

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

رقم الإصدار	4	تاريخ الإصدار	سبتمبر 2019
-------------	---	---------------	-------------

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

التعريف بمركز عجمان للإحصاء والتنافسية

تم إنشاء "مركز عجمان للإحصاء والتنافسية" استناداً للمرسوم الأميري رقم (28) لسنة 2017 .
ويعتبر المركز هو الجهة المختصة محلياً في إمارة عجمان والمصدر الرئيس والمرجع الوحيد فيما في الشؤون الإحصائية والتنافسية 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. رفع القدرة التنافسية للإمارة في مختلف القطاعات.
4. المساهمة في تعزيز مكانة الإمارة في تقارير التنافسية المحلية والعالمية.
5. دعم منظومة اتخاذ القرار في الحكومة ببيانات ومعلومات دقيقة وحديثة .

: الرؤية |

بالمعرفة نعزز مستقبل عجمان

: الرسالة |

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

: القيم |

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

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 إلكترونية أو ميكانيكية بما في ذلك التسجيل الفوتوغرافي والتسجيل على أقراص مقروءة أو بأي وسيلة نشر أخرى بما فيها حفظ المعلومات واسترجاعها دون الحصول على موافقة مسبقة صادرة من مركز عجمان للإحصاء والتنافسية، حكومة عجمان ، دولة الإمارات العربية المتحدة .

- في حالة الإقتباس يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي:

مركز عجمان للإحصاء والتنافسية – تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان
2018-2019

للتواصل و طلب البيانات الإحصائية يرجى التواصل :

مركز عجمان للإحصاء والتنافسية.

البريد الإلكتروني: info.scc@ajman.ae

رقم الهاتف: +971 67016770

الموقع الإلكتروني: www.scc.ajman.ae

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

    SccAjman

المحتويات

6	الملخص التنفيذي
7	المقدمة
7	1. أهداف مسح أسعار المستهلك
7	2. منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات
9	3. دورية المؤشر
9	4. وحدة القياس
9	5. الشمول والتغطية
9	6. اختيار العينة
9	7. استخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك
10	8. جمع بيانات الأسعار ومصادرها
11	9. تصنيف المجموعات
13	10. تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار
14	11. المفاهيم والمصطلحات
16	12. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2019 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2018
16	12.1 متوسط الرقم القياسي للربع الثاني في إمارة عجمان 2018
17	12.2 متوسط الرقم القياسي للربع الثاني في إمارة عجمان 2019
19	12.3 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2018 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2019

الملخص التنفيذي

يقدم مركز الإحصاء والتنافسية تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني لإمارة عجمان 2019 في إصداره الرابع. وتضمّن التقرير تحليل بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2019 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2018.

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 الاختصاص والمهتمين من صنّاع القرار والباحثين.

وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير :

- بلغت قيمة متوسط الربع الثاني للرقم القياسي عام 2018 تعادل (110.78) بالمئة وهي أكثر ارتفاعاً من متوسط الربع الثاني عام 2019 والذي سجل (109.28) بالمئة وذلك بتراجع وقدره (-1.35) بالمئة خلال الفترة المذكورة.
- ساهمت مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز في انخفاض متوسط الربع الثاني في عام 2019 مقارنة بالعام الذي قبله حيث انخفضت من 105.35 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 إلى 99.80 بالمئة للربع الثاني من عام 2019 وتراجع معدل النمو السنوي بنسبة (-) 5.26%.
- ارتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي في مجموعة التعليم حيث بلغ المتوسط للرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني 2019 (122.26) بالمئة، تليها مجموعة السلع والخدمات المتنوعة والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها (121.18) بالمئة مقارنة بقيمتهم في الربع الثاني 2018.
- مجموعة التبغ كانت الأبرز والأكثر ارتفاعاً خلال الربع الثاني 2018-2019 ويعود ذلك إلى الضريبة الانتقائية وضريبة القيمة المضافة التي طبقت على التبغ بداية عام 2018.

