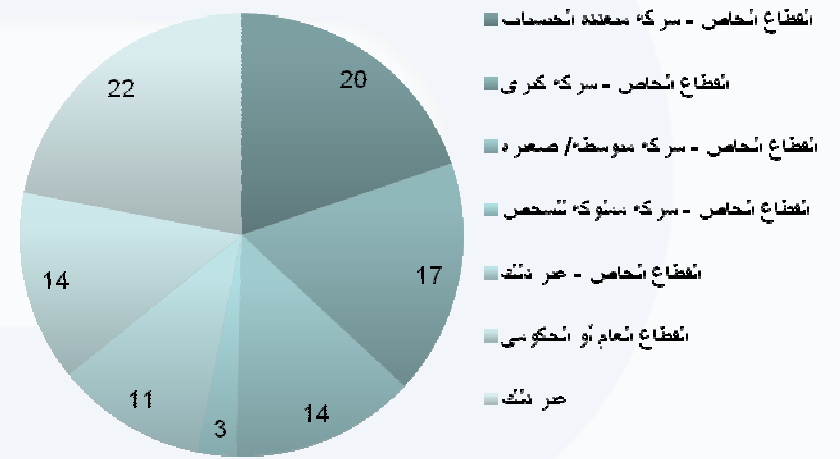
الموقع الوظيفي



المركز الوظيفي



القطاع



الأساس: عدد المجيبين الكلى = 9,430

تقييم الوضع الحالي - 1/3

- المجيبون في قطر و مصر و الجزائر راضون عن وضعهم المالي الحالي.
- يبدو أن الوضع في الإمارات سيء جداً، حيث أن أغلبية المجيبين يقولون أن وضعهم المالي أسوأ من العام الماضي.
- المجيبون من جميع الدول يقولون أن الوقت غير مناسب للشراء.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
الأمور المالية													
21	23	23	29	35	21	24	22	21	32	26	32	27	أفضل
33	44	35	33	34	36	39	35	35	33	34	35	34	كما هي
40	27	37	31	26	30	30	33	39	26	33	23	31	أسوأ
6	6	5	8	5	13	8	10	5	8	7	10	8	لا أعرف
اقتصاد البلد													
27	25	28	28	27	26	21	30	16	19	28	23	24	أفضل
34	36	41	36	37	35	37	33	34	33	35	33	34	كما هي
27	20	19	23	22	21	26	24	39	34	25	25	28	أسوأ
12	19	12	14	14	18	15	13	11	13	12	19	14	لا أعرف
سلوك المستهلك													
25	20	17	21	19	16	17	26	17	20	18	20	20	توقيت جيد للشراء
34	22	26	32	38	21	45	33	24	34	36	22	30	توقيت عادي للشراء
36	47	48	40	32	49	31	34	50	39	40	45	42	توقيت سيء للشراء
6	11	9	8	11	14	6	7	9	7	6	13	9	لا أعرف

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؟

تقييم الوضع الحالي - 2/3

- الإمارات و الكويت هما الأكثر تشاؤماً بين كل الدول من ناحية بيئة العمل الحالية.
- سجلت جميع الدول نقصاً في توفر الوظائف.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة	9430	737	105	2302	625	356	217	1357	195	1604	151	187	1111
ظروف العمل													
توقيت جيد	24	32	21	23	19	16	30	26	18	28	26	17	14
توقيت عادي كغيره	30	22	34	31	29	33	37	28	39	32	30	30	30
توقيت سيء	34	25	30	35	39	41	24	26	33	28	32	39	50
لا أعرف	13	20	15	10	13	10	8	20	9	12	11	14	6
التوظيف													
يوجد الكثير	12	11	11	10	8	12	6	8	21	20	13	7	11
ليس هناك الكثير	34	32	29	35	34	38	36	31	38	35	28	37	35
هناك القليل فقط	49	52	53	52	54	43	56	55	33	39	52	49	49
لا أعرف	5	5	7	3	4	6	2	6	8	6	7	7	4

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

تقييم الوضع الحالي – 3/3

- الجزائر و السعودية و سوريا و قطر هي الدول ذات النظرة الإيجابية لقوة النظام الوظيفي.
- إتفقت جميع الدول على أن الرواتب لا تتماشى مع إرتفاع تكاليف المعيشة.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	7555	552	83	1974	510	304	185	831	182	1331	128	147	961
عدد الموظفين													
عدد أكبر من الموظفين	25	30	19	24	25	18	25	20	34	30	32	18	21
نفس عدد الموظفين	28	33	23	27	26	32	39	28	29	25	30	34	24
عدد أقل من الموظفين	32	17	46	36	34	34	22	26	30	30	23	28	48
لا أعرف	15	19	12	13	15	16	14	26	7	15	14	20	7
الراتب مقارنة مع تكاليف المعيشة													
إرتفاع الراتب أعلى من إرتفاع تكاليف المعيشة	4	4	8	3	4	4	4	3	9	6	7	4	5
زيادة الراتب مساوية لزيادة تكاليف المعيشة	17	17	10	19	12	19	18	12	21	19	23	16	20
الراتب لا يتماشى مع تكاليف المعيشة	60	58	67	64	68	63	65	51	62	56	59	57	65
لا أعرف	18	21	15	14	16	14	12	33	9	19	12	24	10

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

التوقعات للعام التالي - 1/2

- البحرين و قطر و السعودية لهم نظرة إيجابية من ناحية الوضع المادي الشخصي في العام المقبل.
- الكويت و الإمارات و السعودية و قطر أكثر تفاؤلاً من ناحية الحالة الاقتصادية للبلد في المستقبل القريب.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
الوضع المالي													
45	44	47	50	51	39	43	46	46	49	52	44	46	سوف يتحسن
20	13	13	15	14	11	22	19	14	12	12	13	14	سيبقى كما هو
10	7	12	7	7	6	10	4	11	7	7	7	8	سيصبح أسوأ
25	36	28	28	28	44	25	31	28	33	29	36	32	لا أعرف
إقتصاد البلد													
49	43	44	47	46	41	35	51	31	31	41	34	40	سوف يتحسن
23	23	23	21	27	19	30	19	19	21	27	23	21	سيبقى كما هو
14	13	15	13	9	12	18	13	28	29	15	19	19	سيصبح أسوأ
14	21	17	18	17	29	16	17	22	19	17	24	20	لا أعرف

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

التوقعات للعام التالي - 2/2

- الكويت ثم قطر و الإمارات و السعودية يعتقدون بأن أوضاع العمل سوف تتحسن في العام القادم.
- الكويت و قطر و الإمارات يتوقعون بعض التحسن في فرص العمل. أما مصر و الأردن فنظرتهم متشائمة.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
أوضاع العمل													
55	52	50	53	57	44	50	56	37	46	48	41	48	سوف يتحسن
24	18	22	22	23	20	24	23	28	22	28	24	23	سيبقى كما هو
10	13	12	9	6	9	11	9	17	15	10	12	12	سيصبح أسوأ
11	18	16	15	13	27	16	12	19	17	15	23	18	لا أعرف
فرص العمل													
40	25	32	37	43	27	18	42	25	23	35	23	30	سوف يتحسن
26	29	32	26	28	26	35	21	25	28	28	31	27	سيبقى كما هو
23	27	19	25	18	22	29	25	34	34	24	28	28	سيصبح أسوأ
11	19	17	12	11	26	18	12	16	14	13	19	16	لا أعرف

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

الرضا عن المهنة

- تونس و سوريا سجّلت مستوى أعلى من الرضا عن تطلعات العمل مقارنة بالدول الأخرى.
- مستوى الرضا عن النمو الوظيفي عالي في جميع الدول.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	7555	552	83	1974	510	304	185	831	182	1331	128	147	961
التطلعات/ فرص التطور													
مرتفعة	25	32	13	25	24	23	24	30	29	25	32	30	20
متوسطة	38	30	43	42	34	41	38	29	45	38	30	31	40
منخفضة	28	24	35	26	35	27	29	24	21	28	28	25	35
لا أعرف	9	14	8	7	8	9	9	17	5	9	9	14	5
النمو الوظيفي													
مرتفعة	36	42	28	38	36	36	33	39	40	35	53	49	24
متوسطة	34	27	40	39	32	32	34	26	35	36	21	22	35
منخفضة	21	16	27	16	24	26	24	18	23	21	18	17	35
لا أعرف	9	14	6	7	8	6	9	17	3	8	8	12	5

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

الرضا عن المهنة

- سكان تونس و الجزائر و سوريا هم الأكثر أماناً من ناحية الوظائف. الإمارات تليها مصر و البحرين يعانون من القلق.
- و بالحديث عن الراتب و البدلات، جاءت نسبة الرضا معتدلة إلى منخفضة في الأردن و تونس و الجزائر و الإمارات و لبنان حيث سجلت معدلات عدم رضا عالية.

المجموع/ بلد الإقامة	المجموع	الجزائر	البحرين	مصر	الأردن	الكويت	لبنان	المغرب	قطر	السعودية	سوريا	تونس	الإمارات
حجم العينة العاملة	7555	552	83	1974	510	304	185	831	182	1331	128	147	961
الأمان الوظيفي													
مرتفع	30	36	31	26	31	27	33	32	29	29	42	35	26
متوسط	32	26	30	36	33	34	38	26	41	33	25	30	31
منخفض	28	23	30	30	29	29	20	25	24	29	26	22	35
لا أعرف	10	14	8	7	7	10	9	17	6	9	7	14	8
الراتب و البدلات													
مرتفع	11	12	7	9	9	11	8	11	16	11	17	8	10
متوسط	33	23	43	37	26	41	34	24	37	34	28	22	35
منخفض	46	51	43	45	57	40	48	45	42	44	41	54	48
لا أعرف	10	14	6	8	7	8	10	19	5	11	13	15	6

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)؟

شراء سيارة

- أغلبية المجيبين (56%) ليست لديهم خطة شراء سيارة.
- 52% من الذين يتوون شراء سيارة يقولون أنهم سيشترونها جديدة.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	لمجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
السيارة													
26	22	15	31	32	22	27	30	33	24	26	27	26	نعم
62	63	70	52	59	52	57	50	50	58	51	55	56	لا
12	15	15	17	9	26	17	20	18	18	23	19	18	لا أعرف
نوع السيارة													
293	41	23	492	62	304	58	107	205	551	27	197	2480	حجم عينة الذين يتوون الشراء
59	41	78	56	55	44	45	47	34	57	52	59	52	جديدة
35	49	17	39	37	49	43	49	59	37	44	29	41	مستعملة
6	10	4	5	8	8	12	5	7	6	4	11	7	لا أعرف

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

الإستثمار في شراء العقارات

- يتواصل نفس النمط، حيث أن أغلبية المجيبين ليست لديهم الرغبة في الإستثمار في شراء العقارات. ذكر 70% من مجيبي الإمارات أنهم لن يشتروا أي عقارات.
- معظم الذين يودون شراء عقار قد يتجهون للعقارات الجديدة.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	لمجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
العقارات													
18	14	17	27	29	19	24	25	14	19	28	25	21	نعم
70	68	66	55	55	56	60	54	69	63	54	54	60	لا
12	17	18	18	15	25	16	21	16	18	18	21	18	لا أعرف
نوع العقار													
195	27	25	433	57	260	52	89	90	440	29	186	1984	حجم عينة الذين ينوون الشراء
60	63	60	58	63	56	60	57	60	65	62	58	60	جديد
25	19	24	25	21	27	27	31	28	23	21	24	25	قديم
15	19	16	17	16	18	13	11	12	12	17	18	16	لا أعرف

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

شراء الأجهزة الإلكترونية

• هناك إهتمام عال بشراء أجهزة الكمبيوتر المكتبية/ المحمولة ثم يأتي الأثاث. نية الشراء عند مجيبي الإمارات هي الأقل على صعيد جميع الأجهزة.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
1111	187	151	1604	195	1357	217	356	625	2302	105	737	9430	حجم العينة
25	35	41	31	33	31	25	29	29	32	34	35	31	جهاز كمبيوتر مكتبي/ محمول
16	18	21	22	22	19	20	21	16	16	21	21	19	أثاث
15	14	13	13	17	13	13	12	11	10	13	15	13	كاميرا رقمية
15	14	12	18	15	12	17	16	9	12	23	10	14	تلفزيون LCD أو بلازما
9	11	9	9	10	12	7	7	7	6	14	11	9	مكيف هواء
8	19	9	15	14	8	10	9	14	14	15	17	13	ثلاجة
8	12	6	9	8	12	7	8	8	8	10	11	9	غسالة ملابس
4	9	4	5	4	9	6	7	5	3	7	6	5	مشغل أو مسجل DVD أو VCD
5	2	4	7	5	5	5	5	7	5	6	4	5	مكنسة كهربائية
5	7	7	4	4	7	3	3	5	4	3	6	5	تلفزيون ملون عادي
6	4	5	7	6	4	2	7	4	3	6	4	5	نظام المسرح المنزلي
6	5	2	5	6	5	5	6	4	2	4	7	5	أدوات طبخ
3	5	3	5	4	6	5	4	2	2	6	6	4	نشتافة ملابس
3	2	3	2	2	3	1	1	2	1	4	3	2	كاميرا فيديو عادية أو رقمية
3	3	1	2	1	2	1	2	1	1	4	2	2	مسجل أو مشغل فيديو

توقعات النمو في المؤسسات

- تونس و سوريا متفائلون بخصوص زيادة عدد الموظفين في المؤسسات التي يعملون بها.
- معظم الدول محايدة تجاه إمكانية مواكبة متطلبات التوظيف. الإمارات و تونس متشائمون تجاه ذلك.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
961	147	128	1331	182	831	185	304	510	1974	83	552	7555	حجم العينة العاملة
عدد الموظفين													
19	30	29	25	23	25	23	25	18	20	20	27	22	متفائل
38	28	34	38	44	29	41	36	39	40	39	28	37	حيادي
32	29	25	22	23	20	23	25	29	26	30	22	25	متشائم
10	14	12	14	10	26	12	14	14	14	11	23	16	لا أعرف
متطلبات التوظيف													
19	27	23	23	24	22	23	20	18	17	16	24	20	متفائل
42	31	48	40	45	32	38	44	42	46	41	34	41	حيادي
29	29	17	23	20	21	24	23	31	25	30	23	24	متشائم
11	13	12	13	11	26	15	13	10	13	13	19	15	لا أعرف

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؟

توقعات إقتصاد السوق

- مقارنة بالدورة السابقة أدى التضخم إلى تكوين نظرة من محايدة إلى سلبية تجاه المستقبل في جميع الدول.
- ما زال ارتفاع أسعار العقارات يسبب نظرة سلبية في جميع الدول. الأردن و سوريا و الإمارات و البحرين هي الأكثر قلقاً.

