حكومة عجمان
Government of Ajman

مركز الإحصاء
Statistics Center

# الأرقام القياسية
# لأسعار المستهلك للربع الثاني
# في إمارة عجمان 2022

إصدار نوفمبر 2022

www.scc.ajman.ae

جميع الحقوق محفوظة © مركز الإحصاء

حكومة عجمان - الإمارات العربية المتحدة @ 2022

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 الفوتغرافي 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 الثاني في إمارة عجمان 2022
الإصدار رقم 16 - 2022

**للتواصل وطلب البيانات الإحصائية يرجى التواصل:**

مركز عجمان للإحصاء

**البريد الإلكتروني:** info.scc@ajman.ae

**رقم الهاتف:** 6770 701 6 971+

**الموقع الإلكتروني:** scc.ajman.ae

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

@sccajman

## التعريف بمركز عجمان للإحصاء

تم إنشاء "مركز عجمان للاحصاء " 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 إتخاذ 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 ومتخذى القرار في الإمارة.

## القيم

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

# الأرقام القياسية
# لأسعار المستهلك للربع الثاني
# في إمارة عجمان 2022

## المحتويات


الملخص التنفيذي..... 6

المقدمة..... 7

1.منهجية التقرير ..... 7

1.1 أهداف مسح أسعار المستهلك ..... 7

2.1 منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات..... 7

3.1 دورية المؤشر ..... 8

4.1 وحدة القياس..... 8

5.1 الشمول والتغطية ..... 8

6.1 اختيار العينة..... 9

2.استخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك ..... 9

3.جمع بيانات أسعار المستهلك ومصادرها ..... 9

1.3 تصنيف المجموعات..... 10

4.تدقيق ومراجعة بيانات أسعار المستهلك..... 12

5. المفاهيم والمصطلحات..... 12

6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2022..... 14

1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2022 ..... 14

2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان 2022..... 16

3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2022 ..... 19

المراجع ..... 21

## الملخص التنفيذي

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

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

ويهدف التقرير إلى 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 صناع القرار والباحثين.

**وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير:**

- في عام 2022 بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول 102.76 بالمئة بينما بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثاني 107.38 بالمئة لعام 2022 وذلك بمعدل نمو بلغ 4.50% خلال الفترة المذكورة .
- ساهمت مجموعة خدمات النقل في ارتفاع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في عام 2022 مقارنة بالربع الأول من العام نفسه حيث ارتفعت من 107.54 بالمئة في الربع الأول من عام 2022 إلى 126.31 بالمئة في الربع الثاني لعام 2022 بمعدل نمو مقداره 17.45%.
- احتلت مجموعة الترفيه والثقافة المرتبة الثانية من المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 بمتوسط بلغ 122.08بالمئة، تليها مساهمة مجموعة الطعام والمشروبات والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 105.50 بالمئة في الربع الثاني 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 منسوباً 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 صناع 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، وترتبط 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 منتظمة.[1]

[1] المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

خلال الربع الأول 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.

### 1.2.1منهجية احتساب الرقم القياسي:

يتم احتساب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك في الدولة بطريقة (لاسبير) ذات الصيغة الرياضية التالية:

الرقم القياسي =

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

حيث:

$P_i^t$ = سعر السلعة في الفترة الحالية.

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

$W_i^{t-1}$ = الوزن الترجيحي 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:

- تكييف 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 والبنود 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 إتجاهات 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 عشر 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، و المستشفيات، 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. الطعام والمشروبات.
2. التبغ.
3. الملابس وملبوسات القدم.
4. السكن، المياه، الكهرباء، الغاز .
5. الأثاث والتأثيث، الأدوات المنزلية وإصلاحها.
6. الصحة.
7. النقل.
8. الاتصالات.
9. الترفيه والثقافة.
10. التعليم.
11. المطاعم والفنادق.
12. السلع والخدمات المتنوعة.

13.التأمين والخدمات المالية.