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 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. 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 صناعات القرار ورأسي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في الأسعار سواءً أكانت محلية أم غير محلية.

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 = سعر السلعة في الفترة الحالية.

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

الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء¹

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

3. دورية المؤشر

شهري.

4. وحدة القياس

بالمئة

5. الشمول والتغطية

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

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.

7. 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 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 تناسب القوة الشرائية للنقود تناسباً عكسياً مع الرقم القياسي للأسعار.

8. جمع بيانات الأسعار ومصادرها

تشمل سلة المستهلك لعام 2014 حوالي 1200 سلعة وخدمة، وصنفت السلة لاثني 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 حوالي 500 منفذاً موزعاً على إمارات الدولة من محلات وأسواق البيع بالتجزئة مثل البقالات، و(الهايبر 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 الاجهزة الكفية بدلاً من النظام الورقي.

9 . تصنيف المجموعات

1.9 المجموعات الرئيسية (المستوى الثاني):

يتكون المستوى الثاني لتصنيف سلة المستهلك من اثنتي 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.

2.9 المجموعات الرئيسية (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، اللحوم والدواجن والأسماك، منتجات الألبان والبيض، الزيوت والدهون والفواكه والخضروات، السكر والمنتجات السكرية، الشاي والبن والكاكاو، التوابل والملح وأطعمة أخرى.

3.9 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.

4.9 المواد (المستوى الثاني):

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.

5.9 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.

10. 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.

11. المفاهيم والمصطلحات

1.11 التضخم:

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

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

حيث: P_i يمثل المستوى العام للأسعار في سنة المقارنة.

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

2.11 الرقم القياسي للأسعار:

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

3.11 القوة الشرائية للنقود:

هي كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بوحدة النقد.

4.11 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.

5.10 جدول غلاء المعيشة (الرقم القياسي لأسعار المستهلك):

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

6.11 سعر المستهلك:

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

7.11 فترة الأساس:

هي الفترة الزمنية التي يتم مقارنة الفترة الجارية بها.

8.11 سلة المستهلك:

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

9.11 أوزان الترجيح:

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

10.11 أسعار فترة الأساس:

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

11.11 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.

12. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2019 مقارنة مع الرقم القياسي
لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2018
12.1 متوسط الرقم القياسي للربع الثاني في إمارة عجمان 2018

تم إعداد تقرير الربع الثاني حول متوسط الأرقام القياسية عام 2018 لأسعار المستهلك باستخدام معادلة لاسبير لاحتساب الرقم القياسي المرجح ولكل شهر من أشهر الربع الثاني من عام 2018. وقد بلغ الرقم القياسي العام لمتوسط الربع الثاني من عام 2018 والذي يعادل 110.78 بالمئة وذلك للأشهر الثلاثة (أبريل ومايو ويونيو) من العام نفسه، وكما هو مبين في الجدول رقم (1)

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

الربع الثاني				الرقم القياسي العام
*متوسط الربع الثاني	يونيو	مايو	أبريل	
110.78	111.46	110.92	109.96	المجموعة الرئيسية
108.81	109.05	109.35	108.04	الاعذية والمشروبات غير الكحولية
181.02	181.02	181.02	181.02	التبغ
100.12	99.57	99.95	100.84	الملابس والأحذية
105.35	104.66	105.32	106.06	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز
107.88	108.36	107.64	107.64	التجهيزات والمعدات المنزلية
102.44	102.66	102.33	102.33	خدمات الصحة
114.30	118.18	114.80	109.91	خدمات النقل
104.91	104.91	104.91	104.91	الاتصالات
118.08	117.25	118.50	118.50	الترفيه والثقافة
119.42	119.30	119.48	119.48	التعليم
114.25	114.34	114.21	114.21	المطاعم والفنادق
120.07	121.18	119.46	119.57	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