الإمارات	تونس	سوريا	السعودية	قطر	المغرب	لبنان	الكويت	الأردن	مصر	البحرين	الجزائر	المجموع	المجموع/ بلد الإقامة
961	147	128	1331	182	831	185	304	510	1974	83	552	7555	حجم العينة العاملة
التضخم/ ارتفاع تكاليف المعيشة													
21	21	20	23	27	19	25	20	18	21	16	13	21	إيجابي
26	15	25	24	30	18	20	32	23	26	41	19	24	محايد
35	37	24	29	23	30	35	27	42	31	29	34	32	سليبي
11	13	10	12	11	19	8	12	9	12	12	14	13	لا أعرف
7	14	20	10	9	14	12	8	8	10	2	20	11	لا تأثير
ارتفاع أسعار العقارات (إيجار أو شراء)													
21	12	13	17	16	16	21	18	12	17	23	12	16	إيجابي
24	18	25	21	29	14	17	23	17	20	28	15	20	محايد
38	37	31	40	34	34	32	37	44	33	33	39	36	سليبي
9	12	9	11	12	18	9	9	8	10	8	14	11	لا أعرف
9	21	22	12	9	17	20	14	20	20	8	19	16	لا تأثير

الملحق

YouGov[®]
What the world thinks

بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

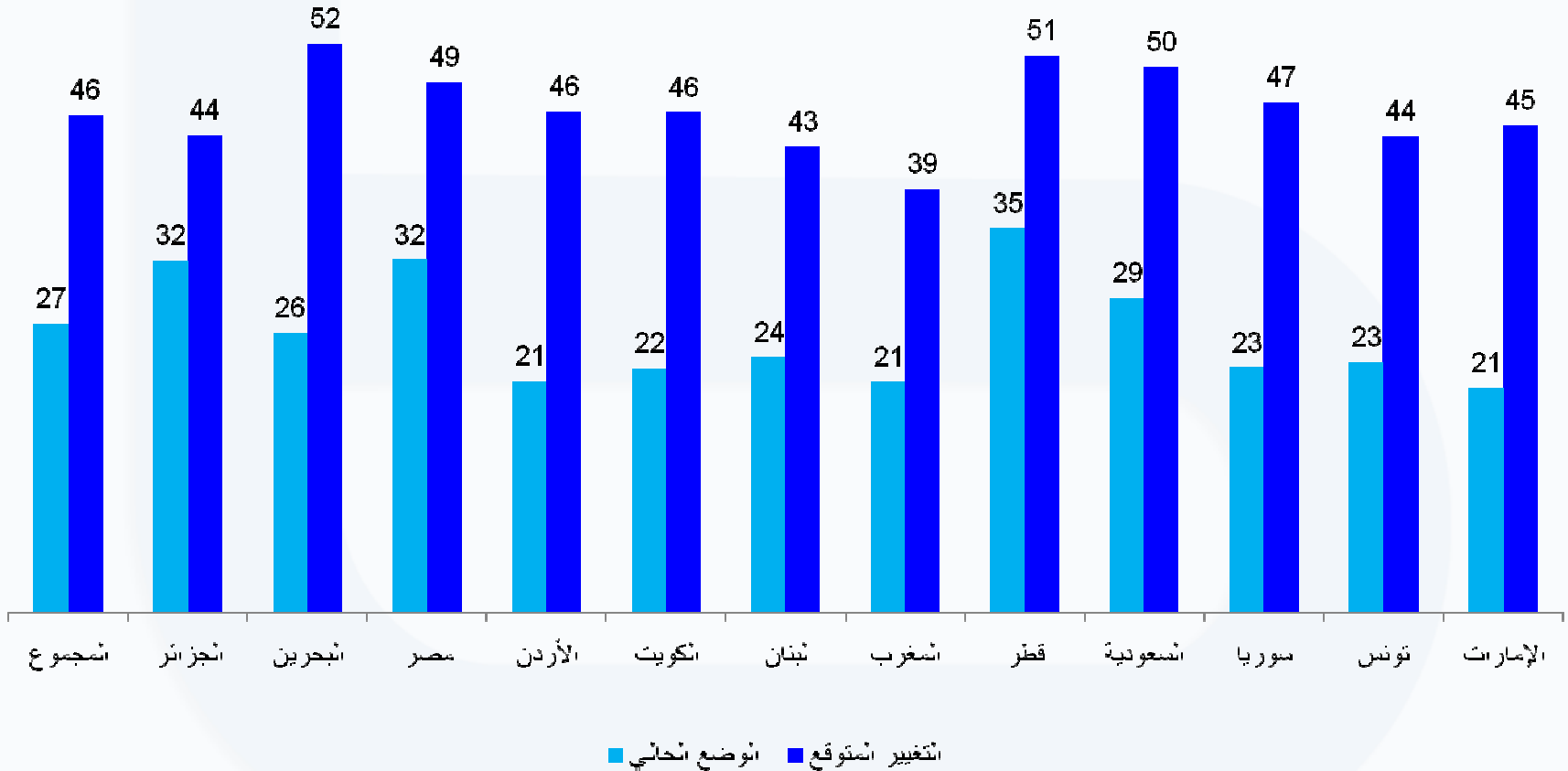
حسب بلد الإقامة

YouGov[®]
What the world thinks

بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

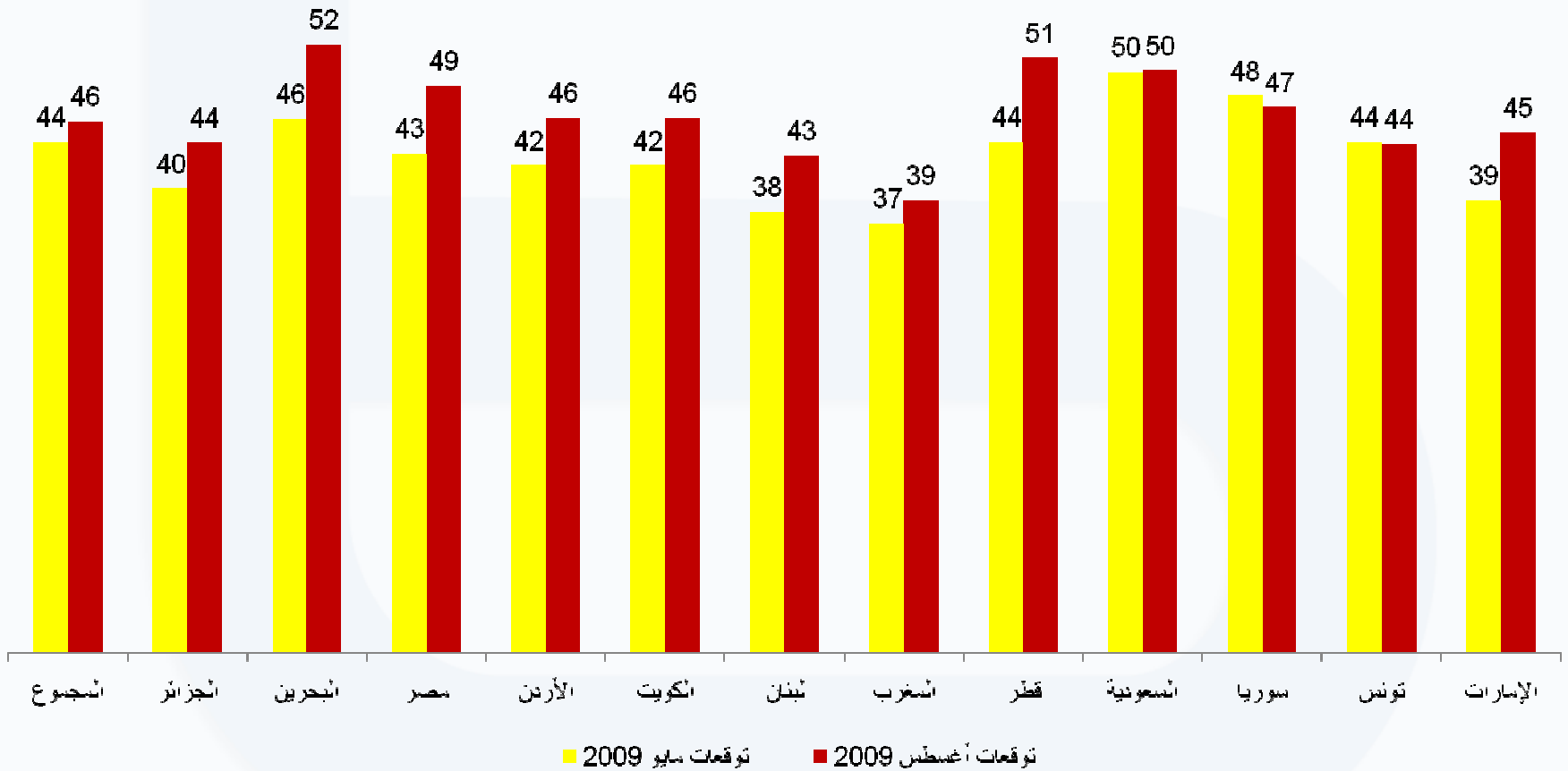
تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

- كل الدول نظرتها إيجابية في توقعاتها للتغيرات المستقبلية في أوضاعهم المالية.
- السعودية و الإمارات و الكويت نظرتهم إيجابية بصورة كبيرة.



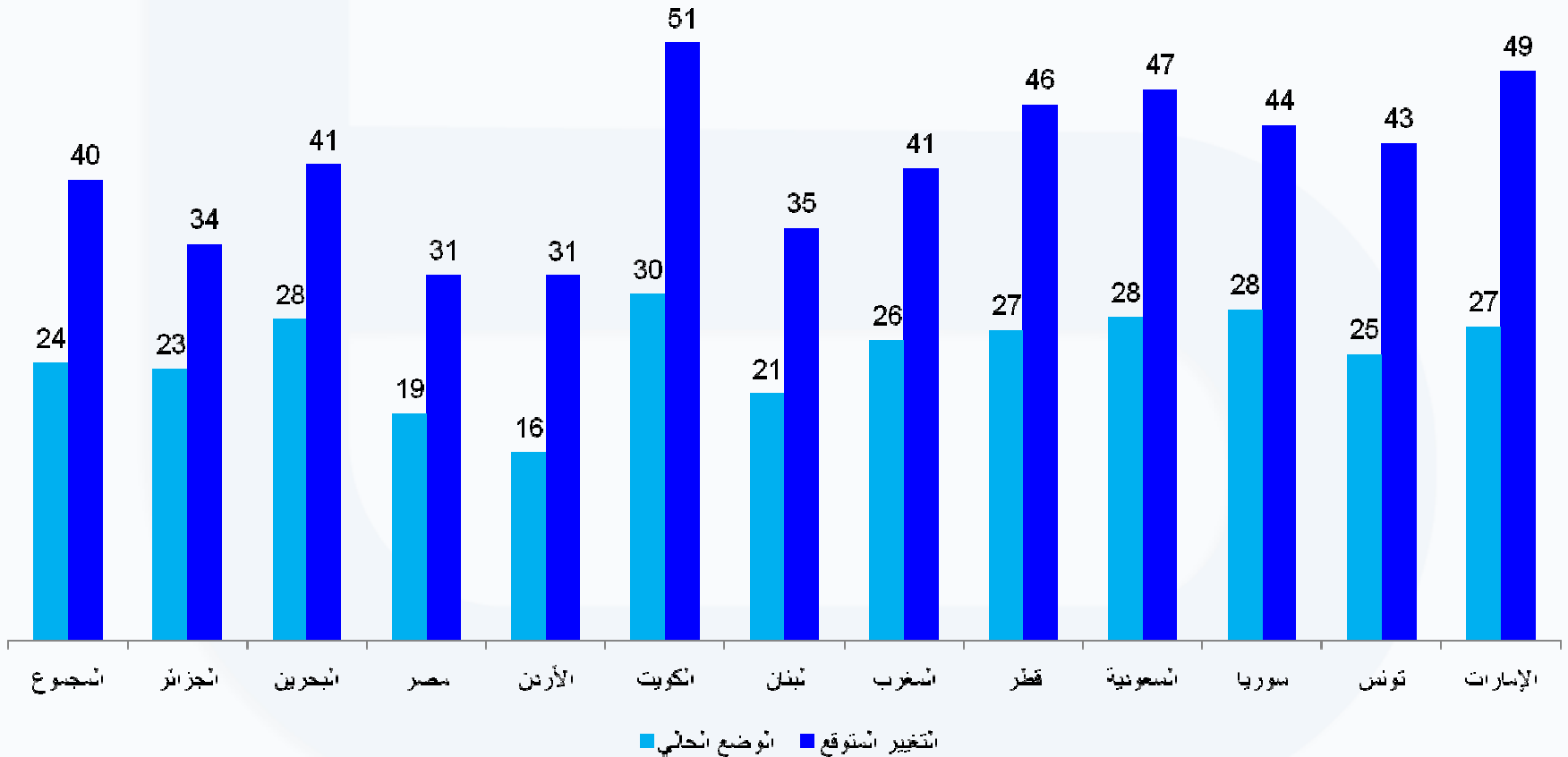
تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

• البحرين و قطر الأكثر تفاؤلاً تجاه المستقبل.