- **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 والكاكاو، 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. و تم وضع الوصف الدقيق للسلع والخدمات لضمان أن يعكس الرقم القياسي لسعر المستهلك التغيرات في الأسعار فقط وليس التغيرات التي تعود للإختلافات 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 ومراجعته مراجعة حسابية من حيث الوسط الهندسي لأسعار السلعة ويتم مراجعة الوسط الهندسي العام ميدانياً لعينة من أسعار السلع التي تم جمعها.

## 5. المفاهيم والمصطلحات[1]

- **التضخم:**

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

معدل التضخم: $100 - 100 \times \frac{Pi}{Pi - 1}$

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 زمنيتين.

- **القوة الشرائية للنقود:**

هي كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بوحدة النقد.

- **الوسط الهندسي:**[2]

هو نوع من المتوسطات أو المعدلات التي تقيس النزعة المركزية أو القيمة النموذجية لمجموعة معطيات، يتم حسابه عن طريق حساب الجذر من الدرجة الـ (n) لحاصل ضرب حدود المجموعة. حيث (n) هو عدد الحدود.

---

[1] المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

[2] دليل مبادئ التحليل الإحصائي-مركز الإحصاء أبو ظبي
https://archive.org

- **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.

- **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 الثاني لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2022

### 1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2022

تظهر نتائج متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في عام 2022 أن المتوسط سجل إرتفاعاً في قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك مقارنة بالربع الأول عام 2022، وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، ومن خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة ( أبريل ومايو ويونيو ) لعام 2022 كما هو مبين في الجدول رقم (1.6).

إحتلت مساهمة مجموعة النقل المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2022 والذي بلغ 126.31بالمئة، وتليها مساهمة مجموعة الترفيه والثقافة والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 122.08 بالمئة ثم مجموعة الطعام والمشروبات حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 105.50 بالمئة.

وسجلت مجموعة المطاعم والفنادق رقماً قياسياً بلغ متوسطه 104.65 بالمئة ثم مجموعة الاتصالات والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 104.28 بالمئة وأما مجموعة السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 99.70 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (1.6).

