

حكومة عجمان

Government of Ajman

مركز الإحصاء

Statistics Center

الأرقام القياسية
لأسعار المستهلك للربع الرابع
في إمارة عجمان 2022



إصدار مارس 2023

www.scc.ajman.ae

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 الرابع في إمارة عجمان 2022
الإصدار رقم 18 - 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



الارتقاء 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 الرابع
في إمارة عجمان 2022

المحتويات

| | |
|----|---|
| 6 | الملمخص 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 الرابع لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2022..... |
| 14 | 1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع في إمارة عجمان 2022..... |
| 16 | 2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2022..... |
| 18 | 3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع 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 الرابع من عام 2022 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث 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:

- انخفض متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع لعام 2022 مقارنة بالربع الثالث من العام نفسه، حيث بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثالث 106.00 بالمئة لعام 2022 حيث انخفض إلى 104.91 بالمئة خلال الربع الرابع وذلك بمعدل التغير بلغ 1.03% خلال الفترة المذكورة.
- ساهمت مجموعة المطاعم والفنادق في ارتفاع متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع في عام 2022 مقارنة بالربع الثالث من العام نفسه حيث ارتفعت من 103.58 بالمئة في الربع الثالث من عام 2022 إلى 107.42 بالمئة في الربع الرابع من عام 2022 بمعدل نمو مقداره 3.71%.
- احتلت مجموعة خدمات النقل المرتبة الأولى ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع 2022 وبلغ المتوسط لها 117.37، تليها مساهمة الأغذية والمشروبات والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.99 بالمئة.

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 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:

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

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

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

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:

- 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 ومراجعته ومراجعة 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:

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

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.

• 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 الرابع لعام 2022 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2022

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

تظهر نتائج متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع في عام 2022 أن المتوسط سجل انخفاضاً في قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك مقارنة بالربع الثالث من العام نفسه وذلك بمعدل تغير مقداره 1.03% خلال الفترة المذكورة ، وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، ومن خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (اكتوبر ونوفمبر وديسمبر) 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 الرابع لعام 2022 والذي بلغ 117.37 بالمئة ، وتلها مساهمة مجموعة الأغذية والمشروبات والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.99 بالمئة ثم مجموعة المطاعم والفنادق حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.42 بالمئة.

وسجلت مجموعة التبغ متوسطاً قياسيياً بلغ 99.75 بالمئة وأما مجموعة التأمين والخدمات المالية كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 96.19 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (1.6).

جدول (1.6)

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

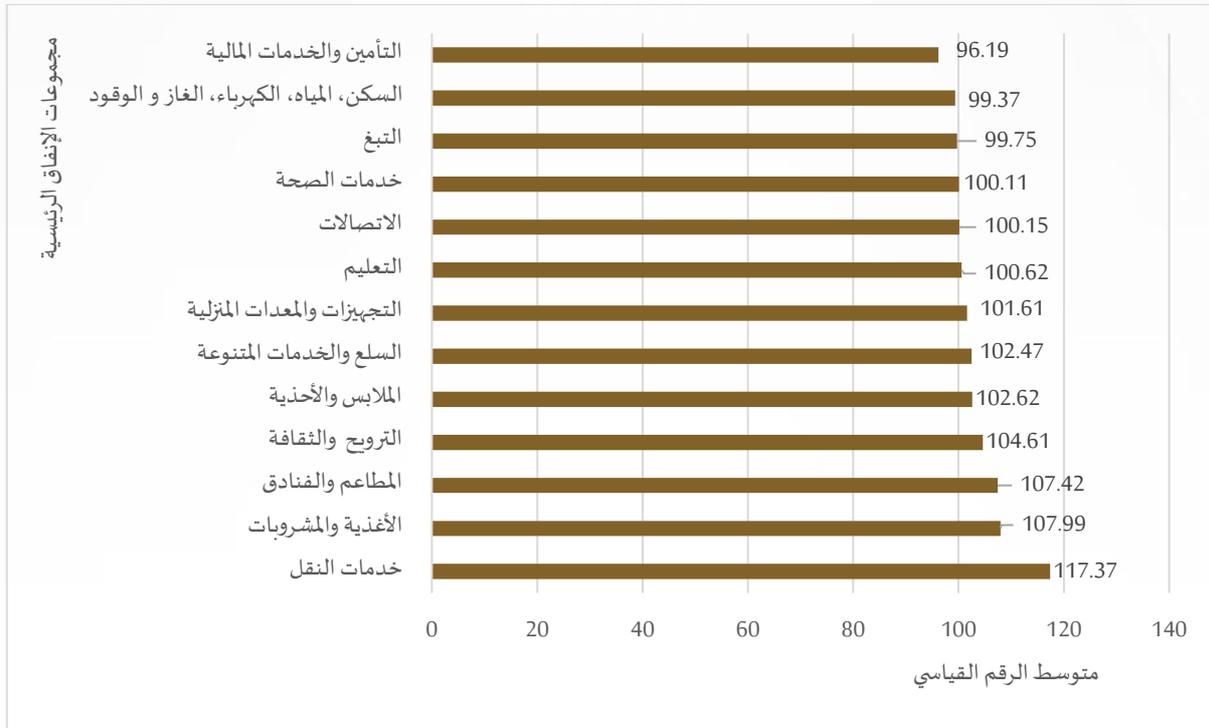
| الربع الرابع 2022 | | | | الرقم القياسي العام | رمز المجموعة |
|--------------------------|--------|--------|--------|--|--------------|
| متوسط الربع الرابع 2022 | ديسمبر | نوفمبر | أكتوبر | | |
| 104.91 | 105.26 | 104.95 | 104.52 | | |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية | | | | | |
| 117.37 | 119.50 | 118.29 | 114.32 | خدمات النقل | 07 |
| 107.99 | 107.41 | 108.12 | 108.44 | الأغذية والمشروبات | 01 |
| 107.42 | 107.74 | 107.11 | 107.42 | المطاعم والفنادق | 11 |
| 104.61 | 105.82 | 103.60 | 104.40 | الترويح والثقافة | 09 |
| 102.62 | 101.46 | 101.46 | 104.94 | الملابس والأحذية | 03 |
| 102.47 | 102.66 | 102.06 | 102.69 | السلع والخدمات المتنوعة | 13 |
| 101.61 | 101.23 | 101.58 | 102.02 | التجهيزات والمعدات المنزلية | 05 |
| 100.62 | 100.62 | 100.62 | 100.62 | التعليم | 10 |
| 100.15 | 100.19 | 100.15 | 100.12 | الاتصالات | 08 |
| 100.11 | 100.11 | 100.11 | 100.11 | خدمات الصحة | 06 |
| 99.75 | 99.68 | 99.70 | 99.87 | التبغ | 02 |
| 99.37 | 99.37 | 99.34 | 99.40 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود | 04 |
| 96.19 | 96.24 | 96.15 | 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 الرابع عام 2022



