

الأرقام القياسية

لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان

2021

إصدار أغسطس 2021



جميع الحقوق محفوظة © مركز الإحصاء والتنافسية

حكومة عجمان - الإمارات العربية المتحدة @ 2021

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 واسترجاعها دون الحصول على موافقة مسبقة صادرة من مركز عجمان للإحصاء والتنافسية،

حكومة عجمان، دولة الإمارات العربية المتحدة.

في حالة الاقتباس يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي:

مركز الإحصاء والتنافسية-حكومة عجمان
تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2021
الإصدار رقم 12 - 2021

للتواصل وطلب البيانات الإحصائية يرجى التواصل:

مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

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 والتنافسية

تم إنشاء "مركز عجمان للإحصاء و التنافسية " استناداً للمرسوم الأميري رقم (28) لسنة 2017 .

ويعتبر المركز هو الجهة المختصة محلياً في إمارة عجمان والمصدر الرئيس والمرجع الوحيد فيها في الشؤون الإحصائية و التنافسية 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 إتخاذ 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 ومنتخذي القرار في الإمارة.

القيم



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

الأرقام القياسية لأسعار
المستهلك للربع الثاني في إمارة
عجمان 2021

المحتويات

6	الملخص 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	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
10	1.3 تصنيف المجموعات
11	4. تدقيق ومراجعة بيانات أسعار المستهلك
11	5. المفاهيم والمصطلحات
14	6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2021 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2021
14	1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2021
16	2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان لعام 2021
18	3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2021 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2021
21	المراجع

الملخص التنفيذي

يقدم مركز عجمان للإحصاء والتنافسية تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان لعام 2021.

ويتضمن التقرير تحليل بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2021 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2021.

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 2021 بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الأول 106.07 بالمئة بينما بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثاني للعام نفسه 106.92 بالمئة وذلك بمعدل نمو بلغ 0.8% خلال الفترة المذكورة .
- ساهمت مجموعة خدمات النقل في ارتفاع متوسط الرقم القياسي للربع الثاني في عام 2021 مقارنة بالربع الأول لعام 2021 ، حيث ارتفعت من 106.63 بالمئة في الربع الأول من عام 2021 إلى 112.88 بالمئة في الربع الثاني من العام نفسه وذلك بمعدل نمو بلغ 5.9% خلال الفترة المذكورة .
- احتلت مساهمة مجموعة التبغ المرتبة الأولى ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي للربع الثاني 2021 وبلغ المتوسط لها 185.18 بالمئة، تليها مساهمة مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 126.41 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 إنخفاضاً 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 الأسعار والأرقام القياسية لخدمة صناعات القرار ورأسي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في أسعار المستهلك.

2.1 منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات

يقوم مركز الإحصاء والتنافسية بإمارة عجمان 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

منهجية احتساب الرقم:

يتم احتساب الأرقام القياسية للأسعار في الدولة بطريقة (لأسبير) المعدلة 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 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 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 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.
- 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 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 2014 حوالي 1,200 سلعة وخدمة، وصنفت السلة لإثني 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 الإحصاء والتنافسية في إمارة عجمان 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 إثنتي 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.

• 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. 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 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:

$$100 - 100 \times \frac{P_i}{P_i - 1}$$

¹ المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

معدل التضخم:

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.

- 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 مائة ثم طرح مائة.

6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2021 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول من عام 2021

1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2021

تظهر النتائج أن متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في عام 2021 بلغ 106.92 بالمئة، و تم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، و من خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (أبريل ومايو ويونيو) لعام 2021 كما هو مبين في الجدول رقم (1.6).

احتلت مساهمة مجموعة التبغ المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي للربع الثاني لعام 2021 والذي بلغ 185.18 بالمئة ويعود ذلك إلى الضريبة الإنتقائية وضريبة القيمة المضافة التي طبقت على التبغ بداية عام 2018، تليها مساهمة مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 126.41 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 120.48 بالمئة. وسجلت مجموعة الترويج والثقافة رقماً قياسياً بلغ متوسطه 117.32 بالمئة ثم مجموعة خدمات النقل والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 112.88 وتليها الأغذية والمشروبات والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 106.91 بالمئة وأما مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 95.39 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (1.6).