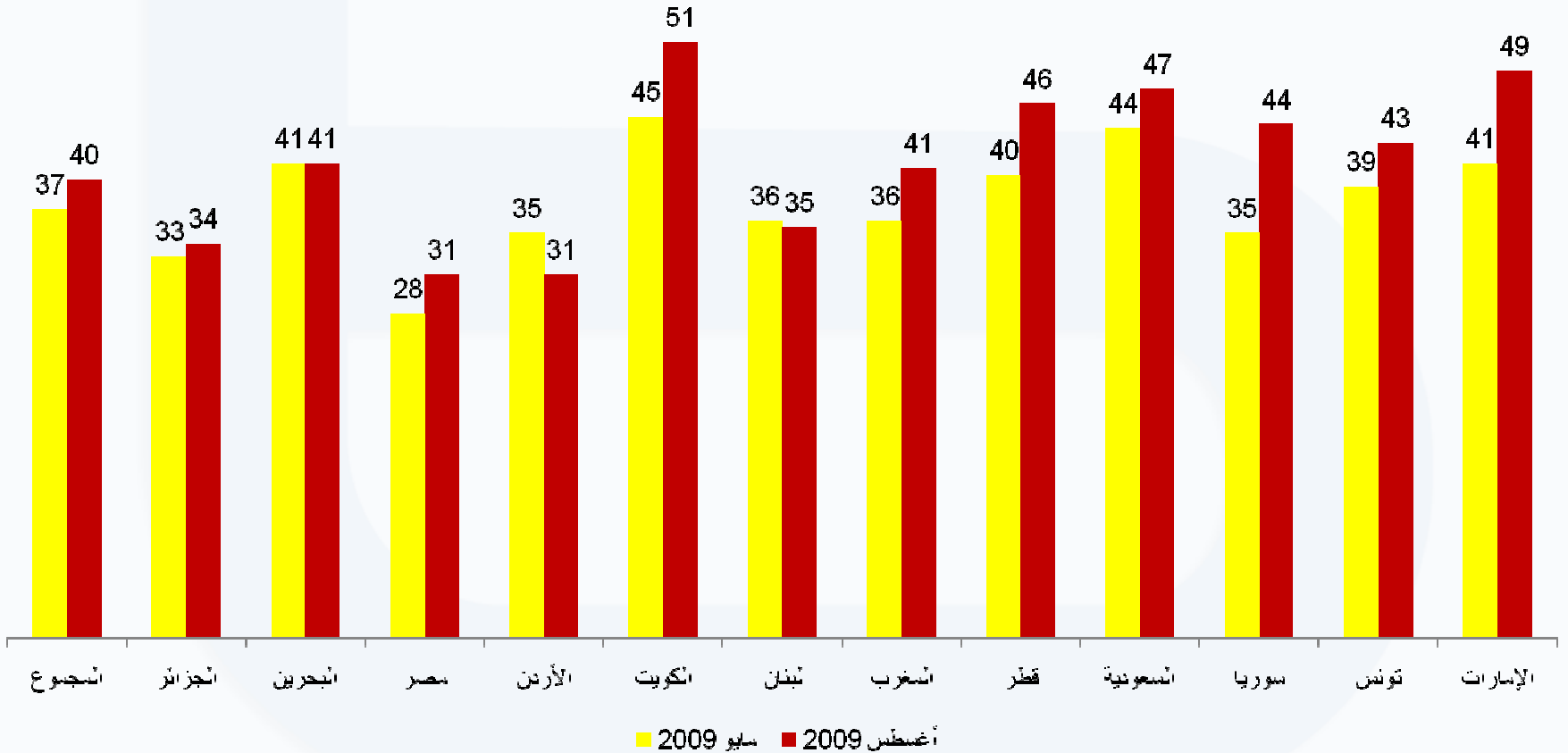
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• توقعات العام المقبل متفائلة في كل الدول، خصوصاً عمان و الكويت و الإمارات.



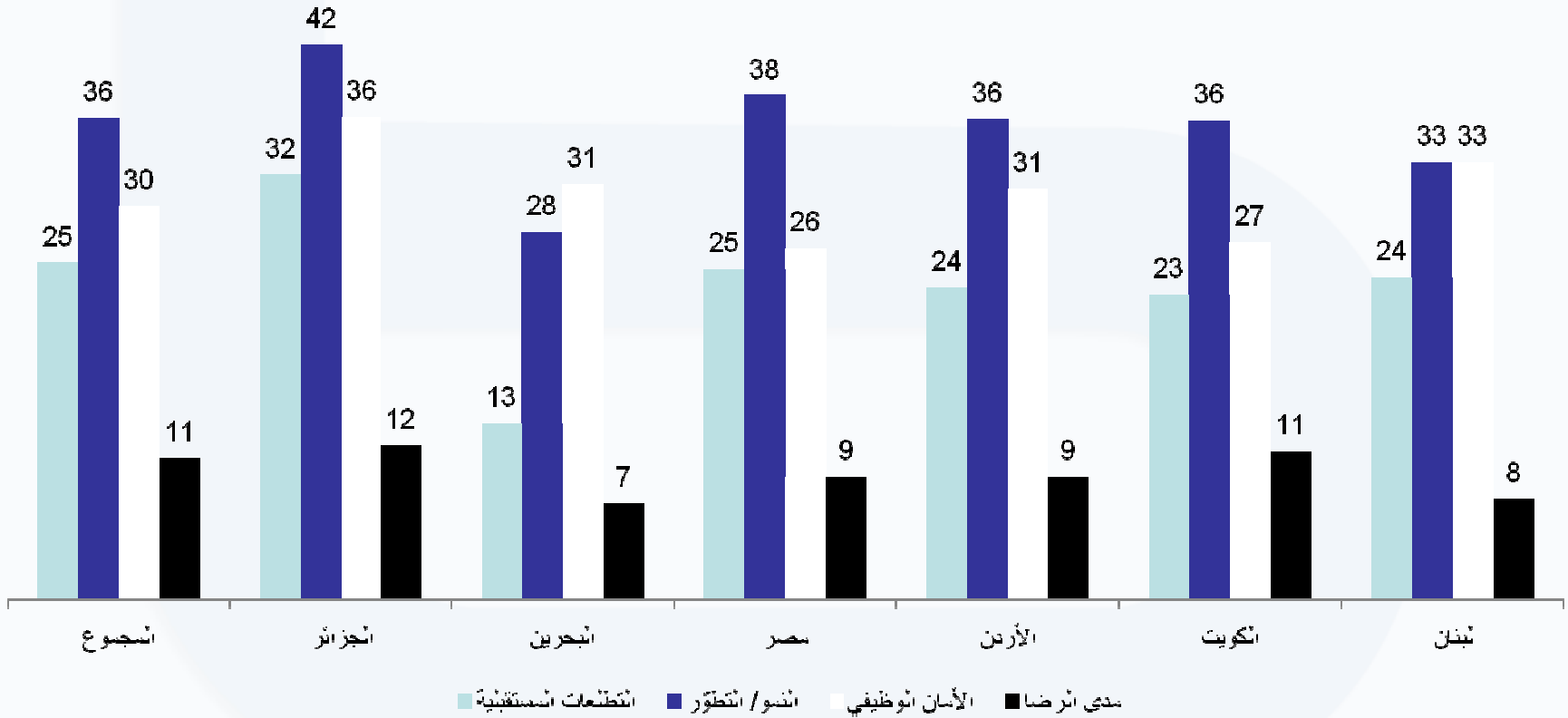
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• التوقعات لإقتصاد الدول تحسّنت منذ الدورة السابقة، خصوصاً في الكويت و الإمارات و عمان.



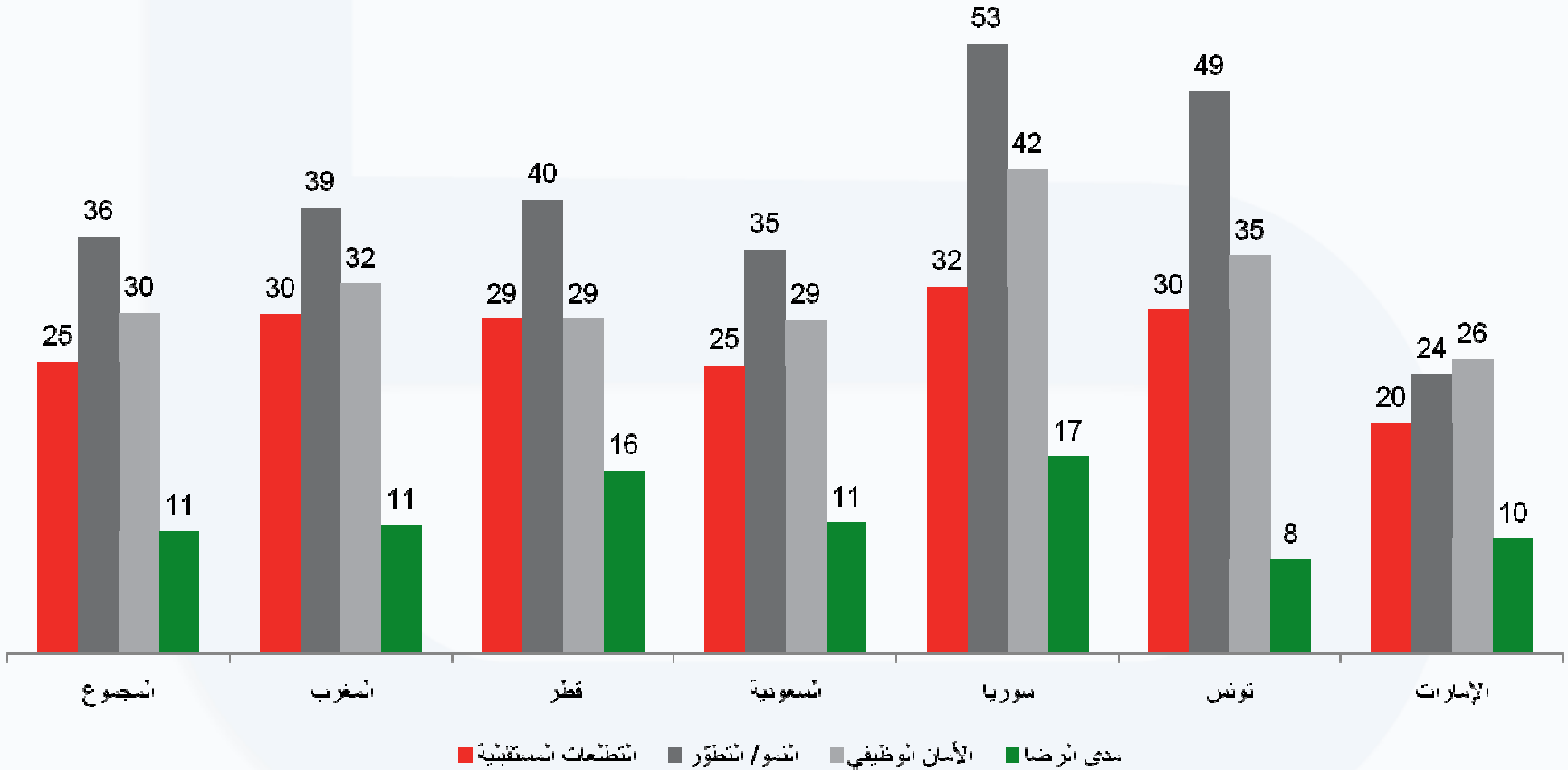
تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

- في الجزائر ما زال الأغلبية راضين عن إتجاه نمو وظائفهم.
- تطلعات النمو الوظيفي في مصر و الأردن و المغرب و الكويت عالية أيضاً.



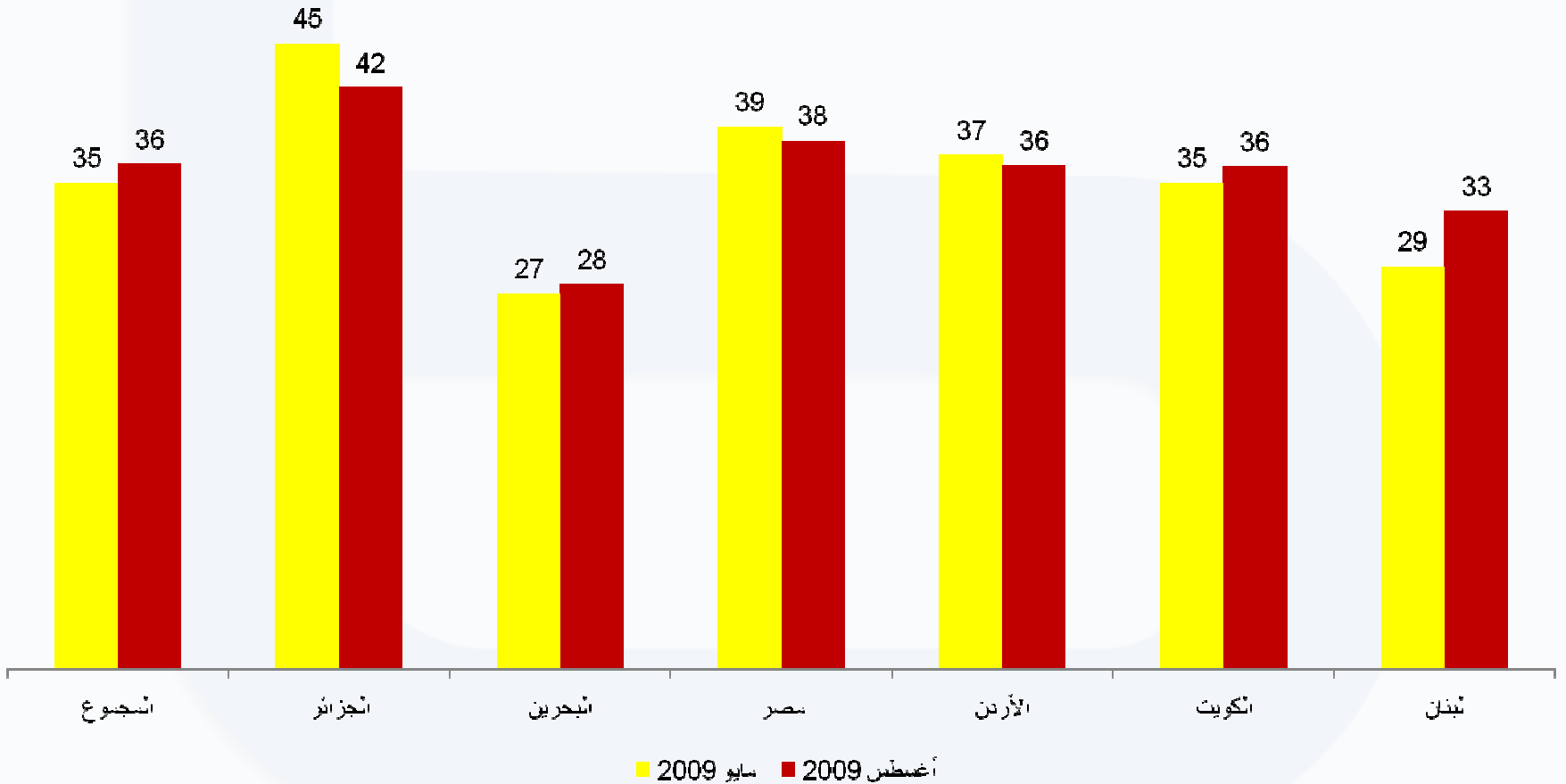
تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

• أظهرت سوريا و تونس مستويات عالية من الرضا عن إمكانية النمو و الأمان الوظيفي.



