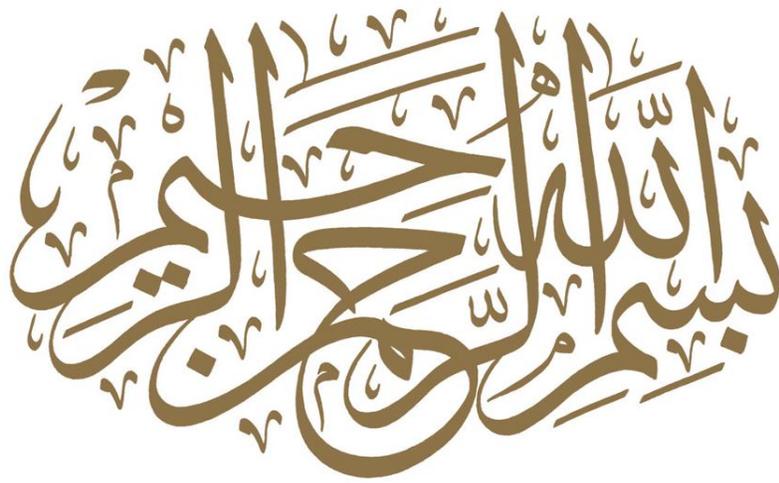


تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان 2018-2019

سبتمبر 2019	تاريخ الإصدار	3	رقم الإصدار
-------------	---------------	---	-------------





إن البيانات الإحصائية تساعد في عملية
تسهيل وتبسيط عمليات التخطيط السليم
واتخاذ القرار وتوفير احتياجات الباحثين
والمستثمرين من الأرقام الإحصائية السليمة
للقوف على واقع الحقائق والوصول إلى
تخطيط شامل وناجح.

حميد بن راشد النعيمي

عضو المجلس الأعلى للإعداد - حاكم عجمان



الإحصاء هو الدعامة الأساسية للتنمية،
وتطوير قدرات الكوادر البشرية، وهو المرتكز
المهم في وضع السياسات لحكومة عجمان،
وتأسس أي مشاريع قادمة من واقع
إمكانيات الإمارة والاحتياجات الفعلية
لسكانها؛ لا سيما وأن عجمان مقبلة على حزمة
مشاريع تنموية واستثمارية في كافة المجالات
وصولاً لتحقيق رؤية عجمان 2021.

عَمَّارُ بْنُ حَمِيدِ النَّعْجِيِّ

ولي عهد إمارة عجمان - رئيس المجلس التنفيذي

مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

Ajman Statistics & Competitiveness Center

<p>The Vision :</p> <p>To enhance Ajman's future through the use of Knowledge</p>	<p>الرؤية :</p> <p>بالمعرفة نعزز مستقبل عجمان</p>
<p>The Mission :</p> <p>To promote statistical and competitive efforts through the application of best practices and following the scientific and statistical methodologies as well as internationally recommended standards to meet the needs of data users and decision makers in the Emirate</p>	<p>الرسالة:</p> <p>الارتقاء بالعمل الإحصائي والتنافسي من خلال تطبيق أفضل الممارسات باتباع المهنجيات العلمية الإحصائية والمعايير الموصى بها دولياً لتلبي احتياجات مستخدمي البيانات ومتخذي القرار في الإمارة</p>
<p>The Values :</p> <p>Quality / Fairness / Professionalism / Credibility / Creativity and Innovation / Confidentiality / Transparency</p>	<p>القيم:</p> <p>الجودة / الحيادية / الاحترافية / الموثوقية / الابداع والابتكار / السرية / الشفافية</p>