**جدول (1.6)**

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

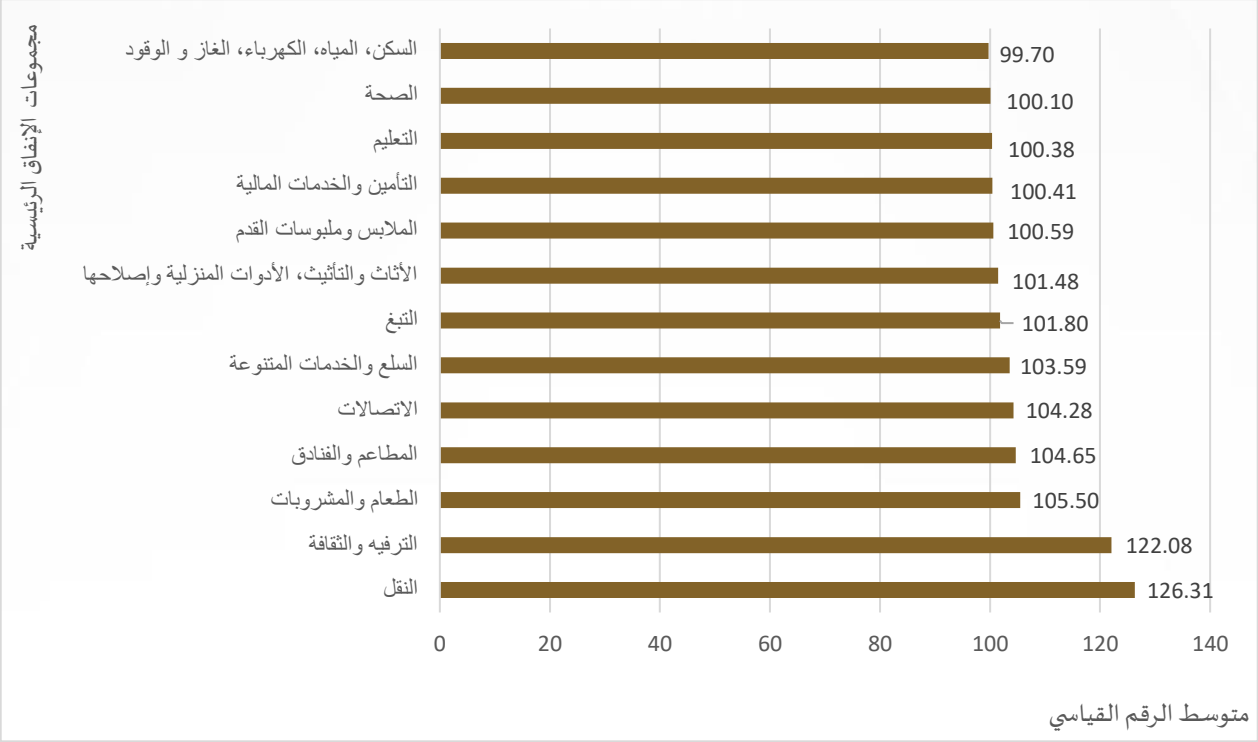
| الرمز الجديد للمجموعة | الرقم القياسي العام | الربع الثاني 2022 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | أبريل | مايو | يونيو | متوسط الربع الثاني 2022 |
| | | 106.93 | 106.68 | 108.52 | 107.38 |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية | | | | | |
| 07 | النقل | 124.93 | 123.30 | 130.71 | 126.31 |
| 09 | الترفيه والثقافة | 121.52 | 119.11 | 125.61 | 122.08 |
| 01 | الطعام والمشروبات | 104.64 | 105.73 | 106.14 | 105.50 |
| 11 | المطاعم والفنادق | 104.38 | 104.57 | 105.00 | 104.65 |
| 08 | الاتصالات | 104.26 | 104.22 | 104.37 | 104.28 |
| 13 | السلع والخدمات المتنوعة | 103.46 | 103.55 | 103.75 | 103.59 |
| 02 | التبغ | 101.60 | 101.89 | 101.92 | 101.80 |
| 05 | الأثاث والتأثيث، الأدوات المنزلية وإصلاحها | 101.19 | 101.47 | 101.77 | 101.48 |
| 03 | الملابس وملبوسات القدم | 100.32 | 100.73 | 100.73 | 100.59 |
| 12 | التأمين والخدمات المالية | 100.38 | 100.38 | 100.47 | 100.41 |
| 10 | التعليم | 100.38 | 100.38 | 100.38 | 100.38 |
| 06 | الصحة | 100.10 | 100.10 | 100.10 | 100.10 |
| 04 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود | 99.65 | 99.69 | 99.75 | 99.70 |

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 الثاني عام 2022**




## 2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان 2022

الجدول رقم (2.6) يظهر نتائج الربع الأول 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 ( يناير وفبراير ومارس) لعام 2022 والذي بلغ 102.76بالمئة.

إحتلت مساهمة مجموعة الترفيه والثقافة المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2022 والذي بلغ 112.80بالمئة ، وتليها مساهمة مجموعة النقل والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.54 بالمئة ثم مجموعة المطاعم والفنادق حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 104.59 بالمئة.

وسجلت مجموعة الطعام والمشروبات رقماً قياسياً بلغ متوسطه 102.76 بالمئة ثم مجموعة الصحة والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 102.39 بالمئة وأما مجموعة السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 99.34 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (2.6).