* المتوسط قد لا يتطابق بسبب التقريب

ومن خلال الجدول (1) يتضح أن شهر يونيو كان الأكثر ارتفاعاً في قيمة الرقم القياسي للربع الثاني عام 2018 حيث بلغ مجموعه ما يعادل 111.46 بالمئة في حين سجل شهر أبريل الأقل انخفاضاً في قيمة الرقم القياسي بمعدل 109.96 بالمئة. و من أبرز المجموعات الرئيسية التي استقر الرقم القياسي فيها خلال فترة الربع الثاني مجموعتي التبغ والاتصالات، حيث سجلتا استقراراً خلال هذا الربع من عام 2018 وبالمقابل سجلت مجموعة الملابس والأحذية الرقم القياسي ذا القيمة الأقل انخفاضاً في قيمة المتوسط القياسي حيث بلغت 100.12 بالمئة.

12.2 متوسط الرقم القياسي للربع الثاني في إمارة عجمان 2019

تظهر نتائج الربع الثاني متوسط الرقم القياسي عام 2019 لأسعار المستهلك انخفاضاً في قيمة المتوسط القياسي مقارنة بالربع الثاني عام 2018. حيث بلغ متوسط الربع الثاني عام 2019 ما يعادل 109.28 بالمئة في حين بلغ متوسط الربع الثاني عام 2018 ما يعادل 110.78 بالمئة، وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، و من خلاله تم حساب متوسط الشهر الثلاثة (أبريل ومايو ويونيو) من العام نفسه، كما هو مبين في الجدول رقم (2)

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

الربع الثاني 2019				الرقم القياسي العام
متوسط الربع الثاني*	يونيو	مايو	أبريل	
109.28	109.74	109.61	108.50	المجموعة الرئيسية
108.48	108.27	107.55	109.61	الاغذية والمشروبات غير الكحولية
181.02	181.02	181.02	181.02	التبغ
99.72	99.72	99.72	99.71	الملابس والأحذية
99.80	99.76	99.90	99.75	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز
102.66	102.17	102.91	102.91	التجهيزات والمعدات المنزلية
101.76	101.76	101.76	101.76	خدمات الصحة
115.17	117.64	117.56	110.32	خدمات النقل
104.91	104.91	104.91	104.91	الاتصالات
115.85	117.42	115.06	115.06	الترفيه والثقافة
122.26	122.26	122.26	122.26	التعليم
114.34	114.34	114.34	114.34	المطاعم والفنادق
121.18	121.39	121.06	121.07	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء
* المتوسط قد لا يتطابق بسبب التقريب

سجل شهر يونيو الأكثر ارتفاعاً في قيمة الرقم القياسي للربع الثاني لعام 2019 حيث بلغ متوسطه بما يعادل 109.74 بالمئة. في حين سجل شهر أبريل الأقل انخفاضاً في قيمة الرقم القياسي بما يقارب 108.50 بالمئة.

ومن أبرز المجموعات التي سجل المتوسط للرقم القياسي ارتفاعاً لها بشكل ملحوظ هي مجموعة التبغ والتي بلغ متوسط الرقم القياسي ما 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 121.18 بالمئة.

سجلت مجموعة الترفيه والثقافة رقماً قياسياً بلغ متوسطه 115.85 بالمئة ثم مجموعة خدمات النقل بلغ متوسط الرقم القياسي لها 115.17 بالمئة و احتلت مجموعة الملابس والأحذية القيمة الأقل للرقم

القياسي حيث بلغ متوسطها ما يعادل 99.72 بالمئة و شهدت مجموعات كثيرة استقراراً في متوسط الأسعار خلال الربع الثاني وهي التبغ والتعليم والمطاعم والفنادق والاتصالات وخدمات الصحة.