المحتويات

6.....	الملخص التنفيذي.....
7.....	1. المقدمة.....
7.....	1.1. أهداف مسح أسعار المستهلك.....
7.....	1.2. منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات.....
9.....	1.3. دورية المؤشر شهري.....
9.....	1.4. وحدة القياس.....
9.....	1.5. الشمول والتغطية.....
9.....	1.6. اختيار العينة.....
9.....	2. استخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك.....
10.....	3. جمع بيانات الأسعار ومصادرها.....
11.....	3.1. تصنيف المجموعات.....
13.....	4. تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار.....
14.....	5. المفاهيم والمصطلحات.....
16.....	6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2019 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2018.....
16.....	6.1. متوسط الرقم القياسي للربع الأول في إمارة عجمان عام 2018.....
17.....	6.2. متوسط الرقم القياسي للربع الأول في إمارة عجمان لعام 2019.....
18	الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2018 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول 2019 من عام 2019

المُلخَص التنفيذي

يقدم مركز الإحصاء والتنافسية تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول لإمارة عجمان 2019 وتضمن التقرير تحليل بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2019 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2018.

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

وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير:

- بلغت قيمة متوسط الربع الأول للرقم القياسي لعام 2018 119.82 بالمئة وهي أكثر ارتفاعاً من متوسط الربع الأول لعام 2019 والذي سجل 108.11 بالمئة وذلك بتراجع وقدره (9.77-) بالمئة خلال الفترة المذكورة.
- ساهمت مجموعة الملابس والأحذية في انخفاض متوسط الربع الأول في عام 2019 مقارنة بالعام الذي قبله حيث انخفضت من 181.02 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 إلى 99.69 بالمئة للربع الأول من عام 2019 وتراجع معدل النمو السنوي بنسبة (44.93-) %.
- ارتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي لمجموعة التبغ 2019 حيث بلغت 181.02 بالمئة، تليها مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 122.26 بالمئة .
- بلغ متوسط مجموعة التبغ في إمارة عجمان 107.31 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 و زاد سعر المجموعة حتى بلغ 181.02 بالمئة في عام 2019 وبذلك ارتفع معدل النمو بنسبة (68.69) %

1. 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 منسوبةً إلى فترة أخرى تسمى فترة الأساس، حيث يعكس هذا التغير في الأسعار الأعباء التي يتحملها المستهلك وأوضاع تكاليف المعيشة وما إذا كانت تسجل ارتفاعاً أو انخفاضاً مقارنةً بعام الأساس، 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.

1.1. 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 الأسعار والأرقام القياسية لخدمة صناع القرار ورأسي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في الأسعار سواءً أكانت محلية أم مستوردة.

1.2. منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات

يقوم مركز الإحصاء والتنافسية بإمارة عجمان بجمع بيانات شهرية عن أسعار المستهلك بهدف تركيب الأرقام القياسية لها. ونظراً للأهمية القصوى لهذه البيانات، فقد تم وضع نظام متكامل يغطي كافة الجوانب، من حيث طرق جمع الأسعار، والمصادر، وتوزيعها الجغرافي. وتتزامن عمليات دراسة الأسعار ووضع النظم المناسبة لها مع بدء مسح دخل وإنفاق الأسرة نظراً للعلاقة القوية بينهما. 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

منهجية احتساب الرقم:

يتم احتساب الأرقام القياسية للأسعار في الدولة بطريقة (الاسبير) المعدل ذات الصيغة الرياضية التالية:

الرقم القياسي =

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

حيث:

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

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

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

الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء¹

1.3. دورية المؤشر

شهري.

1.4. وحدة القياس

بالمئة

1.5 الشمول والتغطية

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

1.6 اختيار العينة

تم اختيار 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 داخل هذه المصادر.

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 الأسعار 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.
- يستخدم كمؤشر لقياس معدلات التضخم.
- يستخدم كدليل يسترشد به الناس، فيما يتعلق بميزانية الأسرة والبند المكونة لها.
- يستخدم كمقياس 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.
- يستخدم الرقم القياسي كمؤشر 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 الأسعار ومصادرها

تشمل سلة المستهلك لعام 2014 حوالي 1200 سلعة وخدمة، وصنفت السلة لاثني عشر قسمًا 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 حوالي 500 منفذاً موزعة على إمارات الدولة من محلات وأسواق البيع بالتجزئة مثل البقالات، و(الهيبر 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 ان مركز الإحصاء والتنافسية في عجمان بدأت منذ بداية العام 2016 بجمع البيانات باستخدام تكنولوجيا الأجهزة الكفية بدلاً من النظام الورقي.