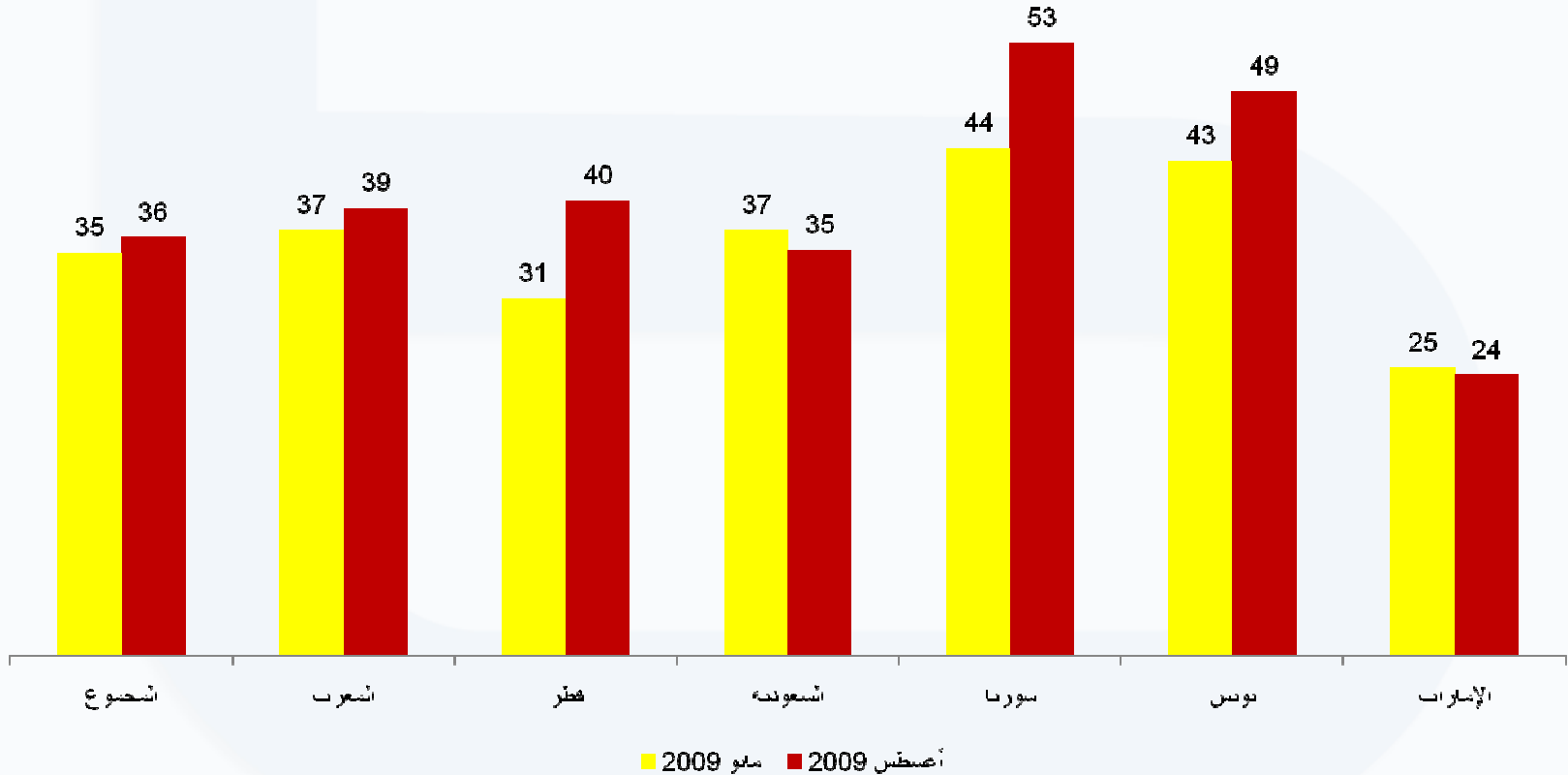
تقييم الوظيفة – (خيار الرضا العالي)

• الجزائر و مصر و الأردن شهدت إنخفاضاً بسيطاً في توقعات النمو الوظيفي.



تقييم الوظيفة – (خيار الرضا العالي)

• مقارنة مع الإنخفاض الذي حدث في الدورة الماضية شهدت سوريا و تونس ارتفاعاً كبيراً في التوقعات في الدورة الحالية.



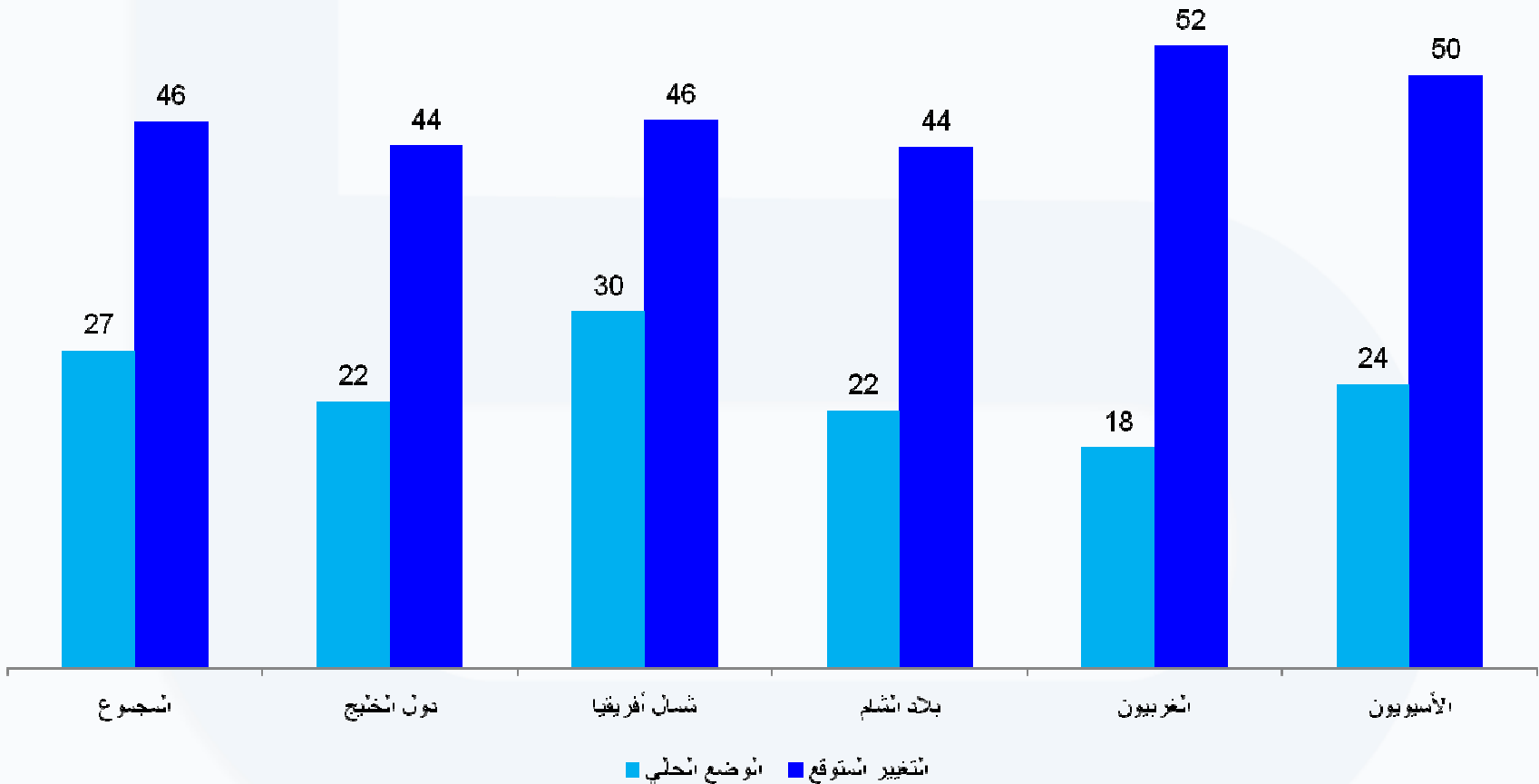
حسب الجنسية

YouGov[®]
What the world thinks

بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

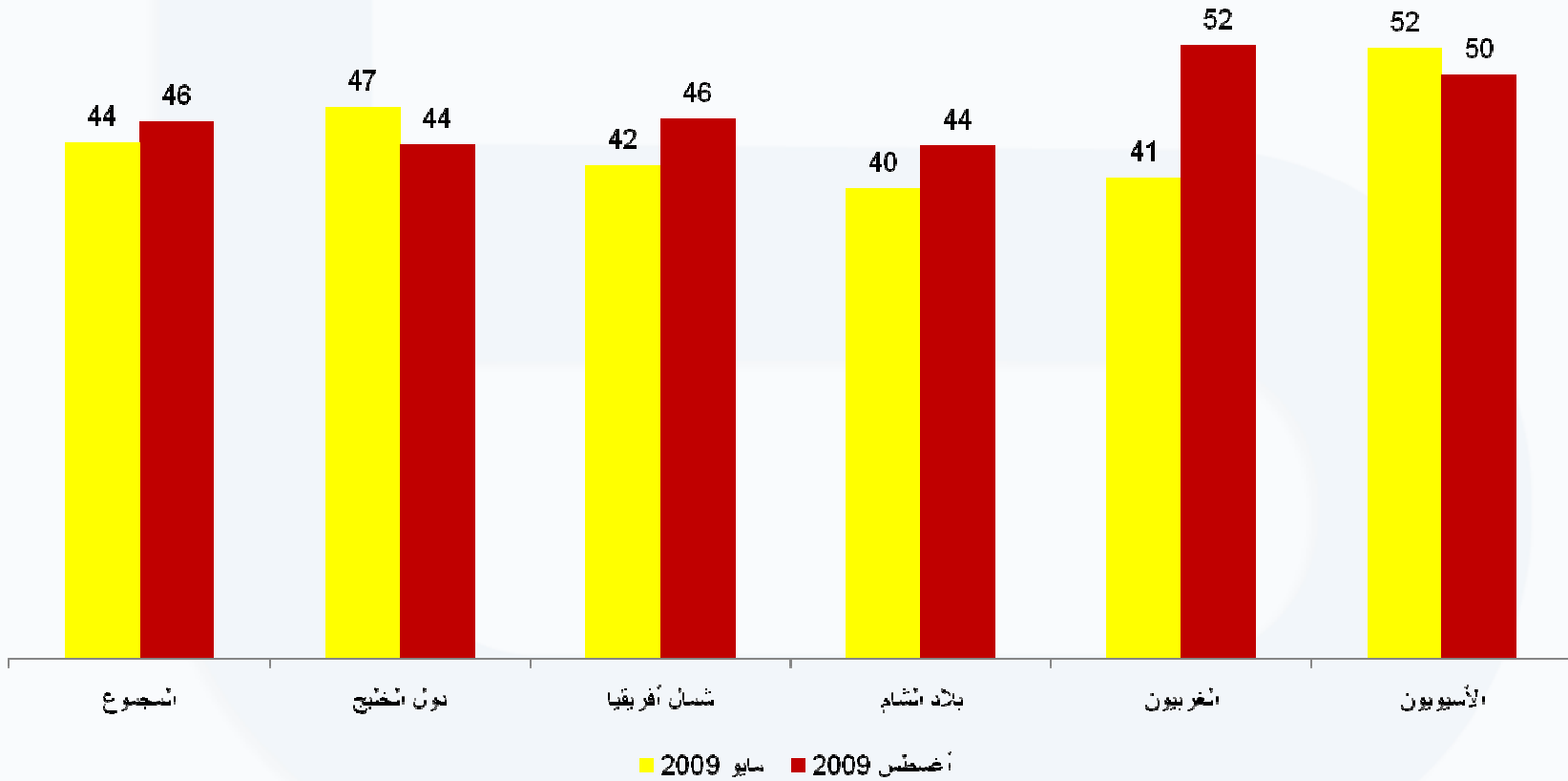
تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