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

الجدول رقم (2.6) يظهر نتائج الربع الثالث 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 (يوليو واغسطس وسبتمبر) لعام 2022 والذي بلغ 106.00 بالمئة.

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 الترويح 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 المطاعم والفنادق رقماً قياسياً بلغ متوسطه 103.58 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 101.69 بالمئة وأما مجموعة التأمين والخدمات المالية كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك لها 96.17 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (2.6).

جدول (2.6)

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

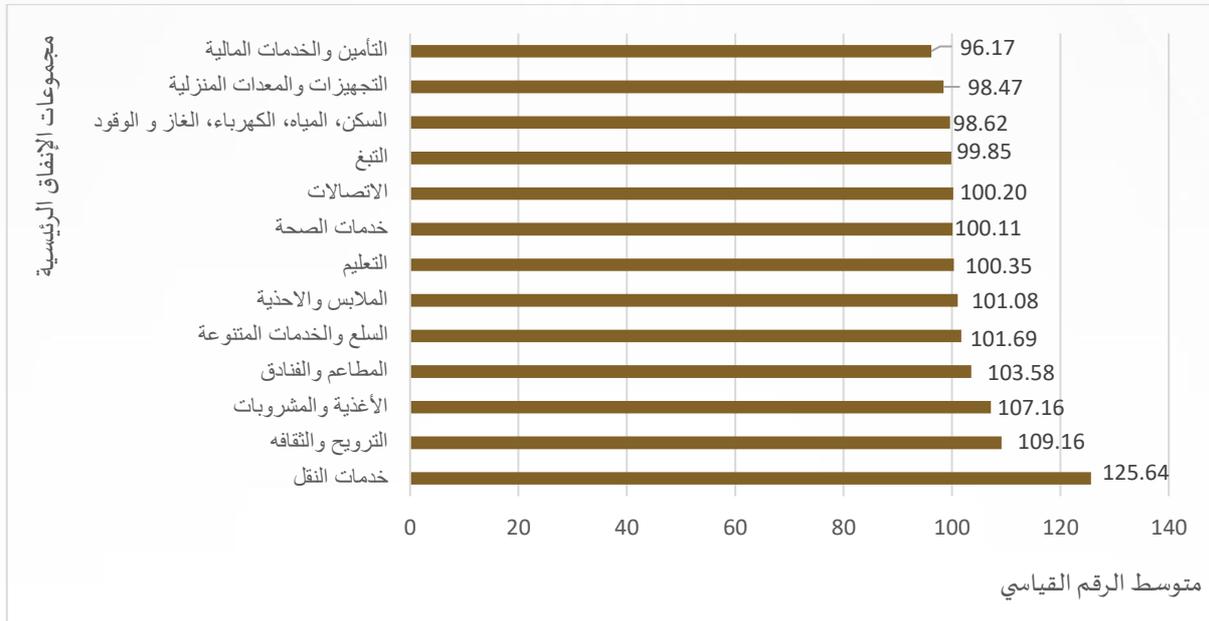
| الربع الثالث 2022 | | | | | رمز المجموعة |
|--------------------------|--------|--------|--------|---|--------------|
| متوسط الربع الثالث 2022 | سبتمبر | أغسطس | يوليو | الرقم القياسي العام | |
| 106.00 | 105.14 | 106.02 | 106.85 | | |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية | | | | | |
| 125.64 | 120.23 | 126.05 | 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 |
| 100.11 | 100.11 | 100.11 | 100.11 | خدمات الصحة | 06 |
| 100.20 | 100.16 | 100.20 | 100.25 | الاتصالات | 08 |
| 99.85 | 99.85 | 99.85 | 99.85 | التبغ | 02 |
| 98.62 | 99.31 | 98.07 | 98.47 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود | 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 (2.6)