3.1 تصنيف المجموعات

• المجموعات الرئيسية (المستوى الأول):

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

1. الأغذية والمشروبات غير الكحولية.
2. التبغ.
3. الملابس والأحذية.
4. السكن والمياه والكهرباء والغاز.
5. التجهيزات والمعدات المنزلية.
6. خدمات الصحة.
7. خدمات النقل.
8. الاتصالات.
9. الترفيه والثقافة.
10. التعليم.
11. المطاعم والفنادق.
12. سلع وخدمات متنوعة.

• المجموعات (المستوى الثاني):

قسمت في المستوى الثاني من التصنيف كل مجموعة رئيسية إلى عدد من المجموعات. فعلى سبيل المثال: قسمت المجموعة الرئيسية للأغذية إلى تسع مجموعات، وهي: الحبوب ومنتجاتها، واللحوم والدواجن والأسماك، ومنتجات الألبان والبيض، والزيت والدهون، والفواكه والخضروات، والسكر والمنتجات السكرية، والشاي والبن والكافو، والتوابل 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 للاختلافات في الكمية أو النوعية.

4. تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار

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

5. المفاهيم والمصطلحات

- التضخم:
هو الارتفاع المستمر والملموس في المستوى العام للأسعار في دولة ما. ويحسب التضخم وفقاً للمعادلة الآتية:
معدل التضخم = $100 \times \frac{P_i}{P_{i-1}} - 100$
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 (لاسير) 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 للاحتياجات 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 على الرقم القياسي، وتحسب بقسمة الرقم القياسي لفترة ما على الرقم القياسي لفترة المقارنة مضروباً في مائة ثم طرح مائة.

6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2019 مقارنة مع

الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2018

6.1 متوسط الرقم القياسي للربع الأول في إمارة عجمان عام 2018

تم اعداد تقرير الربع الأول حول متوسط الأرقام القياسية لعام 2018 لأسعار المستهلك باستخدام معادلة لاسبير لاحتساب الرقم القياسي المرجح ولكل شهر من أشهر الربع الأول من عام 2018. وقد بلغ الرقم القياسي العام لمتوسط الربع الأول من العام 2018 والذي يعادل 119.82 بالمئة وذلك للأشهر الثلاثة (يناير وفبراير ومارس) من العام نفسه، وكما هو مبين في الجدول رقم (1).

الجدول (1) :متوسط الأرقام القياسية للربع الأول من عام 2018

الربع الأول 2018				الرقم القياسي العام
متوسط الربع الأول	مارس	فبراير	يناير	
119.82	119.55	119.74	120.16	المجموعة الرئيسية
110.59	110.43	110.76	110.58	الاغذية والمشروبات غير الكحولية
107.31	106.35	107.29	108.30	التبغ
181.02	181.02	181.02	181.02	الملابس والأحذية
100.87	100.83	100.83	100.96	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز
108.83	108.90	108.89	108.70	التجهيزات والمعدات المنزلية
108.43	107.64	108.82	108.82	خدمات الصحة
102.33	102.33	102.33	102.33	خدمات النقل
109.57	109.69	110.34	108.69	الاتصالات
104.91	104.91	104.91	104.91	الترفيه والثقافة
117.31	118.50	116.71	116.72	التعليم
119.48	119.48	119.48	119.48	المطاعم والفنادق
114.21	114.21	114.21	114.21	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

