

الأرقام القياسية
لأسعار المستهلك للربع الثالث
في إمارة عجمان 2022



جميع الحقوق محفوظة © مركز الإحصاء

حكومة عجمان - الإمارات العربية المتحدة @ 2023

يمنع نسخ أو استعمال أي جزء من هذا الكتاب من قبل أي شخص أو شركة أو جهة بأية وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية بما في ذلك التسجيل الفوتوغرافي والتسجيل على أقراص مقروءة أو بأية وسيلة نشر أخرى بما فيها حفظ المعلومات و استرجاعها دون الحصول على موافقة مسبقة صادرة من مركز عجمان للإحصاء، حكومة عجمان، دولة الإمارات العربية المتحدة.

في حالة الاقتباس يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي:

مركز الإحصاء - حكومة عجمان
الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2022
الإصدار رقم 17 - 2022

للتواصل وطلب البيانات الإحصائية يرجى التواصل:

مركز عجمان للإحصاء

البريد الإلكتروني: info.scc@ajman.ae

رقم الهاتف: +971 6 701 6770

الموقع الإلكتروني: scc.ajman.ae

ص.ب: 6556، عجمان - دولة الإمارات العربية المتحدة

@sccajman

التعريف بمركز عجمان للإحصاء

تم إنشاء "مركز عجمان للإحصاء" استناداً للمرسوم الأميري رقم (8) لسنة 2022. ويعتبر المركز هو الجهة المختصة محلياً في إمارة عجمان والمصدر الرئيس والمرجع الوحيد فيها في الشؤون الإحصائية المنصوص عليها في هذا المرسوم. يهدف المركز إلى تحقيق الغايات التالية:

1. تنظيم وتطوير العمل الإحصائي بما يحقق مصالح الدولة والإمارة.
2. بناء نظام إحصائي محلي متكامل.
3. دعم منظومة اتخاذ القرار في الحكومة ببيانات ومعلومات دقيقة وحديثة.

الرؤية



بالمعرفة نعزز مستقبل عجمان.

الرسالة



الإرتقاء بالعمل الإحصائي من خلال تطبيق أفضل الممارسات بإتباع المنهجيات العلمية الإحصائية والمعايير الموصى بها دولياً لتلبي إحتياجات مستخدمي البيانات ومتخذي القرار في الإمارة.

القيم



الجودة / الحيادية / الإحترافية / الموثوقية / الإبداع والابتكار / السرية / الشفافية

الأرقام القياسية
لأسعار المستهلك للربع الثالث
في إمارة عجمان 2022

المحتويات

6	المخلص التنفيذي.....
7	المقدمة.....
7	1. منهجية التقرير
7	1.1 أهداف مسح أسعار المستهلك
7	2.1 منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات.....
8	3.1 دورية المؤشر شهرياً.....
8	4.1 وحدة القياس
8	5.1 الشمول والتغطية
9	6.1 اختيار العينة.....
9	2. استخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك
9	3. جمع بيانات أسعار المستهلك ومصادرها
10	1.3 تصنيف المجموعات
12	4. تدقيق ومراجعة بيانات أسعار المستهلك
12	5. المفاهيم والمصطلحات
14	6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2022
14	1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2022
16	2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2022
18	3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2022
21	المراجع

الملخص التنفيذي

يقدم مركز عجمان للإحصاء تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان لعام 2022.

ويتضمّن التقرير تحليل بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2022 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2022.

ويهدف التقرير أن يكون مرجعاً مهماً لكل المختصين الراغبين في الحصول على المعلومة الدقيقة والصحيحة عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في إمارة عجمان وكذلك توفير معلومات موثقة لذوي الإختصاص والمهتمين من صنّاع القرار والباحثين.

وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير:

- في عام 2022 بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث 106.00 بالمئة بينما بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثاني 104.41 بالمئة لعام 2022 وذلك بمعدل نمو بلغ 1.52% خلال الفترة المذكورة .
- ساهمت مجموعة خدمات النقل في ارتفاع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في عام 2022 مقارنة بالربع الثاني من العام نفسه حيث ارتفعت من 119.16 بالمئة في الربع الثاني من عام 2022 إلى 125.64 بالمئة في الربع الثالث من عام 2022 بمعدل نمو مقداره 5.44%
- احتلت مجموعة الترويح والثقافة المرتبة الثانية ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث 2022 وبلغ المتوسط لها 109.16، تليها مساهمة مجموعة الأغذية والمشروبات والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.16 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022.

المقدمة

الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو مؤشر إحصائي يقيس التغيرات التي تطرأ على أسعار السلع والخدمات التي تدخل ضمن سلة الإنفاق الاستهلاكي للأسر في فترة زمنية تسمى فترة المقارنة منسوبة إلى فترة الأساس، حيث يعكس هذا التغير في الأسعار الأعباء التي يتحملها المستهلك وأوضاع تكاليف المعيشة وما إذا كانت تسجل ارتفاعاً أو انخفاضاً مقارنةً بالربع السابق، ومن ثم التعرف على اتجاهات الأسعار وظروف الأسواق وأعباء المعيشة.

ويقيس الرقم القياسي التغير النسبي الذي يطرأ على ظاهرة معينة من حيث السعر والكمية والقيمة بالنسبة لأساس معين حيث تؤخذ قيمة الظاهرة كأساس لحساب الرقم القياسي، وتسمى الفترة التي تنسب إليها الظاهرة بفترة الأساس، والفترة التي تقارن بفترة الأساس تسمى فترة المقارنة.

1. منهجية التقرير

1.1 أهداف مسح أسعار المستهلك

يهدف مسح أسعار المستهلك بصفة عامة إلى توفير البيانات الآتية:

- توفير بيانات عن الأسعار والأرقام القياسية للمستهلك على مستوى إمارة عجمان.
- توفير سلسلة زمنية عن الأرقام القياسية وأسعار المستهلك لخدمة صناعات القرار وراسمي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في أسعار المستهلك.

2.1 منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات

يقوم مركز عجمان للإحصاء بجمع بيانات شهرية عن أسعار المستهلك بهدف تركيب وحساب الأرقام القياسية لها، ونظراً للأهمية القصوى لهذه البيانات، فقد تم وضع نظام متكامل يغطي كافة الجوانب، من حيث طرق جمع الأسعار والمصادر، وتوزيعها الجغرافي، وترتيب عمليات دراسة الأسعار ووضع النظم المناسبة لها مع مسح دخل وإنفاق الأسرة نظراً للعلاقة المشتركة بينهما في حساب المجموعات الرئيسية للأسعار وحساب متوسط الإنفاق، حيث أن الأوزان المستخرجة من هذا المسح، هي العمود الفقري الذي يقوم عليه نظام الأرقام القياسية لأسعار المستهلك، إذ أن سلة المستهلك هي المجموعة الحقيقية للسلع والخدمات التي يتم رصدها ودراسة تغيرات أسعارها على فترات منتظمة¹.

¹ المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

خلال الربع الثاني لعام 2022 تم اعتماد أوزان السلع لمسح دخل وانفاق الأسرة 2019 التي تم تحديثها واعتمادها من قبل المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء، وعليه تم تغيير بيانات السنوات السابقة بناءً على الأوزان الجديدة؛ مما أدى إلى إضافة سلة جديدة وهي التأمين والخدمات المالية ولكن تم احتسابها بنفس طريقة الاحتساب للسلة السابقة ونفس المنهجية السابقة.

منهجية احتساب الرقم:

يتم احتساب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في الدولة بطريقة (لاسيبي) ذات الصيغة الرياضية التالية:
الرقم القياسي =

$$\sum \left[W_i^{t-1} \times \frac{P_i^t}{P_i^{t-1}} \right]$$

حيث:

$$P_i^t = \text{سعر السلعة في الفترة الحالية.}$$

$$P_i^{t-1} = \text{سعر السلعة في الفترة السابقة.}$$

$$W_i^{t-1} = \text{الوزن الترجيبي بالأسعار السابقة.}$$

3.1 دورية المؤشر

شهرياً.