## جدول (2.6)

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

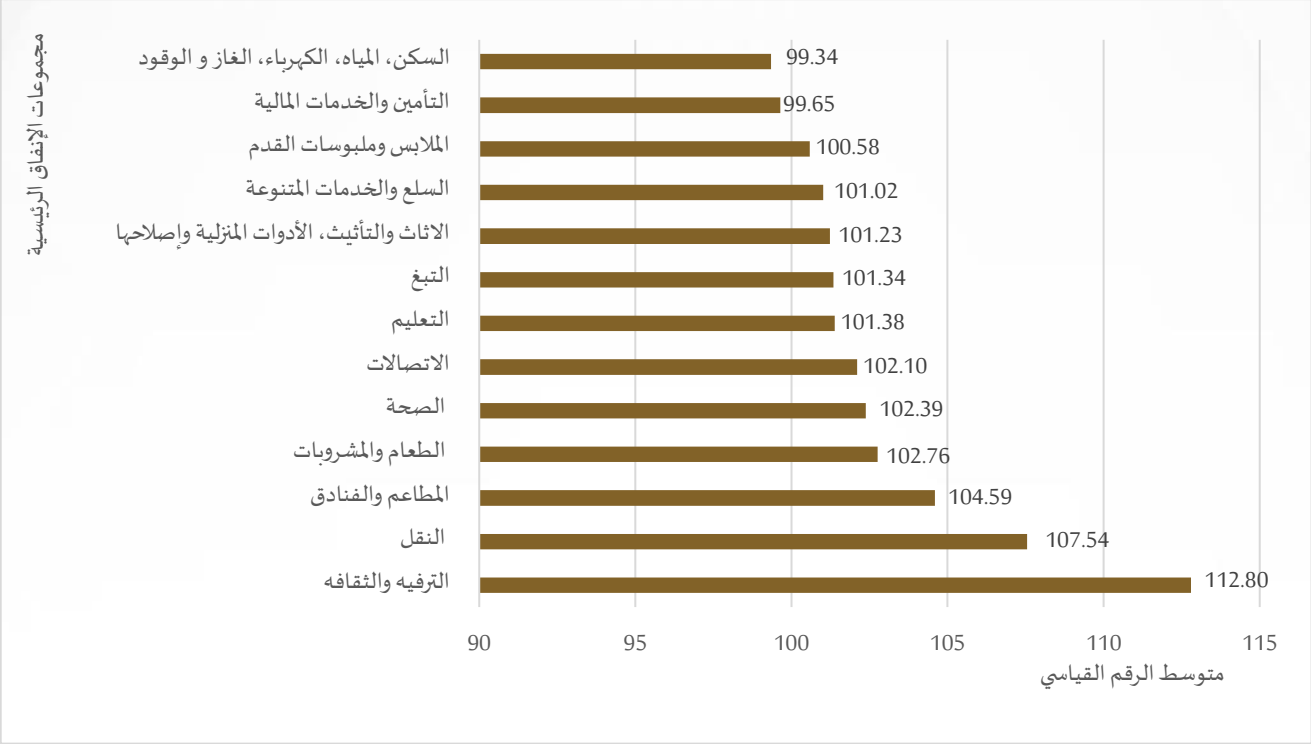
| الرمز الجديد للمجموعة | الرقم القياسي العام | الربع الأول 2022 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | يناير | فبراير | مارس | متوسط الربع الأول 2022 |
| | | 101.45 | 102.70 | 104.12 | 102.76 |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية | | | | | |
| 09 | الترفيه والثقافة | 109.61 | 110.65 | 118.14 | 112.80 |
| 07 | النقل | 102.47 | 107.46 | 112.70 | 107.54 |
| 11 | المطاعم والفنادق | 104.44 | 104.70 | 104.64 | 104.59 |
| 01 | الطعام والمشروبات | 102.14 | 102.88 | 103.27 | 102.76 |
| 06 | الصحة | 102.39 | 102.39 | 102.39 | 102.39 |
| 08 | الاتصالات | 101.76 | 102.12 | 102.42 | 102.10 |
| 10 | التعليم | 101.38 | 101.38 | 101.38 | 101.38 |
| 02 | التبغ | 101.34 | 101.34 | 101.34 | 101.34 |
| 05 | الأثاث والتأثيث، الأدوات المنزلية وإصلاحها | 100.99 | 101.48 | 101.22 | 101.23 |
| 13 | السلع والخدمات المتنوعة | 100.10 | 101.45 | 101.50 | 101.02 |
| 03 | الملابس وملبوسات القدم | 100.37 | 100.62 | 100.76 | 100.58 |
| 12 | التأمين والخدمات المالية | 99.62 | 99.66 | 99.66 | 99.65 |
| 04 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود | 99.30 | 99.35 | 99.38 | 99.34 |