ومن خلال الجدول يتضح أن شهر يناير كان الأكثر ارتفاعاً في قيمة الرقم القياسي للربع الأول لعام 2018 حيث بلغ مجموعه ما يعادل 120.16 بالمئة في حين سجل شهر مارس الأقل انخفاضاً في قيمة الرقم القياسي بمعدل 119.55 بالمئة. و من أبرز المجموعات التي ساهمت في ارتفاع قيمة متوسط الربع الأول هي مجموعة الملابس والأحذية والتي بلغ متوسطها 181.02 بالمئة تليها مجموعة المطاعم والفنادق والتي بلغ متوسطها 119.48 بالمئة. حيث لوحظ بأن الرقم القياسي لهذه المجموعة أصبح مستقراً خلال فترة الربع الأول كما هو الحال في مجموعات سلع وخدمات متنوعة و الترفيه والثقافة و خدمات النقل ، حيث سجلا استقراراً خلال هذا الربع من عام 2018. نظيراً لذلك، وبالمقابل سجلت مجموعة السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز الرقم القياسي القيمة الأقل انخفاضاً في قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت 100.87 بالمئة.

6.2 متوسط الرقم القياسي للربع الأول في إمارة عجمان لعام 2019

تظهر نتائج الربع الأول متوسط الرقم الحسابي لعام 2019 لأسعار المستهلك انخفاض كبير في قيمة المتوسط الحسابي مقارنة بالربع الأول 2018. حيث بلغ متوسط الربع الأول 2019 ما يعادل 108.11 بالمئة في حين بلغ متوسط الربع الأول 2018 ما يعادل 119.82 بالمئة، و تم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، و من خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (يناير وفبراير ومارس) من العام نفسه، كما هو مبين في الجدول رقم (2).

الجدول (2) :متوسط الأرقام القياسية للربع الأول من عام 2019

الربع الأول 2019				الرقم القياسي العام
متوسط الربع الأول	مارس	فبراير	يناير	
108.11	107.67	108.04	108.62	المجموعة الرئيسية
109.94	109.33	109.56	110.93	الاغذية والمشروبات غير الكحولية
181.02	181.02	181.02	181.02	التبغ
99.69	99.69	99.68	99.70	الملابس والأحذية
100.91	99.75	101.49	101.49	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز
103.98	102.91	104.52	104.52	التجهيزات والمعدات المنزلية
101.76	101.76	101.76	101.76	خدمات الصحة
106.17	106.31	105.22	106.97	خدمات النقل
104.91	104.91	104.91	104.91	الاتصالات
113.78	115.06	113.14	113.14	الترفيه والثقافة
122.26	122.26	122.26	122.26	التعليم
114.34	114.34	114.34	114.34	المطاعم والفنادق
121.17	121.15	121.18	121.19	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

سجل شهر يناير الأكثر ارتفاعاً في قيمة الرقم القياسي للربع الأول لعام 2019 حيث بلغ متوسطه بما يعادل 108.62 بالمئة. في حين سجل شهر مارس الأقل انخفاضاً في قيمة الرقم القياسي بما يقارب 107.67 بالمئة. ومن أبرز المجموعات التي ساهمت في ارتفاع قيمة المتوسط للرقم القياسي بشكل ملحوظ هي مجموعة التبغ والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها يعادل 181.02 بالمئة، تليها مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها يعادل 122.26 بالمئة و مجموعة السلع والخدمات المتنوعة بلغ متوسط الرقم القياسي لها يعادل 121.17 بالمئة.

سجلت مجموعة المطاعم والفنادق رقماً قياسياً بلغ متوسطه 114.34 بالمئة ثم مجموعة الترفيه والثقافة بلغ متوسط الرقم القياسي لها 113.78 بالمئة و تأتي مجموعة الملابس والأحذية أقل قيمة في الرقم القياسي حيث بلغ متوسطه 99.69 بالمئة و شهدت مجموعات كثيرة استقراراً خلال الربع الأول وهي التبغ والتعليم والمطاعم والفنادق والاتصالات وخدمات الصحة.