4.1 وحدة القياس

بالمئة.

5.1 الشمول والتغطية

الرقم القياسي لأسعار المستهلك يغطي الإنفاق الاستهلاكي الذي تتحمله الأسر والأفراد ولا يشمل الإنفاق على أقساط القروض أو ضريبة الدخل أو شراء المنازل والأسهم أو أي أصول مالية أخرى.

6.1 اختيار العينة

تم إختيار عينة غير احتمالية (مقصودة) وممثلة للمصادر التي تجمع منها أسعار السلع والخدمات المختلفة بطريقة تحقق تغطية كاملة لجميع السلع التي تدخل ضمن نظام أسعار المستهلك، حيث يقوم الباحث الميداني باختيار هذه المصادر بناءً على توفر السلع داخلها.

2. استخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك

يستخدم مؤشر الأسعار لمجموعة كبيرة من الأغراض من أهمها:

- تكيف الأجور والإعانات الحكومية وإعانات الضمان الاجتماعي للتعويض جزئياً أو كلياً عن التغيرات في تكلفة المعيشة.
- قياس متوسط تضخم أسعار المستهلك للقطاع الأسري برمته، حيث يستخدم المؤشر لإزالة أثر تضخم عناصر الإنفاق الاستهلاكي النهائي للأسر المعيشية في الحسابات القومية، وتخليص الدخل والمجاميع القومية من أثر تغيرات الأسعار.
- مؤشر لقياس معدلات التضخم .
- دليل لإرشاد الناس فيما يتعلق بميزانية الأسرة والبند المكونة لها.
- مقياس للتغيرات في القدرة الشرائية للعملة.
- يستخدم في رصد التغيرات التي تطرأ على أسعار السلع التي يتم التعامل بها في الأسواق وما يتبع ذلك من الوقوف على اتجاهات الأسعار وظروف الأسواق وتكاليف المعيشة.
- مؤشر هام يعكس مدى التقدم والتطور الذي يحدث للقطاع الإنتاجي في فترة زمنية مقارنة بأخرى.
- يمثل الرقم القياسي وسيلة مباشرة في التعرف على القوة الشرائية للنقود، حيث تتناسب القوة الشرائية للنقود تناسباً عكسياً مع الرقم القياسي للأسعار.

3. جمع بيانات أسعار المستهلك ومصادرها

تشمل سلة المستهلك لعام 2019 حوالي 772 سلعة وخدمة، وصنفت السلة من ثلاثة عشرة قسماً رئيسياً حسب التصنيف الاستهلاكي الفردي حسب الغرض الصادر عن الأمم المتحدة، تجمع بيانات الأسعار عن طريق المقابلات الشخصية بواسطة فريق من الباحثين المدربين، وتجمع من محلات وأسواق البيع بالتجزئة

مثل البقالات والهايبر والسوبر ماركت، ومحلات بيع الأقمشة والملابس، والمطاعم، ومؤسسات الخدمات العامة، والمستشفيات، والأطباء والمدارس الخاصة وغيرها.

وقد زود الباحث بكشف يضم كافة السلع والخدمات المطلوبة وأسماء المصادر المختلفة وعناوينها، وموضحاً فيه الوصف الدقيق للسلعة، ولقد تم وضع آلية لجمع الأسعار بحيث يتم تغطية كافة أسعار السلع والخدمات وفق درجة تغيرها ودورانها في الأسواق، إضافة إلى درجة أهميتها من حيث شمولها في حساب الرقم القياسي أم لا، كذلك روعي عند استيفاء الأسعار بأن تجمع ثلاث تسعيرات مختلفة للسلع الغذائية وتسعيرتان أو تسعيرة لبقية السلع.

وتم توزيع هذه التسعيرات للسلعة الواحدة على مدار الشهر وذلك بتوزيع زيارات المصادر المختلفة داخل إمارة عجمان ليتم رصد الأسعار للسلعة الواحدة في فترات مختلفة من الشهر، أما بخصوص الخضار والفواكه فتجمع أسعارها بشكل أسبوعي وتجدر الإشارة هنا إلى أن مركز عجمان للإحصاء بدأ منذ بداية العام 2016 بجمع البيانات باستخدام تكنولوجيا الأجهزة اللوحية بدلاً من النظام الورقي.