12.3 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2018 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2019

يوضح الجدول (3) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو الربعي للسنوات 2018 - 2019 لأسعار المستهلك، حيث بلغت قيمة متوسط الربع الثاني للرقم القياسي عام 2019 ما يعادل 109.28 بالمئة وهي أقل انخفاضاً من متوسط الربع الثاني عام 2018 حيث سجلت 110.78 بالمئة وذلك بتراجع معدل النمو السنوي وقدره (-1.35) بالمئة خلال الفترة المذكورة. كما هو مبين في الجدول رقم (3)

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

الرقم القياسي العام	متوسط الربع الثاني 2018	متوسط الربع الثاني 2019	* معدل النمو
المجموعة الرئيسية	110.78	109.28	-1.35
الاعذية والمشروبات غير الكحولية	108.81	108.48	-0.31
التبغ	181.02	181.02	0
الملابس والأحذية	100.12	99.72	-0.40
السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز	105.35	99.80	-5.26
التجهيزات والمعدات المنزلية	107.88	102.66	-4.84
خدمات الصحة	102.44	101.76	-0.66
خدمات النقل	114.30	115.17	0.76
الاتصالات	104.91	104.91	0
الترفيه والثقافة	118.08	115.85	-1.89
التعليم	119.42	122.26	2.38
المطاعم والفنادق	114.25	114.34	0.07
سلع وخدمات متنوعة	120.07	121.18	0.92

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء
* معدل النمو قد لا يتطابق بسبب الترتيب

بلغ متوسط مجموعة التعليم في إمارة عجمان 119.42 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 و زاد متوسط المجموعة حتى بلغ 122.26 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 2.38%، وبلغ متوسط مجموعة السلع والخدمات المتنوعة في إمارة عجمان 120.07 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 و زاد متوسط المجموعة حتى بلغ 121.18 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 0.92%، أما متوسط مجموعة خدمات النقل في إمارة عجمان مايعادل 114.30 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 و زاد متوسط المجموعة حتى بلغ 115.17 بالمئة في عام 2019 وبذلك زاد معدل النمو بنسبة 0.76%

من أبرز المجموعات التي ساهمت في انخفاض متوسط الربع الثاني بشكل ملحوظ في عام 2019 مقارنة بالعام الذي قبله هي مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز حيث بلغت 105.35 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 انخفضت إلى 99.80 بالمئة للربع الثاني من عام 2019 و تراجع معدل النمو السنوي بنسبة (-5.26)%.

تليها مجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية حيث انخفضت من 107.88 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 إلى 102.66 بالمئة للربع الثاني من عام 2019 و تراجع معدل النمو السنوي بنسبة (-4.84)% تليها مجموعة الترفيه والثقافة ، حيث تراجع معدل النمو السنوي بما يعادل (-1.89)%

وكذلك مجموعة الأغذية والمشروبات غير الكحولية فقد تراجع معدل النمو بنسبة (-0.31%) خلال الفترة المذكورة أعلاه حيث انخفض متوسط الربع الثاني لعام 2018 من 108.81 بالمئة إلى 108.48 بالمئة في عام 2019 والتي بدورها تعتبر المجموعة الأقل انخفاضاً في معدل النمو للربع الثاني خلال الفترة 2018-2019. أما مجموعة الملابس والأحذية فقد انخفضت من 100.12 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 إلى 99.72 بالمئة للربع الثاني من عام 2019. مجموعة خدمات الصحة كذلك انخفضت من 102.44 بالمئة في الربع الثاني لعام 2018 إلى 101.76 للمربع الثاني من عام 2019. مجموعة اتصالات سجلت استقراراً حيث بلغت 104.91 للمربع الثاني للعامين 2018,2019. مجموعة المطاعم والفنادق سجلت ارتفاعاً طفيفاً حيث بلغت 114.25 بالمئة في الربع الثاني من عام 2018 إلى 114.34 بالمئة للربع الثاني من عام 2019.

وعلى مستوى المجموعات الرئيسية يلاحظ بأن مجموعة التبغ احتلت المرتبة الأولى الأكثر ارتفاعاً خلال الربع الثاني 2018-2019 حيث بلغ (181.02) بالمئة ويعود ذلك إلى الضريبة الانتقائية وضريبة القيمة المضافة التي طبقت على التبغ بداية عام 2018.

و كان متوسط مجموعة التعليم للربع الثاني عام 2019 بالمرتبة الثانية من ناحية الأكثر ارتفاعاً في سلة المستهلك لإمارة عجمان.