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



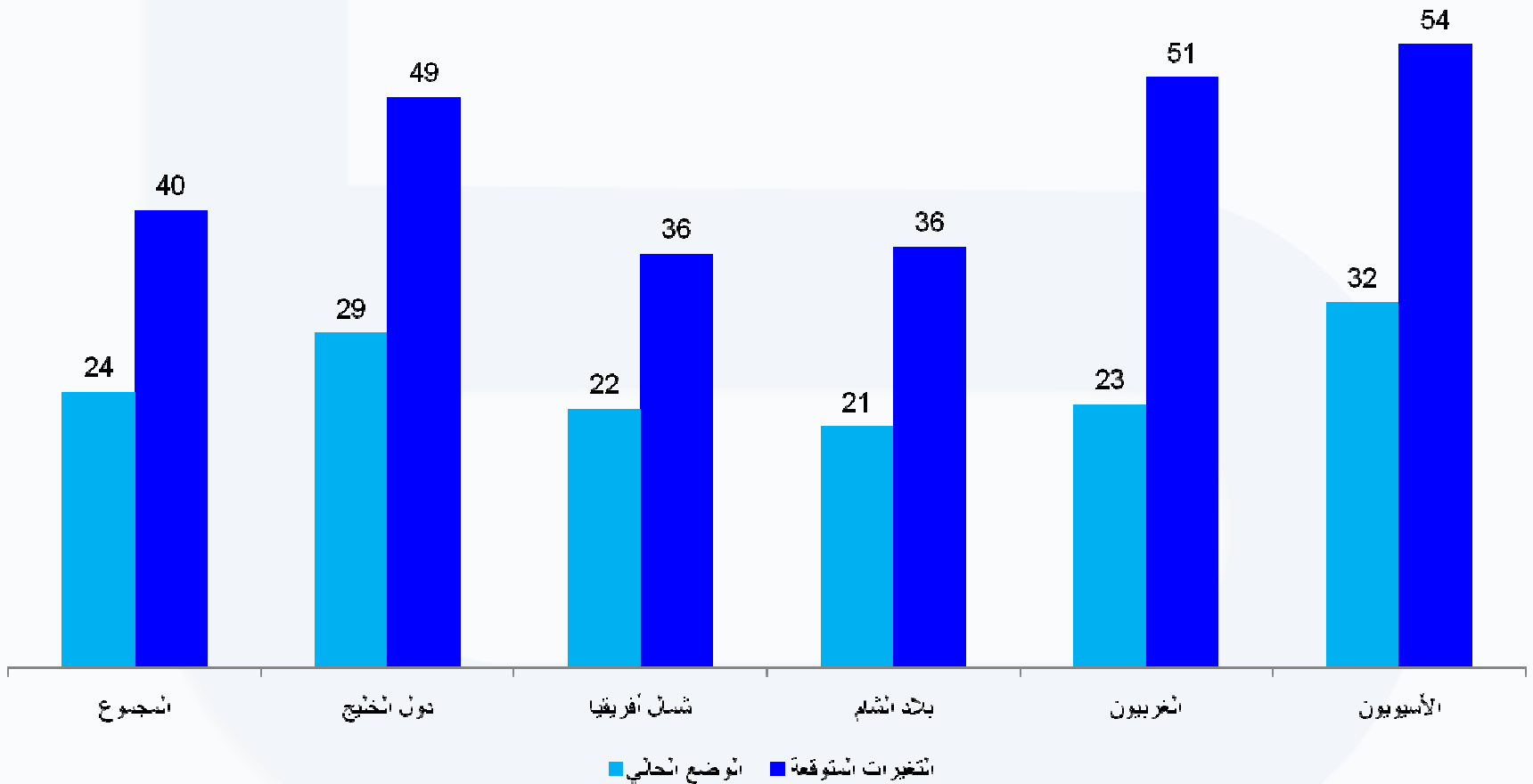
تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

• منذ الدورة السابقة إنخفضت توقعات الآسيويين قليلاً، أما الغربيين توقعاتهم ما زالت في ارتفاع.



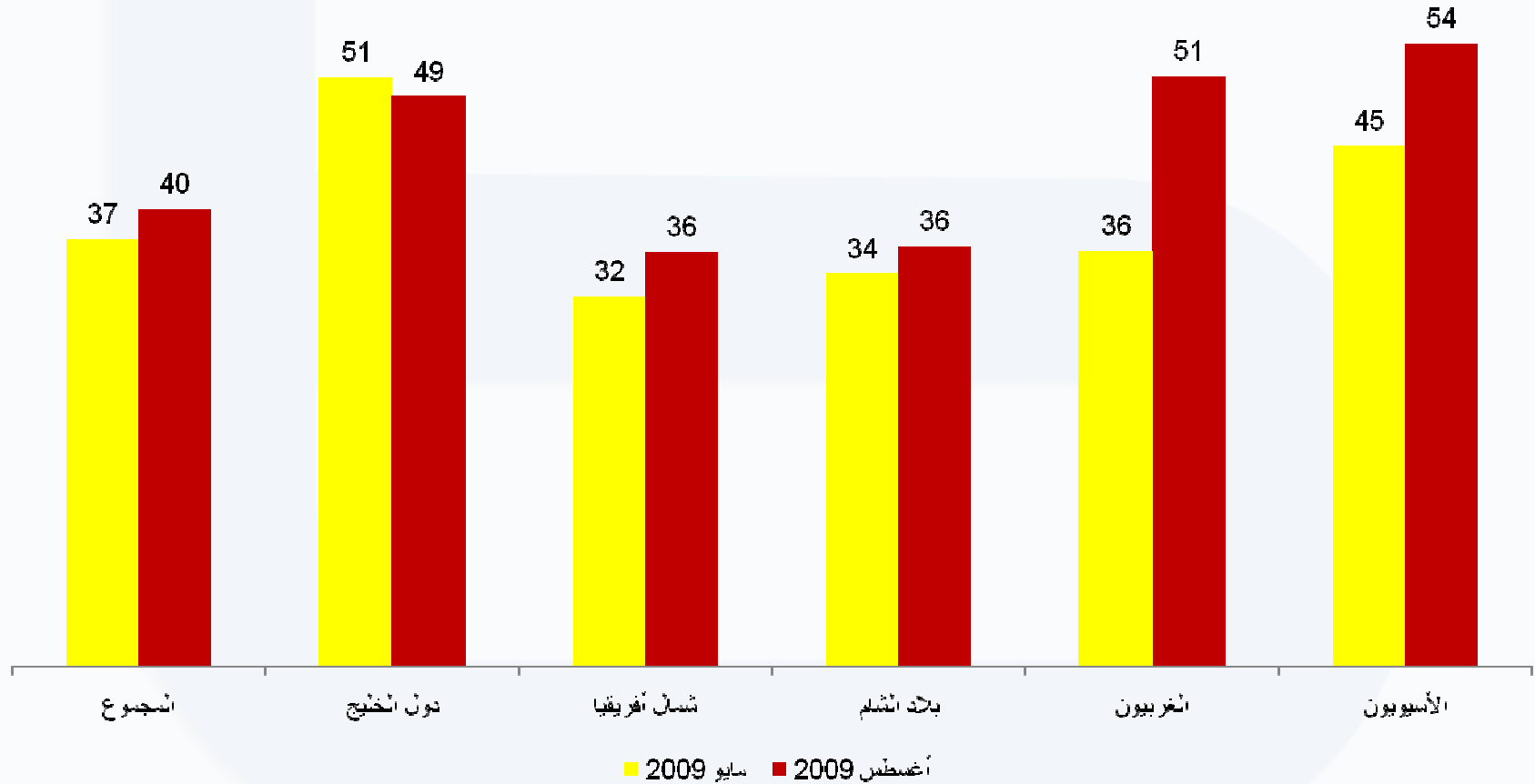
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• الخليجيين و الغربيين و الآسيويين نظرتهم أكثر إيجابية تجاه المستقبل.



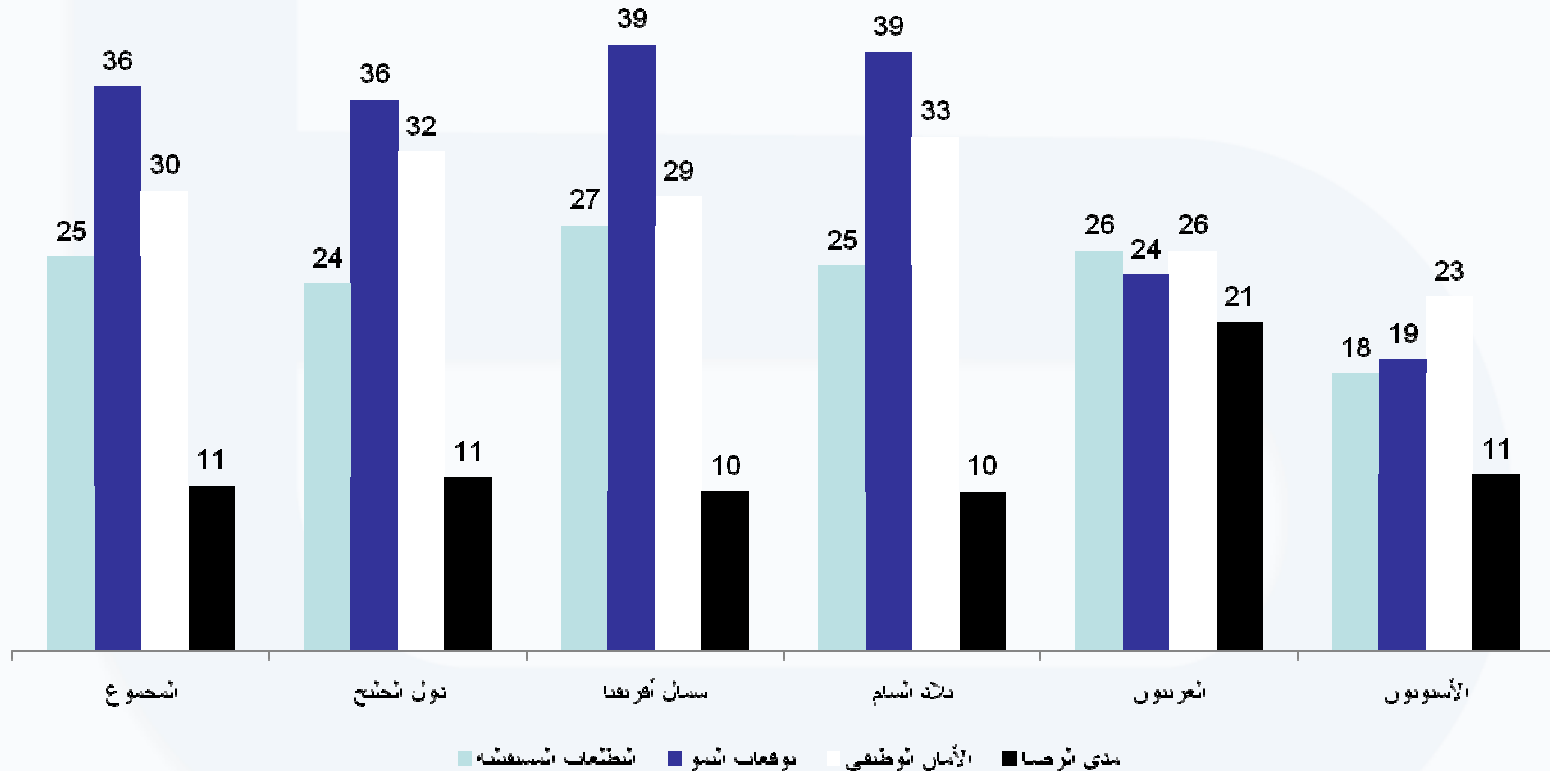
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• توقعات تحسن إقتصاد الدول إيجابية بين كل الجنسيات ما عدا الخليجيين.



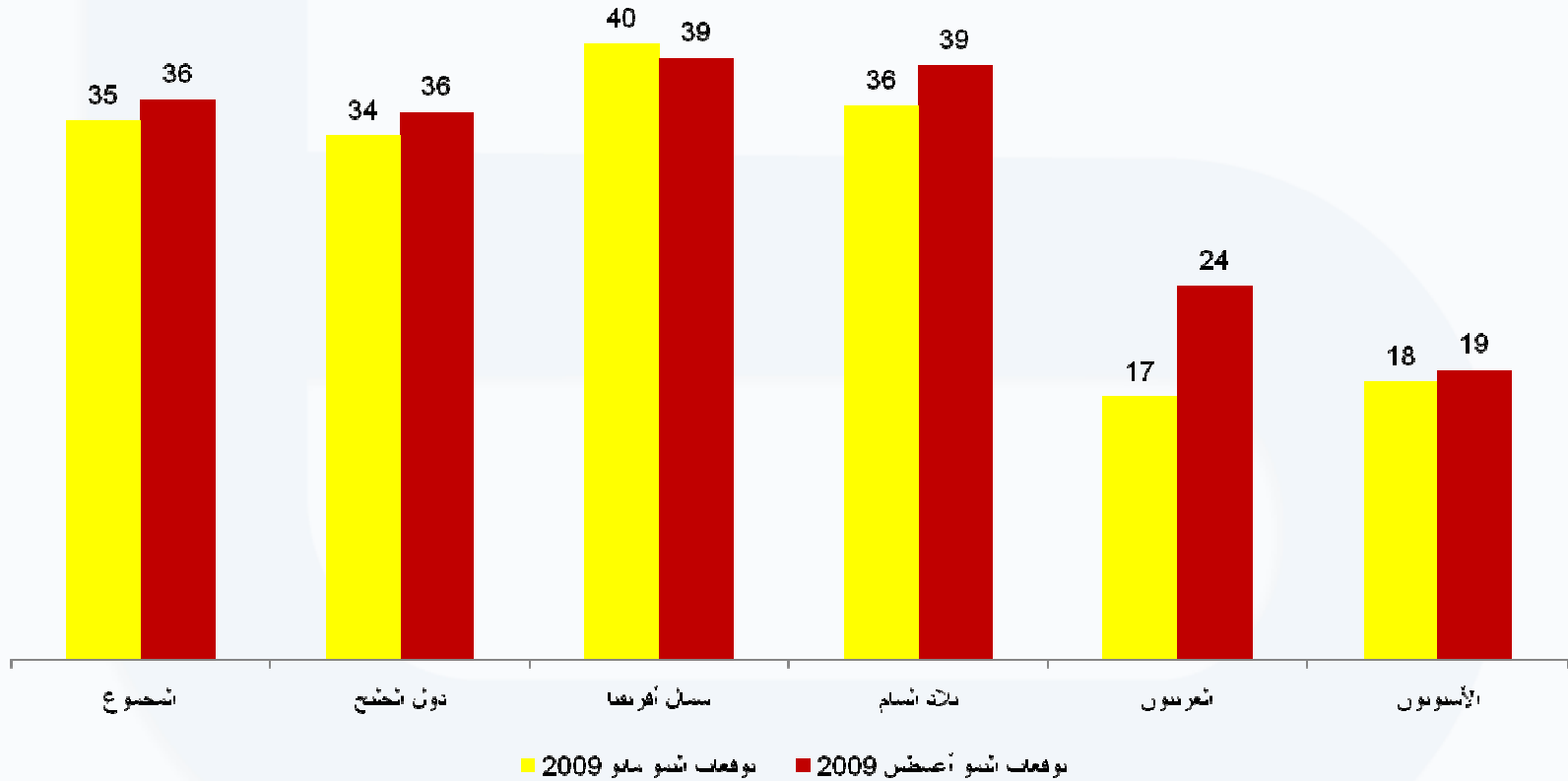
تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

- ينظر المجيبين من شمال أفريقيا و بلاد الشام إلى مستقبل عملهم و نموّه بشكل أفضل من باقي الجنسيات.
- سجّل مواطني بلاد الشام أعلى مستويات الأمان الوظيفي.
- الغربيون هم الأكثر رضا عن دخلهم.



تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

• شهد الغربيون أكبر زيادة في توقعات النمو الوظيفي.



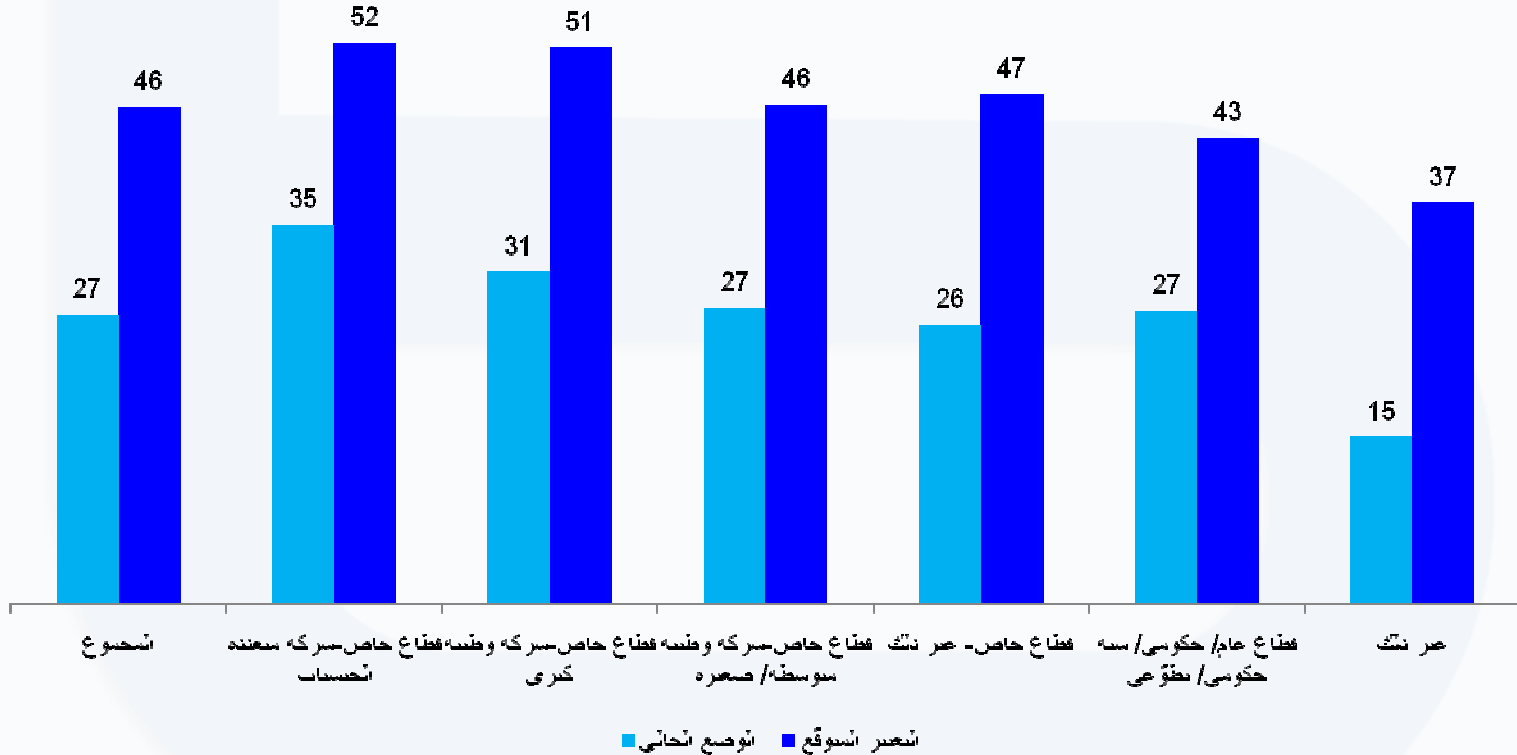
حسب قطاع العمل

YouGov[®]
What the world thinks

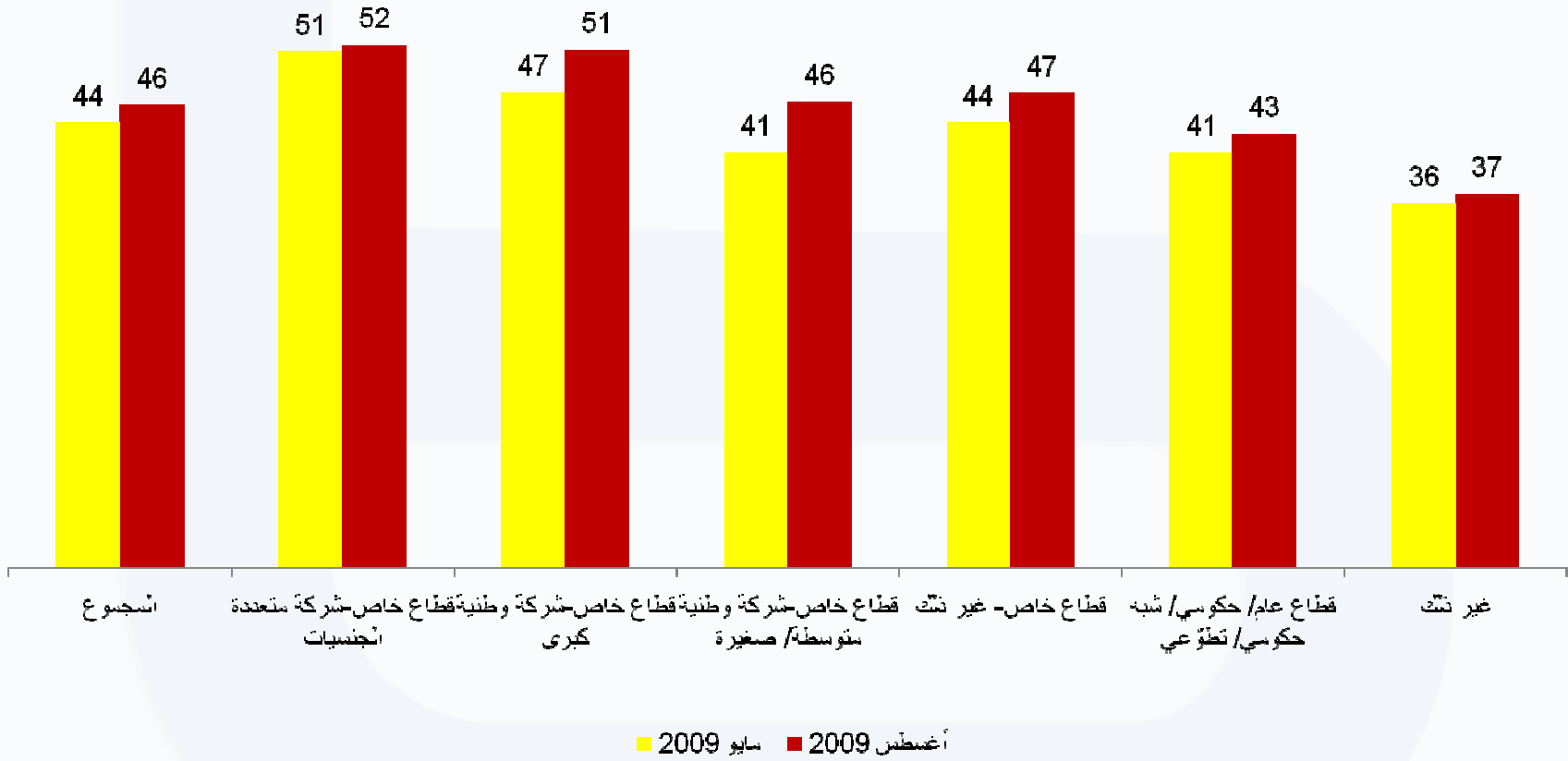
بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

• بغض النظر عن نوع قطاع العمل، يتوقع الجميع تحسّن الوضع المالي في المستقبل القريب.

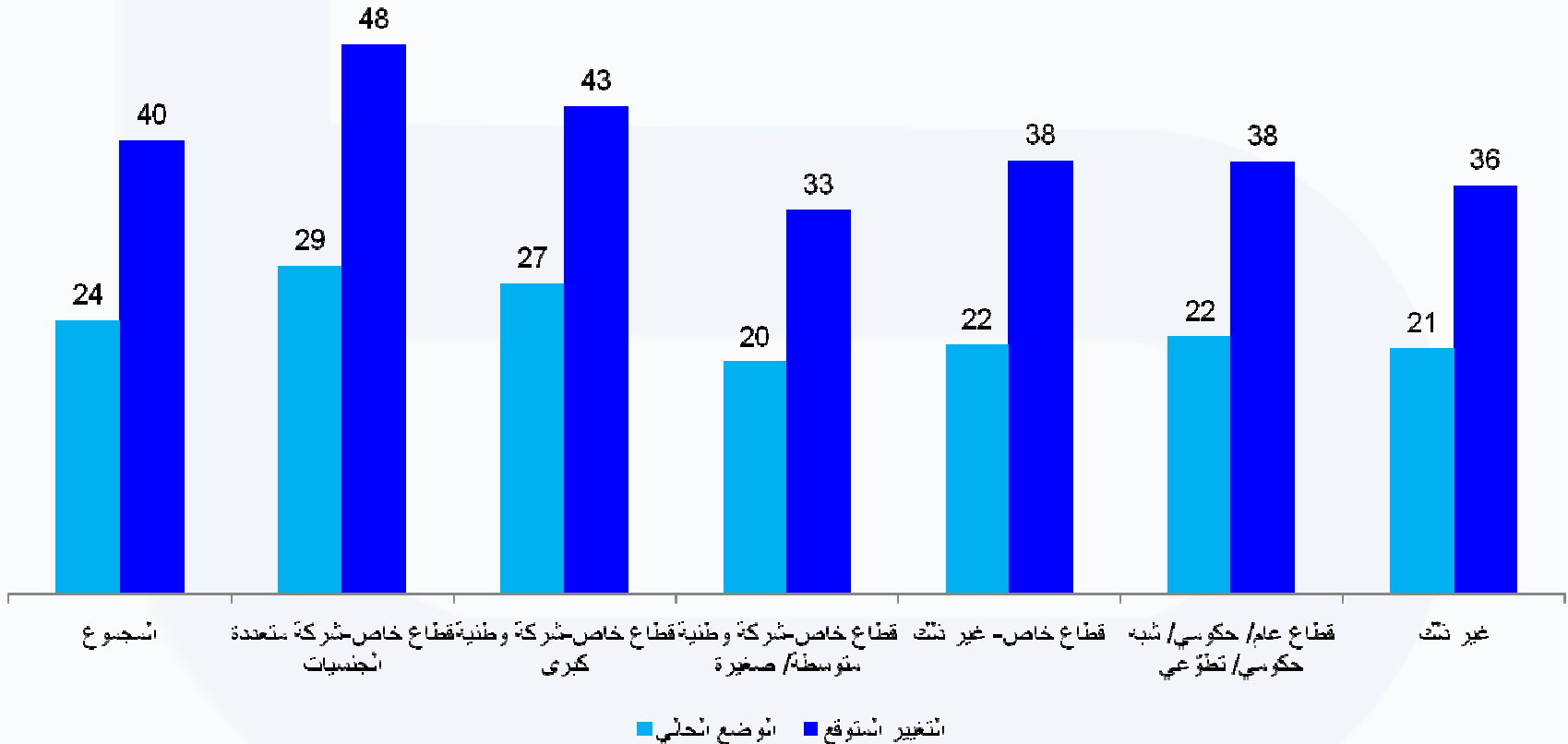


تقييم الوضع المالي الشخصي - (الخيار الأفضل)



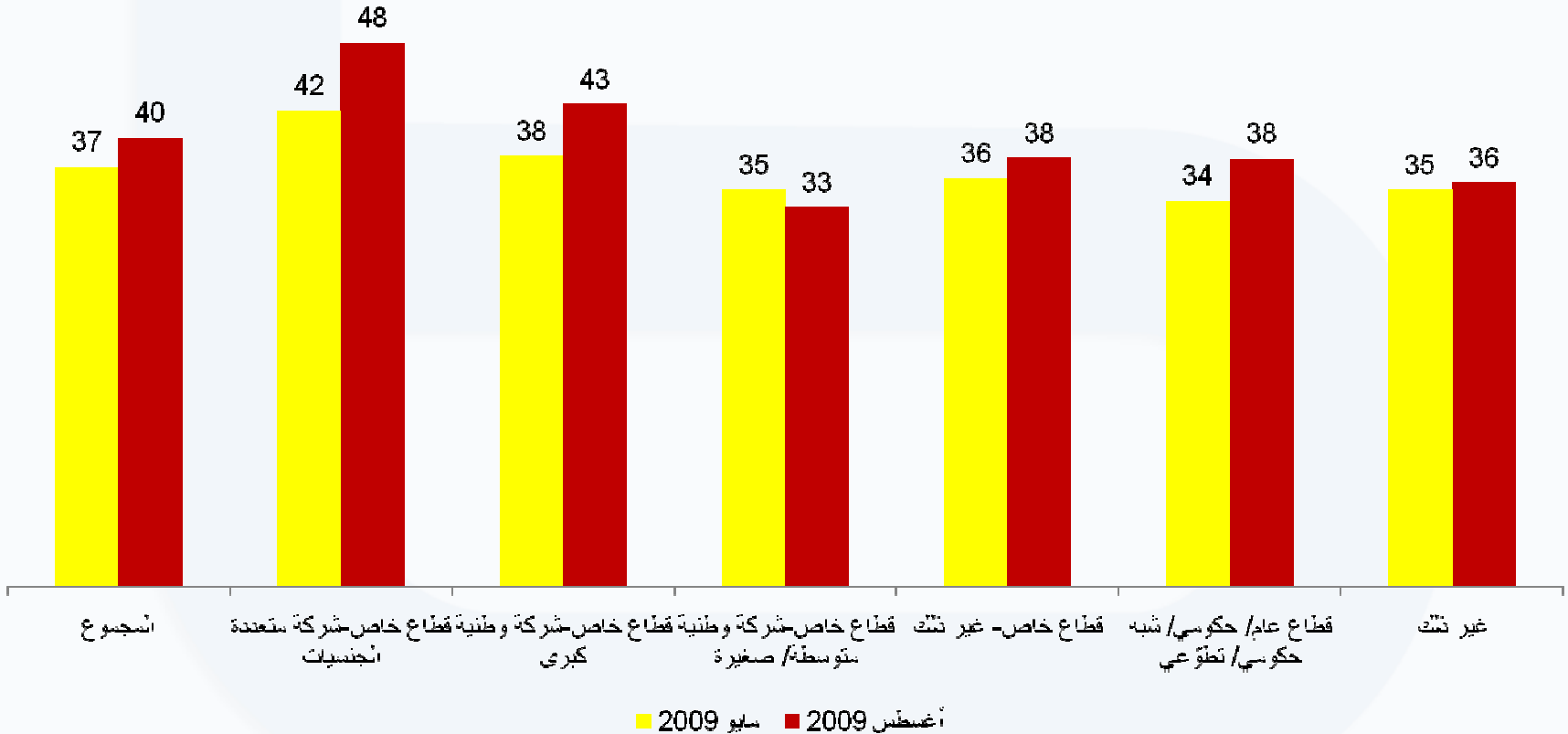
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