1.3 تصنيف المجموعات

• المجموعات الرئيسية (المستوى الأول):

يتكون المستوى الأول لتصنيف سلة المستهلك من ثلاث عشرة مجموعة رئيسية هي:

1. الأغذية والمشروبات.
2. التبغ.
3. الملابس والأحذية.
4. السكن، المياه، الكهرباء، الغاز، والوقود.
5. التجهيزات والمعدات المنزلية.
6. خدمات الصحة.
7. خدمات النقل.
8. الاتصالات.
9. الترويج والثقافة.
10. التعليم.
11. المطاعم والفنادق.
12. التأمين والخدمات المالية.

13. السلع والخدمات المتنوعة.

• المجموعات الرئيسية (المستوى الثاني):

قسمت في المستوى الثاني من التصنيف كل مجموعة رئيسية إلى عدد من المجموعات، فعلى سبيل المثال: قسمت المجموعة الرئيسية للأغذية والمشروبات إلى تسع مجموعات وهي: الحبوب ومنتجاتها، اللحوم والدواجن والأسماك، منتجات الألبان والبيض، الزيوت والدهون والفواكه والخضروات، السكر والمنتجات السكرية، الشاي والبن والكافو، التوابل والملح وأطعمة أخرى.

• المجموعات الفرعية (المستوى الثالث):

في المستوى الثالث من التصنيف تم تجزئة بعض المجموعات إلى مجموعات فرعية أيضاً، مثال ذلك مجموعة اللحوم والدواجن والأسماك، فقد قسمت إلى ثلاث مجموعات فرعية هي: مجموعة اللحوم، ومجموعة الدواجن، ومجموعة الأسماك، وكذلك الحال بالنسبة لمنتجات الألبان والبيض، حيث قسمت إلى ثلاث مجموعات فرعية هي: مجموعة الحليب، ومجموعة منتجات الحليب، ومجموعة البيض، أما مجموعة الفواكه والخضروات، فقد جرى تقسيمها إلى مجموعات فرعية كالتالي: فواكه طازجة، وفواكه مجففة، ومكسرات، وفواكه معلبة، وخضروات طازجة، وخضروات مجففة، وخضروات مجمدة، والبقول وغيرها، وقد استخدمت هذه التقسيمات للمجموعات التي تضم عدداً كبيراً من السلع.

• المواد (المستوى الرابع):

تم تقسيم المجموعات الفرعية إلى عدد من المواد فمثلاً تشتمل مجموعة الحبوب والخبز على المواد التالية: الأرز والطحين والخبز والبسكويت والمعكرونة وغيرها، وقد قسمت مجموعة اللحوم إلى مجموعات فرعية، هي: اللحوم الطازجة، واللحوم المجمدة، واللحوم المعلبة، وغيرها.

• السلع والخدمات (المستوى الخامس):

جرى وصف دقيق للمواد وفق سلع ذات مواصفات أكثر تفصيلاً لتسهيل جمع أسعارها، فمثلاً مادة الأرز تشمل مجموعة من السلع تم وصفها بمزيد من التفصيل بحيث تعطي وصفاً دقيقاً للمادة المراد جمع أسعارها من حيث اسم السلعة المعروف والماركة المشهورة وبلد المنشأ إضافة إلى الوزن المتداول. وتم وضع الوصف الدقيق للسلع والخدمات لضمان أن يعكس الرقم القياسي لسعر المستهلك التغيرات في الأسعار فقط وليس التغيرات التي تعود للاختلافات في الكمية أو النوعية.

4. تدقيق ومراجعة بيانات أسعار المستهلك

بعد عملية جمع بيانات الأسعار يتم تدقيق ومراجعة هذه البيانات من خلال مراجعة منطقية هذه الأسعار وذلك بالمقارنة مع أسعار السلعة نفسها من مصادر أخرى وإمارات أخرى، عند اكتشاف خطأ أثناء المراجعة المنطقية يتم التأكد ميدانياً من السعر ومراجعتة مراجعة حسابية من حيث الوسط الهندسي لأسعار السلعة ويتم مراجعة الوسط الهندسي العام ميدانياً لعينة من أسعار السلع التي تم جمعها.