6.3 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2018 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع

الأول من عام 2019

يوضح الجدول (3) متوسط الرقم الحسابي للسنوات 2018 - 2019 لأسعار المستهلك، حيث بلغت قيمة متوسط الربع الأول للرقم القياسي لعام 2019 تعادل 108.11 بالمئة وهي أقل انخفاضاً من متوسط الربع الأول لعام 2018 حيث سجلت 119.82 بالمئة وذلك بتراجع معدل النمو السنوي وقدره (-9.77) بالمئة خلال الفترة المذكورة. كما هو مبين في الجدول رقم (3)

الجدول (3): الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2019 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2018

معدل النمو	متوسط الربع الأول 2019	متوسط الربع الأول 2018	الرقم القياسي العام
-9.77	108.11	119.82	المجموعة الرئيسية
-0.59	109.94	110.59	الغذية والمشروبات غير الكحولية
68.69	181.02	107.31	التبغ
-44.93	99.69	181.02	الملابس والأحذية
0.04	100.91	100.87	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز
-4.46	103.98	108.83	التجهيزات والمعدات المنزلية
-6.15	101.76	108.43	خدمات الصحة
3.75	106.17	102.33	خدمات النقل
-4.25	104.91	109.57	الاتصالات
8.45	113.78	104.91	الترفيه والثقافة
4.22	122.26	117.31	التعليم
-4.30	114.34	119.48	المطاعم والفنادق
6.09	121.17	114.21	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للإحصاء والتنافسية والإحصاء

بلغ متوسط مجموعة التبغ في إمارة عجمان 107.31 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 و زاد سعر المجموعة حتى بلغ 181.02 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 68.69%، وبلغ متوسط مجموعة الترفيه والثقافة في إمارة عجمان 104.91 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 و زاد سعر المجموعة حتى بلغ 113.78 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 8.45%، أما متوسط مجموعة السلع والخدمات المتنوعة في إمارة عجمان 114.21 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 و زاد سعر المجموعة حتى بلغ 121.17 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 6.09%

من أبرز المجموعات التي ساهمت في انخفاض متوسط الربع الأول بشكل ملحوظ في عام 2019 مقارنة بالعام الذي قبله هي مجموعة الملابس والأحذية حيث انخفضت من 181.02 بالمئة في الربع الأول من عام 2018 إلى 99.69 بالمئة للربع الأول من عام 2019 و تراجع معدل النمو السنوي بنسبة (-44.93)%، تليها مجموعة خدمات الصحة ، حيث

تراجع معدل النمو السنوي بما يعادل (-6.15%) أما التجهيزات والمعدات المنزلية احتلت المرتبة الثالثة من حيث تراجع معدل النمو ونسبة (-4.46%)

ومن أبرز المجموعات التي ساهمت في انخفاض متوسط الربع الأول 2019 هي مجموعة الأغذية والمشروبات غير الكحولية فقد تراجع معدل النمو بنسبة (-0.59%) خلال الفترة المذكورة أعلاه حيث انخفض متوسط الربع الأول لعام 2018 من 110.59 بالمئة إلى 109.94 بالمئة في عام 2019 والتي بدورها تعتبر المجموعة الأقل انخفاضاً في سعر متوسط الربع الأول خلال الفترة 2018-2019 .

جميع الحقوق محفوظة – مركز الإحصاء والتنافسية ، حكومة عجمان. الإمارات العربية المتحدة @ 2019.

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

- في حالة الاقتباس يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي:

مركز عجمان للإحصاء و التنافسية _ تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة
عجمان 2018-2019

- للتواصل و طلب البيانات الإحصائية يرجى التواصل:

مركز عجمان للإحصاء و التنافسية.

البريد الإلكتروني: info.scc@ajman.ae

رقم الهاتف: +971 67016770

الموقع الإلكتروني: www.scc.ajman.ae

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