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



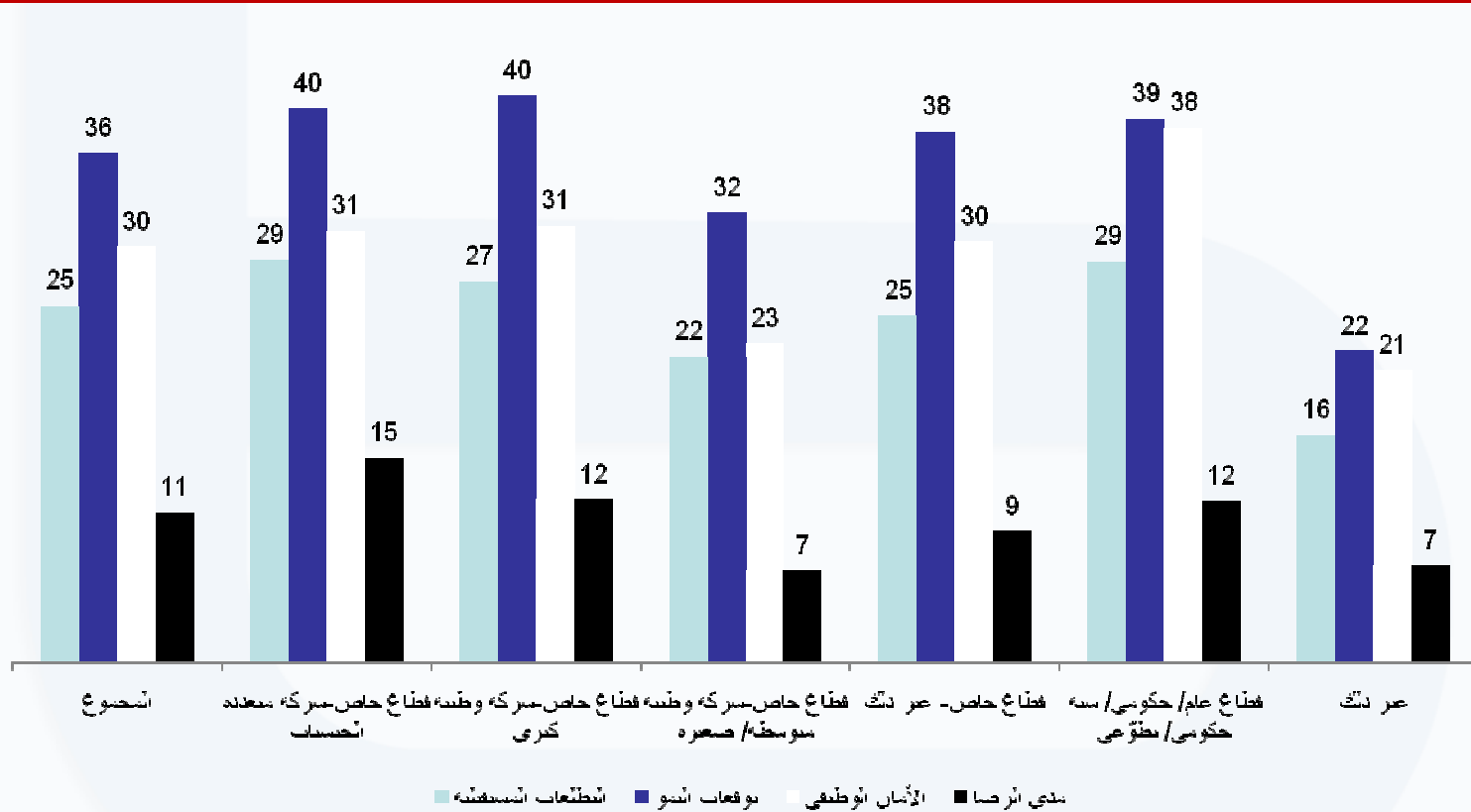
تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• شهدت الشركات متعددة الجنسيات أكبر زيادة في النظرة التفاؤلية لمستقبل إقتصاد الدول منذ الدورة السابقة.



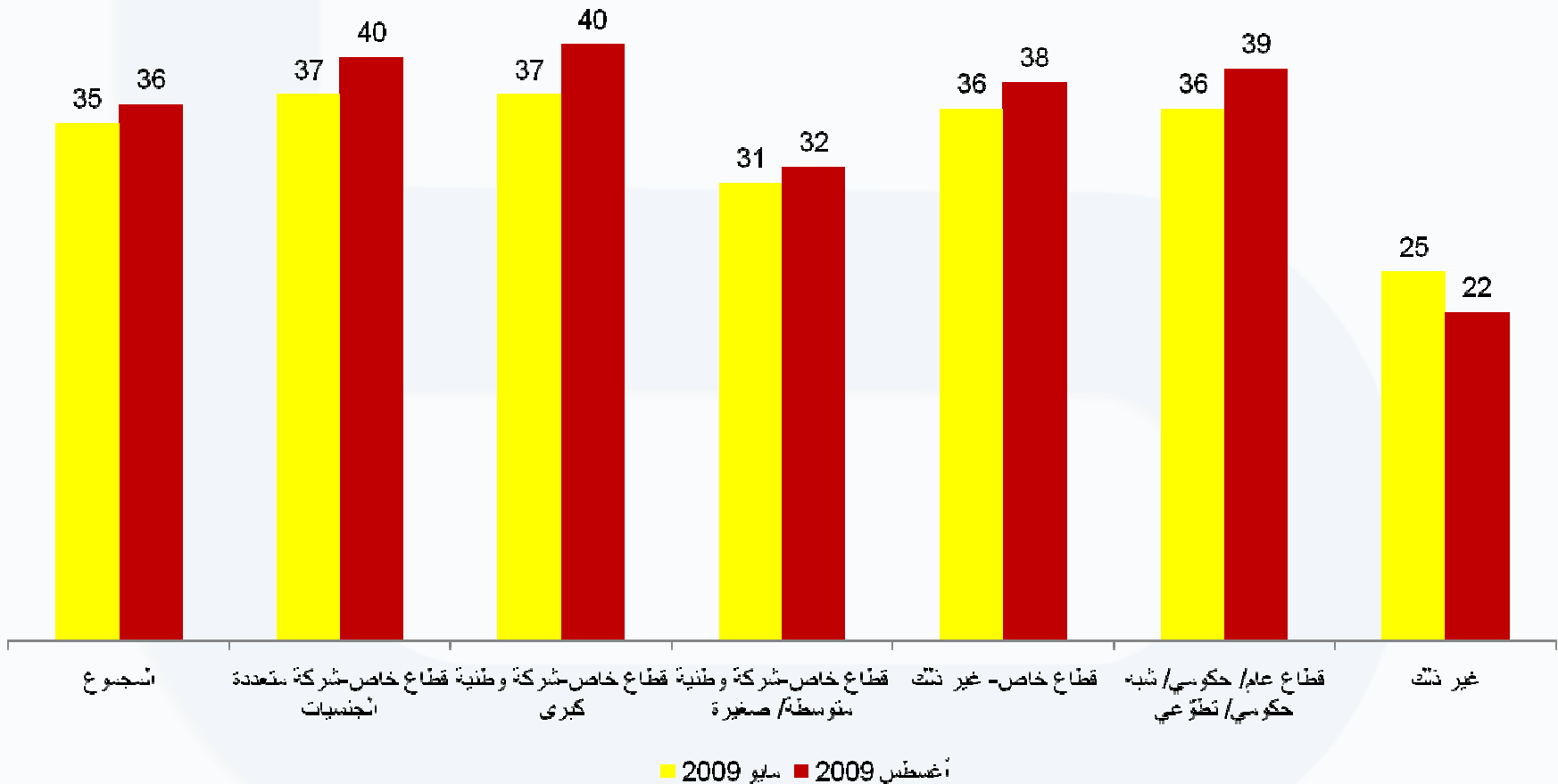
تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

- الأمان الوظيفي عالي نسبياً في القطاعات: العام/ شبه الحكومي/ التطوعي.
- المجيبون من جميع القطاعات متفانلون تجاه الفرص المستقبلية للنمو.



تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

• شهد الرضا عن النمو الوظيفي زيادة طفيفة في جميع القطاعات منذ الدورة السابقة.