5. المفاهيم والمصطلحات¹

• التضخم:

هو الإرتفاع المستمر والملموس في المستوى العام للأسعار في دولة ما، ويحسب التضخم وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{معدل التضخم} = 100 \times \frac{P_i - P_{i-1}}{P_{i-1}}$$

حيث: P_i يمثل المستوى العام للأسعار في سنة المقارنة.

P_{i-1} يمثل المستوى العام للأسعار للسنة السابقة

• الرقم القياسي للأسعار:

هو وسيلة إحصائية لقياس التغيرات الحاصلة في أسعار السلع والخدمات بين فترتين زمنييتين.

• القوة الشرائية للنقود:

هي كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بوحدة النقد.

• معادلة لاسبير:

هي معادلة رياضية، وضعها عالم الإحصاء (لاسبير) لاحتساب الأرقام القياسية للأسعار، وذلك بقسمة أسعار سنة المقارنة على أسعار سنة الأساس، وبالترجيح بكميات سنة الأساس.

• جدول غلاء المعيشة (الرقم القياسي لأسعار المستهلك):

هو عبارة عن جدول يشمل معدلات ارتفاع أسعار المستهلك الأسري خلال فترة زمنية مقارنة بفترة زمنية سابقة.

¹ المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

- **سعر المستهلك:**

هو السعر الذي يدفعه المستهلك الأسري مقابل حصوله على سلعة أو خدمة للإحتياجات الأسرية.

- **فترة الأساس:**

هي الفترة الزمنية التي يتم مقارنة الفترة الجارية بها.

- **سلة المستهلك:**

هي المجموعة الحقيقية للسلع والخدمات، التي يقوم المستهلك بالإنفاق عليها للأغراض المعيشية.

- **أوزان الترجيح:**

هي الأهمية النسبية للسلع والخدمات داخل سلة المستهلك أو داخل الاقتصاد بشكل عام، وتستخدم في العمليات الحسابية للرقم القياسي.

- **أسعار فترة الأساس:**

هي أسعار السلع والخدمات في فترة ما، والتي يتم مقارنة الأسعار الجارية بها.

- **نسبة التغير في الرقم القياسي:**

هي مقدار التغير في الرقم القياسي، وتحسب بقسمة الرقم القياسي لفترة ما على الرقم القياسي لفترة المقارنة مضروباً في مئة ثم طرح مئة.

6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2022

1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2022

تظهر نتائج متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في عام 2022 أن المتوسط سجل إرتفاعاً في قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك مقارنة بالربع الثاني عام 2022 وذلك بمعدل نمو مقداره 1.52% خلال الفترة المذكورة ، وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع ، ومن خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (يوليو وأغسطس وسبتمبر) لعام 2022 كما هو مبين في الجدول رقم (1.6).

احتلت مساهمة مجموعة خدمات النقل المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث لعام 2022 والذي بلغ 125.64 بالمئة ، وتليها مساهمة مجموعة الترويج والثقافة والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 109.16 بالمئة ثم مجموعة الأغذية والمشروبات حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.16 بالمئة.

وسجلت مجموعة التبغ متوسطاً قياسيياً بلغ 99.85 بالمئة وأما مجموعة التأمين والخدمات المالية كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 96.17 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (1.6).

جدول (1.6)