المصدر:المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

**شكل (2.6)**

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



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

يوضح الجدول رقم (3.6) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو لأسعار المستهلك في الربع الأول من عام 2022 والربع الثاني لنفس العام، حيث ارتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 102.76بالمئة بالربع الأول من عام 2022 إلى 107.38 بالمئة بالربع الثاني لنفس العام وذلك بمعدل نمو مقداره 4.50% خلال الفترة المذكورة.

**جدول (3.6)**

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

| الرمز الجديد للمجموعة | الرقم القياسي العام | متوسط الربع الأول 2022 | متوسط الربع الثاني 2022 | معدل التغير بين الربع الأول 2022 والربع الثاني 2022 |
|---|---|---|---|---|
| | | 102.76 | 107.38 | 4.50% |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية | | | | |
| 07 | النقل | 107.54 | 126.31 | %17.45 |
| 09 | الترفيه والثقافة | 112.8 | 122.08 | %8.23 |
| 01 | الطعام والمشروبات | 102.76 | 105.50 | %2.67 |
| 13 | السلع والخدمات المتنوعة | 101.02 | 103.59 | %2.54 |
| 08 | الاتصالات | 102.10 | 104.28 | %2.14 |
| 12 | التأمين والخدمات المالية | 99.65 | 100.41 | %0.76 |
| 02 | التبغ | 101.34 | 101.80 | %0.46 |
| 04 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود | 99.34 | 99.70 | %0.36 |
| 05 | الاثاث والتأثيث، الأدوات المنزلية وإصلاحها | 101.23 | 101.48 | %0.25 |
| 11 | المطاعم والفنادق | 104.59 | 104.65 | %0.06 |
| 03 | الملابس وملبوسات القدم | 100.58 | 100.59 | %0.02 |
| 10 | التعليم | 101.38 | 100.38 | %0.99- |
| 06 | الصحة | 102.39 | 100.10 | %2.24- |

المصدر:المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

من أبرز المجموعات التي ساهمت في ارتفاع متوسط الربع الثاني في عام 2022 مقارنة بمتوسط الربع الأول من نفس العام مجموعة النقل حيث بلغ متوسط الرقم القياسي في هذه المجموعة 107.54 بالمئة في الربع الأول من عام 2022 وارتفع إلى 126.31 بالمئة للربع الثاني لعام 2022 بمعدل نمو مقداره 17.45%.
تليها مساهمة مجموعة الترفيه والثقافية حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي من 112.80 بالمئة في الربع الأول لعام 2022 إلى 122.08 بالمئة للربع الثاني لعام 2022 وبمعدل نمو مقداره 8.23%، ثم تليها مجموعة الطعام والمشروبات حيث بلغ معدل التغير لهذه المجموعة 2.67%. ثم تليها مجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 101.02 بالمئة في الربع الأول 2022 إلى 103.59 بالمئة للربع الثاني لعام 2022 وبمعدل تغير بلغ 2.54% .

ومن أبرز المجموعات التي انخفض فيها متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في عام 2022 عن الربع الأول من عام 2022 مجموعة الصحة حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 102.39 بالمئة في الربع الأول من عام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 100.10 بالمئة في الربع الثاني لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 2.24%، تليها مجموعة التعليم حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 101.38 بالمئة في الربع الأول من عام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 100.38 بالمئة في الربع الثاني لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 0.99%.

## المراجع


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

https://scc.ajman.ae/sites/default/files/publications/20v7.pdf