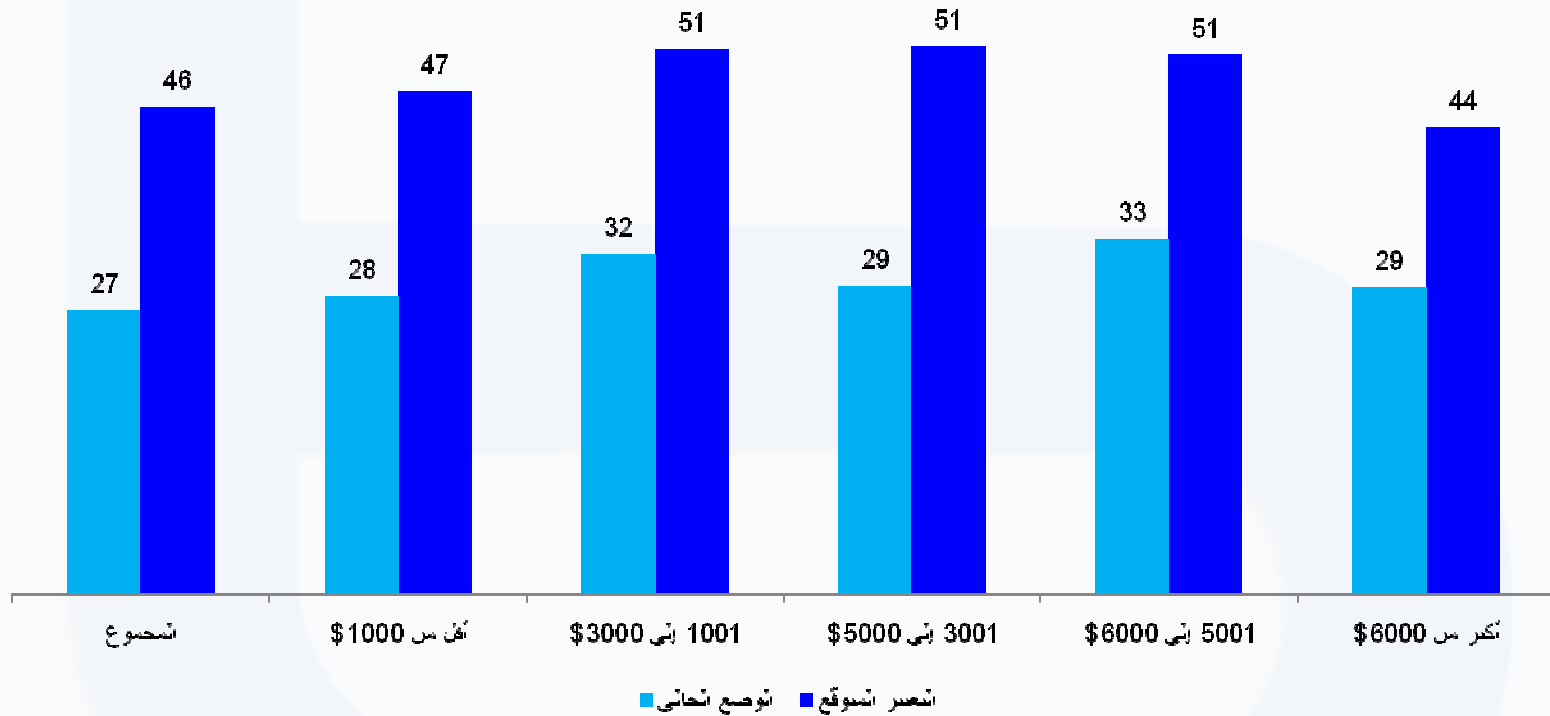


حسب الدخل

YouGov[®]
What the world thinks

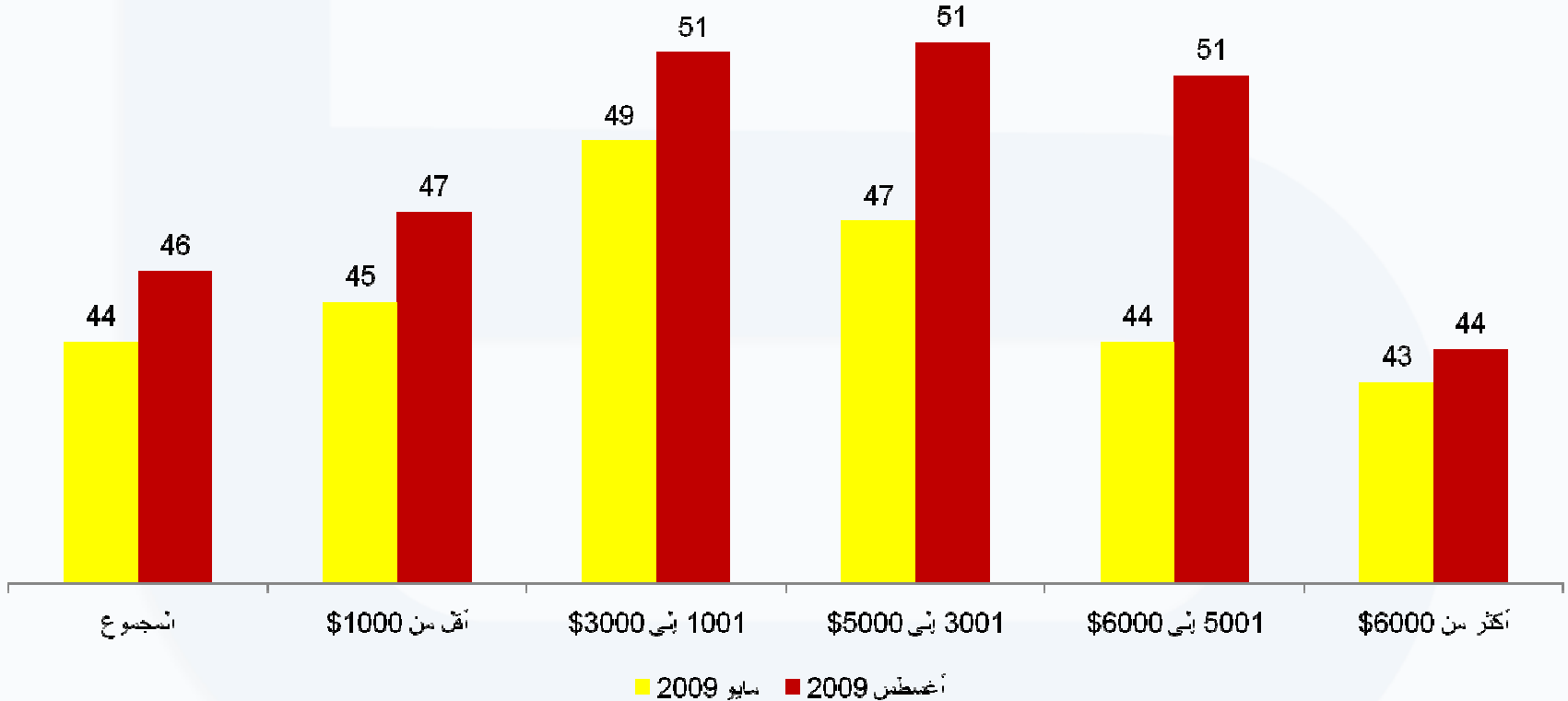
بيتا.كوم
أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)



تقييم الوضع المالي الشخصي – (الخيار الأفضل)

• يمكن أن نلاحظ التوقعات الإيجابية في مختلف مستويات الدخل.

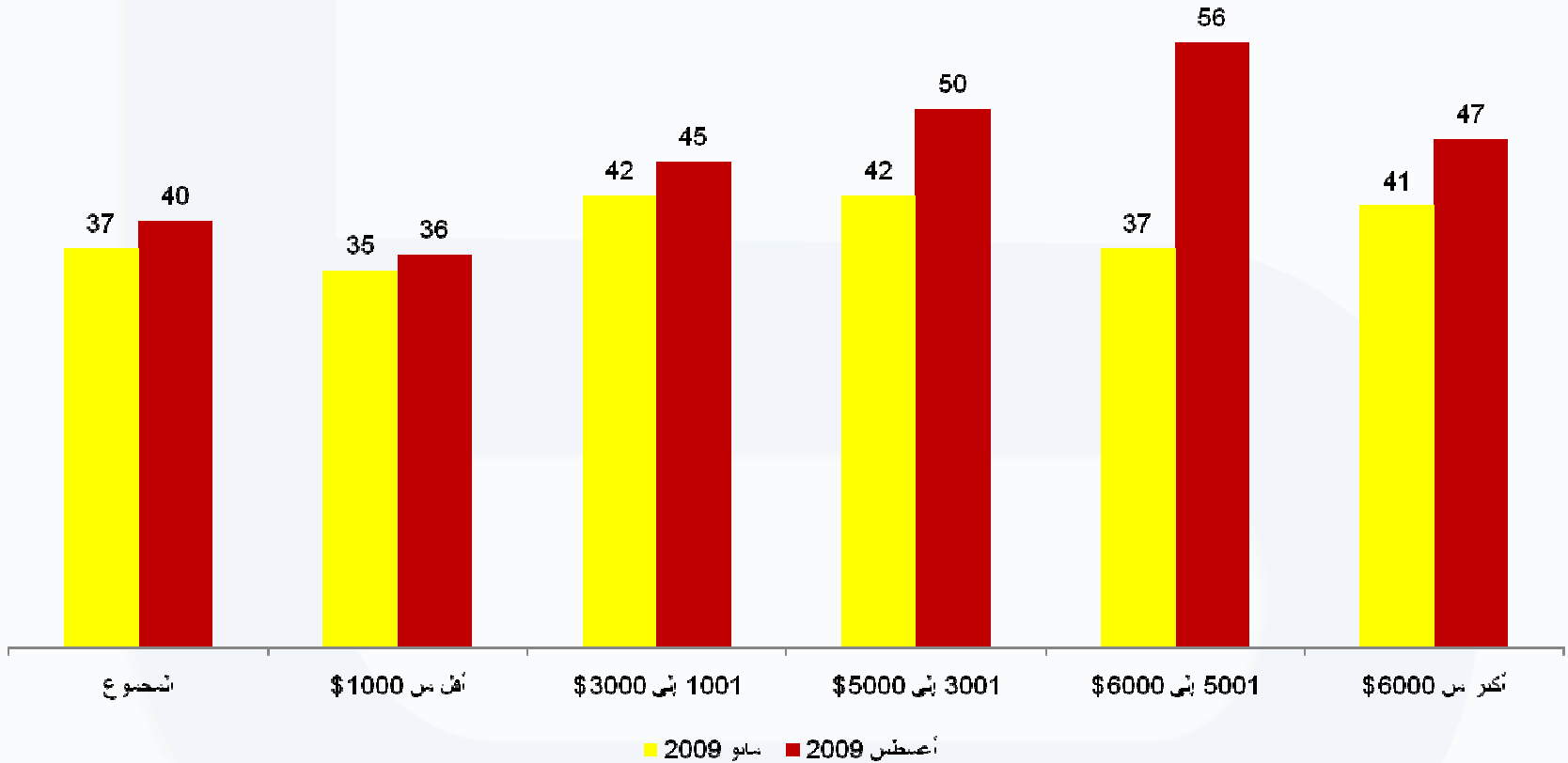


تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

• ذوي الدخل العالي توقعاتهم أكثر تفاؤلاً.

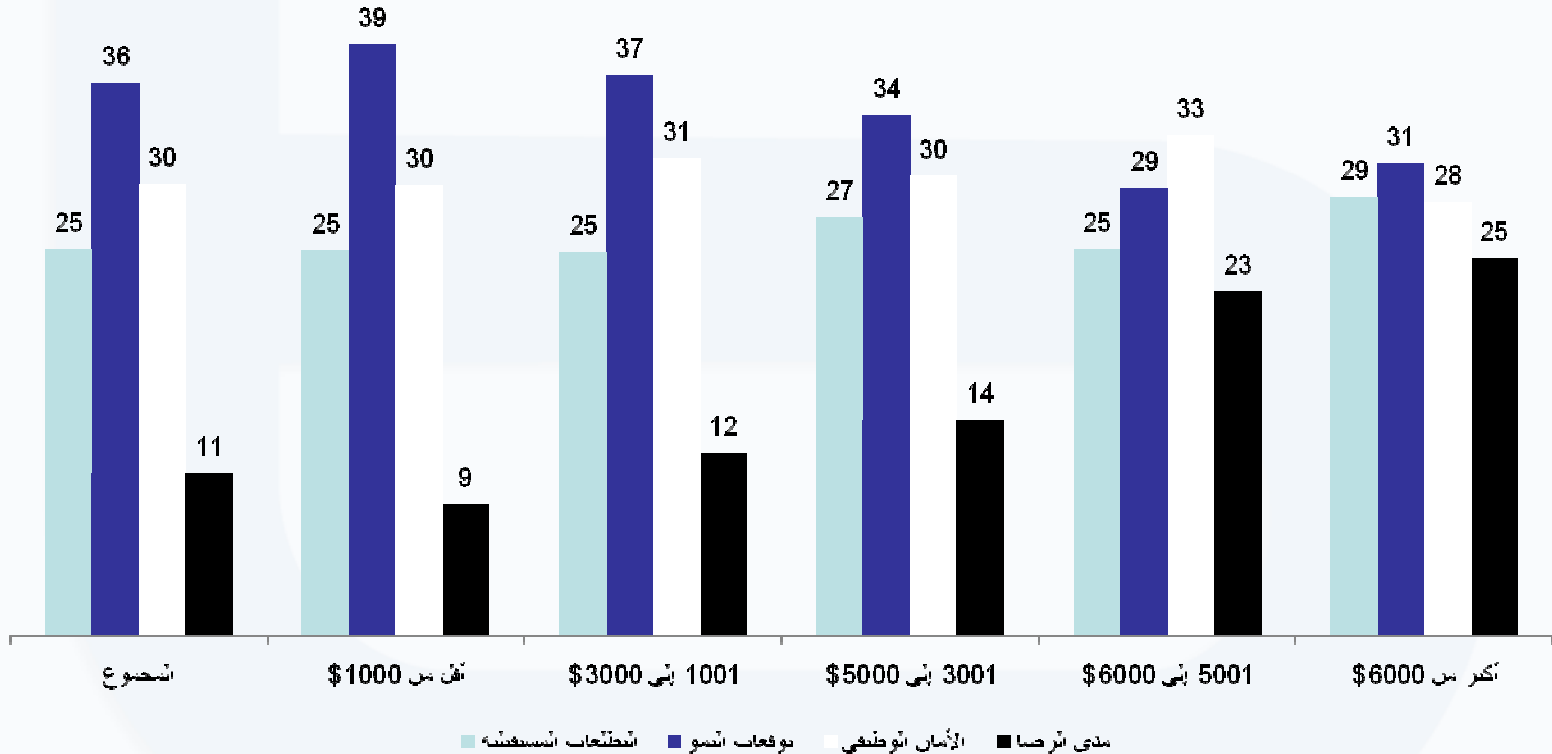


تقييم إقتصاد الدولة – (الخيار الأفضل)

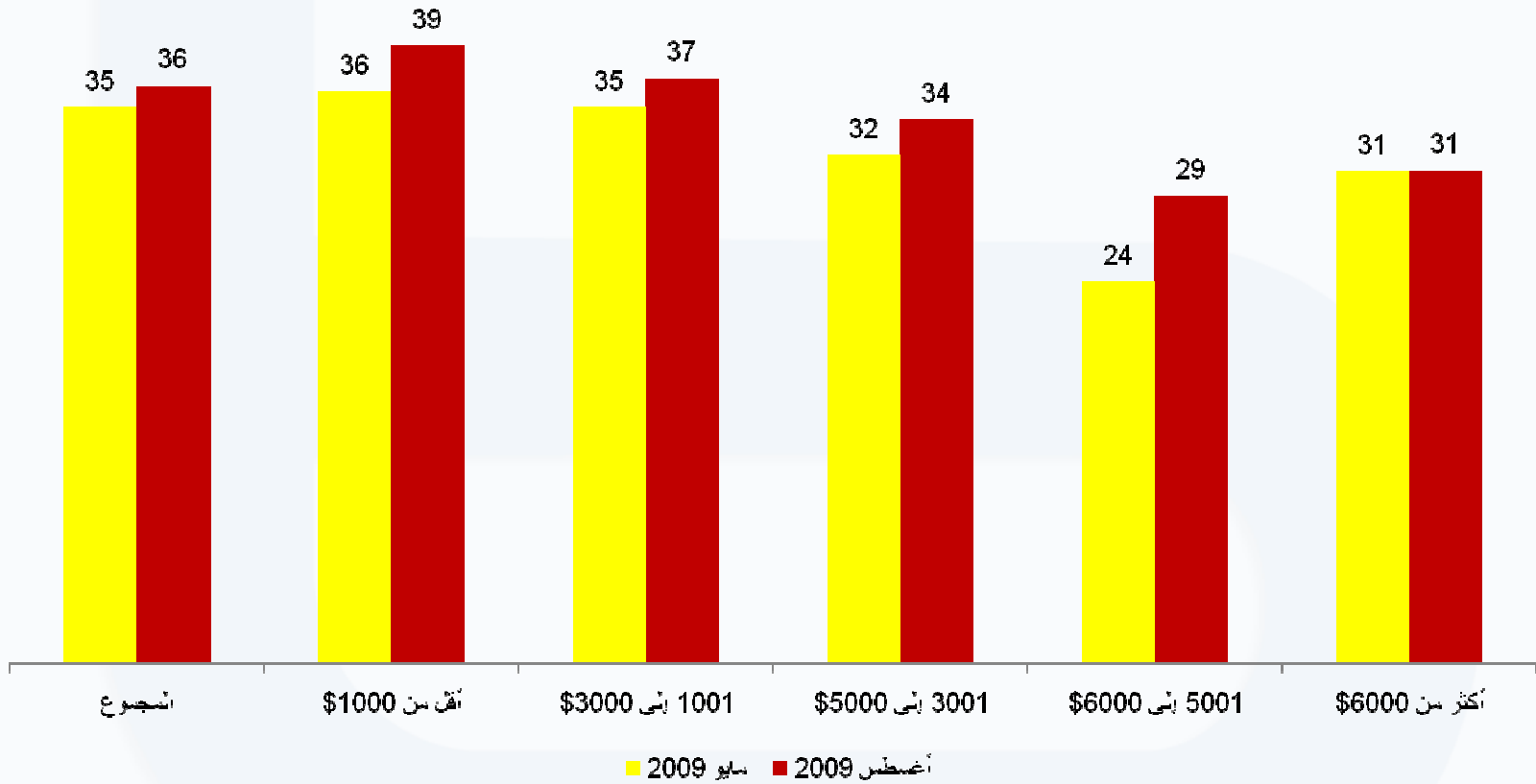


تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)

• الرضا عن الدخل يزداد مع ارتفاع مستوى الدخل.



تقييم الوظيفة - (خيار الرضا العالي)



© 2009

بيت.كوم

YouGov[®]
What the world thinks