متوسط الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثالث عام 2022

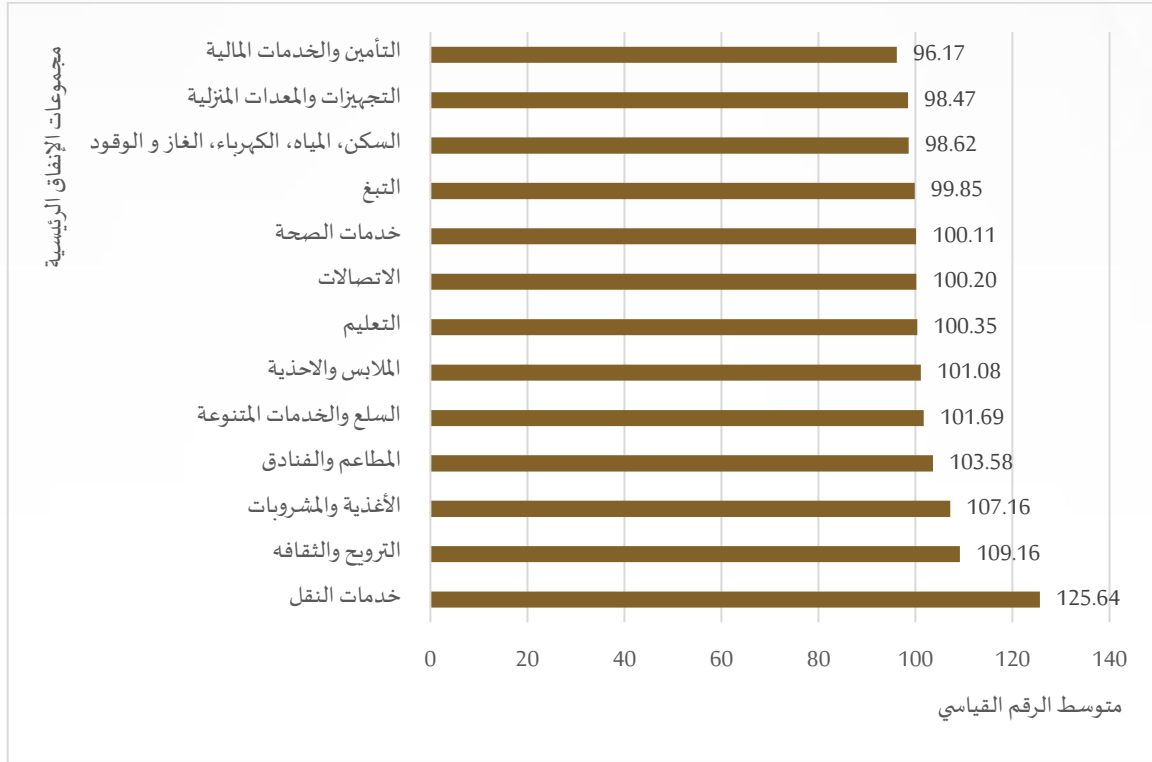
الربع الثالث 2022				الرقم القياسي العام	رمز المجموعة
متوسط الربع الثالث 2022	سبتمبر	أغسطس	يوليو		
106.00	105.14	106.02	106.85		
مجموعات الإنفاق الرئيسية					
125.64	120.23	126.05	130.64	خدمات النقل	07
109.16	103.91	112.22	111.36	الترويح والثقافة	09
107.16	108.02	107.16	106.30	الأغذية والمشروبات	01
103.58	105.64	102.40	102.69	المطاعم والفنادق	11
101.69	101.93	101.91	101.24	السلع والخدمات المتنوعة	13
101.08	101.59	100.99	100.67	الملابس والأحذية	03
100.35	100.62	100.21	100.21	التعليم	10
100.20	100.16	100.20	100.25	الاتصالات	08
100.11	100.11	100.11	100.11	خدمات الصحة	06
99.85	99.85	99.85	99.85	التبغ	02
98.62	99.31	98.07	98.47	السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود	04
98.47	98.33	98.76	98.33	التجهيزات والمعدات المنزلية	05
96.17	96.17	96.17	96.17	التأمين والخدمات المالية	12

المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

شكل (1.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثالث عام 2022



2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2022

الجدول رقم (2.6) يظهر نتائج الربع الثاني لمتوسط الرقم القياسي في عام 2022 لأسعار المستهلك وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع ومن خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (ابريل ومايو ويونيو) لعام 2022 والذي بلغ 104.41 بالمئة.

احتلت مساهمة مجموعة خدمات النقل المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 والذي بلغ 119.16 بالمئة، وتليها مساهمة مجموعة الترويح والثقافة والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 112.18 بالمئة ثم مجموعة الأغذية والمشروبات حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 104.78 بالمئة.