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



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

يوضح الجدول رقم (3.6) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو لأسعار المستهلك في الربع الثالث من عام 2022 والربع الرابع لنفس العام ، حيث انخفضت قيمة متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 106.00 بالمئة بالربع الثالث من عام 2022 إلى 104.91 بالمئة بالربع الرابع لنفس العام وذلك بمعدل تغير مقداره 1.03% خلال الفترة المذكورة.

جدول (3.6)

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

| معدل التغير بين الربع الثالث 2022 والربع الرابع 2022 | متوسط الربع الرابع 2022 | متوسط الربع الثالث 2022 | الرقم القياسي العام | رمز المجموعة |
|--|-------------------------|-------------------------|---|--------------|
| %1.03- | 104.91 | 106.00 | | |
| مجموعات الإنفاق الرئيسية* | | | | |
| %3.71 | 107.42 | 103.58 | المطاعم والفنادق | 11 |
| %3.19 | 101.61 | 98.47 | التجهيزات والمعدات المنزلية | 05 |
| %1.52 | 102.62 | 101.08 | الملابس والأحذية | 03 |
| %0.77 | 107.99 | 107.16 | الأغذية والمشروبات | 01 |
| %0.77 | 102.47 | 101.69 | السلع والخدمات المتنوعة | 13 |
| %0.76 | 99.37 | 98.62 | السكن، المياه، الكهرباء، الغاز و الوقود | 04 |
| %0.27 | 100.62 | 100.35 | التعليم | 10 |
| %0.02 | 96.19 | 96.17 | التأمين والخدمات المالية | 12 |
| %0.00 | 100.11 | 100.11 | خدمات الصحة | 06 |
| %0.05- | 100.15 | 100.20 | الاتصالات | 08 |
| %0.10- | 99.75 | 99.85 | التبغ | 02 |
| %4.17- | 104.61 | 109.16 | الترويج والثقافة | 09 |
| %6.58- | 117.37 | 125.64 | خدمات النقل | 07 |

المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء

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

من أبرز المجموعات التي ساهمت في انخفاض متوسط الربع الرابع في عام 2022 مقارنة بمتوسط الربع الثالث من نفس العام مجموعة خدمات النقل حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 125.64 بالمئة في الربع الثالث من عام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 117.37 بالمئة في الربع الرابع لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 6.58%، تليها مجموعة الترويج والثقافة حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 109.16 بالمئة في الربع الثالث من عام 2022 وانخفضت متوسط المجموعة حتى بلغ 104.61 بالمئة في الربع الرابع لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 4.17%. ثم تليها مجموعة التبغ حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 99.85 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 وانخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 99.75 بالمئة في الربع الرابع لعام 2022 وبمعدل تغير مقداره 0.10%.

ومن أبرز المجموعات التي ارتفع فيها متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الرابع في عام 2022 عن الربع الثالث من عام 2022 مجموعة المطاعم و الفنادق حيث بلغت 103.58 بالمئة في الربع الثالث من عام 2022 وارتفعت إلى 107.42 بالمئة للربع الرابع لعام 2022 بمعدل تغير مقداره 3.71% تليها مساهمة مجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي من 98.47 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 إلى 101.61 بالمئة للربع الرابع لعام 2022 وبمعدل نمو مقداره 3.19% ثم تليها الملابس والأحذية حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي من 101.08 بالمئة في الربع الثالث لعام 2022 إلى 102.62 بالمئة للربع الرابع لعام 2022 حيث بلغ معدل التغير لهذه المجموعة 1.52% ثم تليها مجموعة الأغذية والمشروبات ومجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث تساوى معدل التغير للمجموعتين حيث بلغ 0.77%

المراجع

- تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2021 - مركز عجمان للإحصاء – 2021

https://scc.ajman.ae/sites/default/file_2021.pdf