وسجلت مجموعة المطاعم والفنادق رقماً قياسيماً بلغ متوسطه 102.60 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 101.31 بالمئة وأما مجموعة التأمين والخدمات المالية كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 98.00 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (2.6).

جدول (2.6)

متوسط الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني عام 2022*

الربع الثاني 2022					رمز المجموعة
متوسط الربع الثاني 2022	يونيو	مايو	أبريل	الرقم القياسي العام	
104.41	105.21	104.02	103.99		
مجموعات الإنفاق الرئيسية					
119.16	123.11	116.85	117.51	خدمات النقل	07
112.18	108.12	111.80	116.63	الترويح والثقافة	09
104.78	105.52	105.24	103.59	الأغذية والمشروبات	01
102.60	102.54	102.69	102.58	المطاعم والفنادق	11
101.31	101.63	101.34	100.95	السلع والخدمات المتنوعة	13
100.24	100.67	100.18	99.86	الملابس والأحذية	03
100.21	100.21	100.21	100.21	التعليم	10
100.14	100.21	100.10	100.12	الاتصالات	08
100.11	100.11	100.11	100.11	خدمات الصحة	06
99.56	99.86	99.71	99.10	التبغ	02
98.60	98.68	98.08	99.03	التجهيزات والمعدات المنزلية	05
98.22	98.46	98.46	97.74	السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود	04
98.00	98.75	96.95	98.29	التأمين والخدمات المالية	12

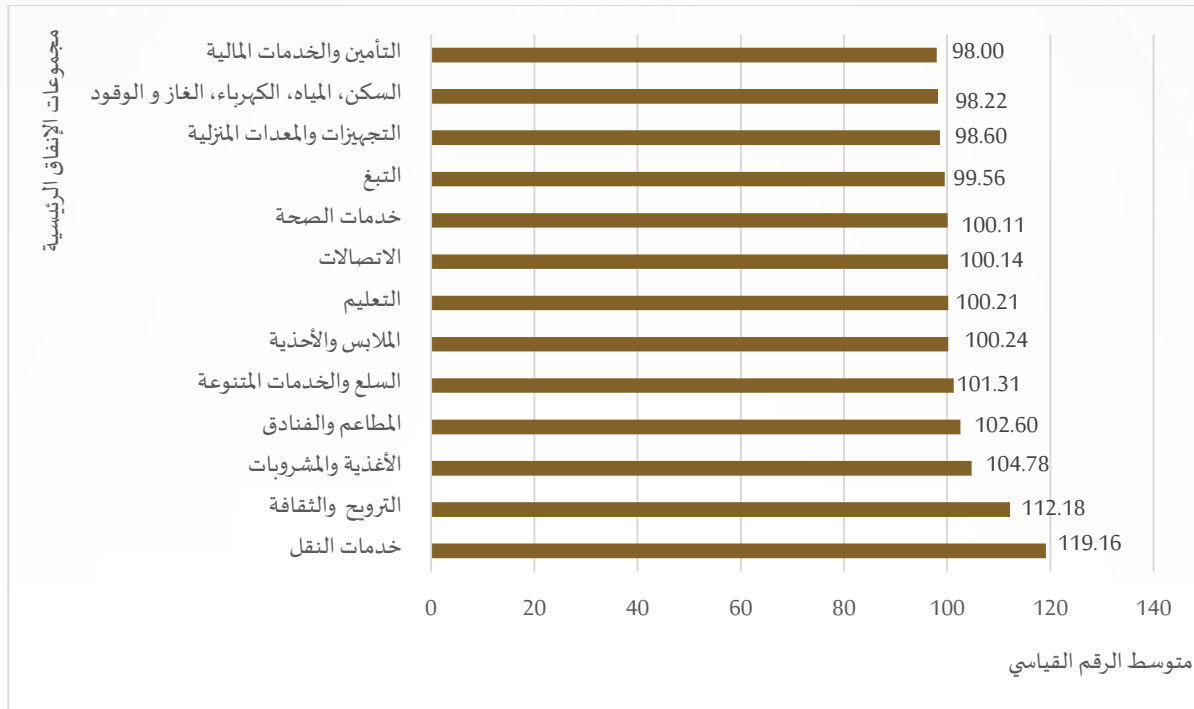
المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

*تم تحديث بيانات الربع الثاني 2022 بناء على آخر تحديث من الجهة

شكل (2.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني عام 2022



3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2022

يوضح الجدول رقم (3.6) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو لأسعار المستهلك في الربع الثاني من عام 2022 والربع الثالث لنفس العام، حيث ارتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 104.41 بالمئة بالربع الثاني من عام 2022 إلى 106.00 بالمئة بالربع الثالث لنفس العام وذلك بمعدل نمو مقداره 1.52% خلال الفترة المذكورة.

جدول (3.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية للربع الثاني لعام 2022 مقارنة مع الربع الثالث عام 2022

رمز المجموعة	الرقم القياسي العام	متوسط الربع الثاني 2022*	متوسط الربع الثالث 2022	معدل التغير بين الربع الثاني 2022 والربع الثالث 2022
		104.41	106.00	%1.52
مجموعات الإنفاق الرئيسية**				
07	خدمات النقل	119.16	125.64	%5.44
01	الأغذية والمشروبات	104.78	107.16	%2.27
11	المطاعم والفنادق	102.60	103.58	%0.96
03	الملابس والأحذية	100.24	101.08	%0.84
04	السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود	98.22	98.62	%0.41
13	السلع والخدمات المتنوعة	101.31	101.69	%0.38
02	التبغ	99.56	99.85	%0.29
10	التعليم	100.21	100.35	%0.14
08	الاتصالات	100.14	100.20	%0.06
06	خدمات الصحة	100.11	100.11	%0.00
05	التجهيزات والمعدات المنزلية	98.60	98.47	%0.13-
12	التأمين والخدمات المالية	98.00	96.17	%1.87-
09	الترويج والثقافة	112.18	109.16	%2.69-

المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

*تم تحديث بيانات الربع الثاني 2022 بناء على آخر تحديث من الجهة

**تم اعتماد مسميات مجموعات الأنفاق الرئيسية بناءً على آخر تحديث من الجهة

من أبرز المجموعات التي ساهمت في ارتفاع متوسط الربع الثالث في عام 2022 مقارنة بمتوسط الربع الثاني من نفس العام مجموعة خدمات النقل حيث بلغت 119.16 بالمئة في الربع الثاني من عام 2022 وارتفعت إلى 125.64 بالمئة للربع الثالث لعام 2022 بمعدل نمو مقداره %5.44.

تليها مساهمة مجموعة الأغذية والمشروبات حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي من 104.78 بالمئة في الربع الثاني لعام 2022 إلى 107.16 بالمئة للربع الثالث لعام 2022 وبمعدل نمو مقداره %2.27 تليها مجموعة المطاعم والفنادق حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 102.60 بالمئة في الربع الثاني 2022 إلى 103.58 بالمئة للربع الثالث لعام 2022 وبمعدل تغير بلغ %0.96. ثم تليها مجموعة الملابس

والأحدية حيث ارتفع حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 100.24 بالمئة في الربع الثاني 2022 إلى 101.08 بالمئة للربع الثالث لعام 2022 وبمعدل تغير بلغ 0.84%.

ومن أبرز المجموعات التي انخفض فيها متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في عام 2022 عن الربع الثاني من عام 2022 مجموعة الترويح والثقافة حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 112.18 بالمئة في الربع الثاني من عام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 109.16 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 2.69%. تليها مجموعة التأمين والخدمات المالية حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 98.00 بالمئة في الربع الثاني من عام 2022 وانخفضت متوسط المجموعة حتى بلغ 96.17 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 1.87%. ثم تليها مجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 98.60 بالمئة في الربع الثاني لعام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 98.47 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 0.13%.

المراجع

- تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2022 - مركز عجمان للإحصاء – 2022

https://scc.ajman.ae/sites/default/files/publications/20v1-_.pdf