جدول (1.6)

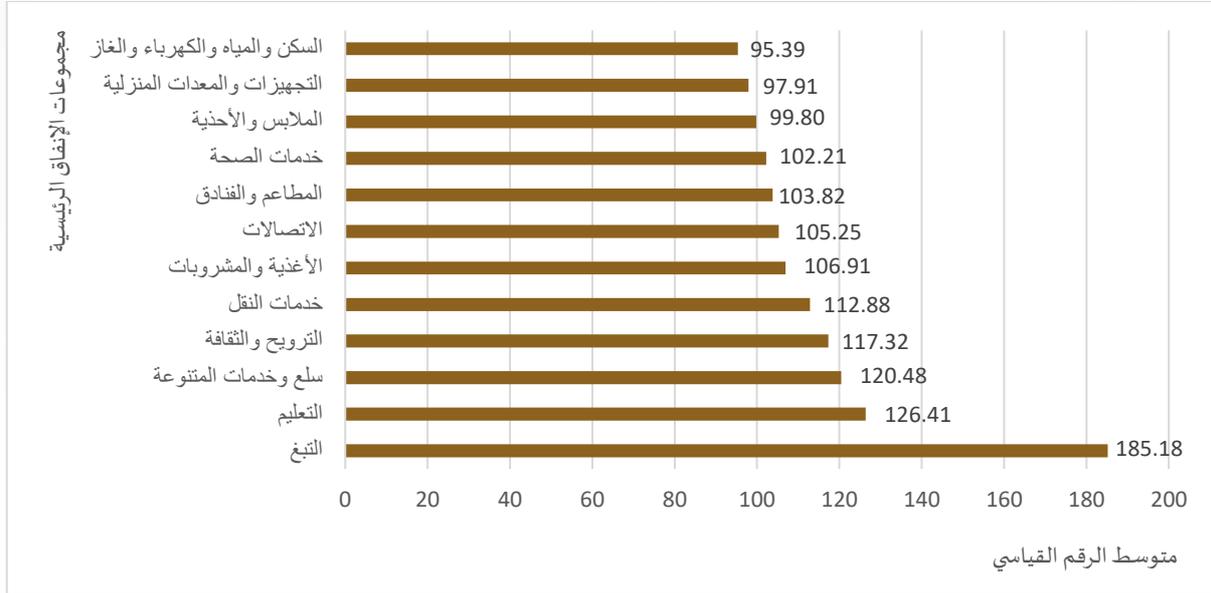
متوسط الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني لعام 2021

الربع الثاني 2021				
الرقم القياسي العام	أبريل	مايو	يونيو	*متوسط الربع الثاني
مجموعات الإنفاق الرئيسية				
التبغ	185.18	185.18	185.18	185.18
التعليم	126.41	126.41	126.41	126.41
سلع وخدمات متنوعة	120.38	120.99	120.07	120.48
الترويح والثقافة	117.38	117.36	117.23	117.32
خدمات النقل	111.78	112.80	114.04	112.88
الأغذية والمشروبات	106.28	107.11	107.32	106.91
الاتصالات	105.25	105.25	105.25	105.25
المطاعم والفنادق	103.56	103.56	104.35	103.82
خدمات الصحة	102.21	102.21	102.21	102.21
الملابس والأحذية	99.80	99.79	99.81	99.80
التجهيزات والمعدات المنزلية	97.86	97.86	98.01	97.91
السكن والمياه والكهرباء والغاز	95.39	95.39	95.39	95.39

المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية
المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء
*المتوسطات قد لا تتطابق بسبب التقريب

شكل (1.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني لعام 2021



2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان لعام 2021

الجدول رقم (2.6) يظهر نتائج الربع الأول لمتوسط الرقم القياسي في عام 2021 لأسعار المستهلك وتم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع ومن خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (يناير و فبراير و مارس) لعام 2021 والذي بلغ 106.07 بالمئة. احتلت مساهمة مجموعة التبغ المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي للربع الأول لعام 2021 والذي بلغ 185.18 بالمئة ، تليها مساهمة مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 126.70 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 121.50 بالمئة.

وسجلت مجموعة الترويج والثقافة رقماً قياسياً بلغ متوسطه 116.79 بالمئة ثم الأغذية والمشروبات والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 107.17 بالمئة وأما مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 96.35 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 لعام 2021

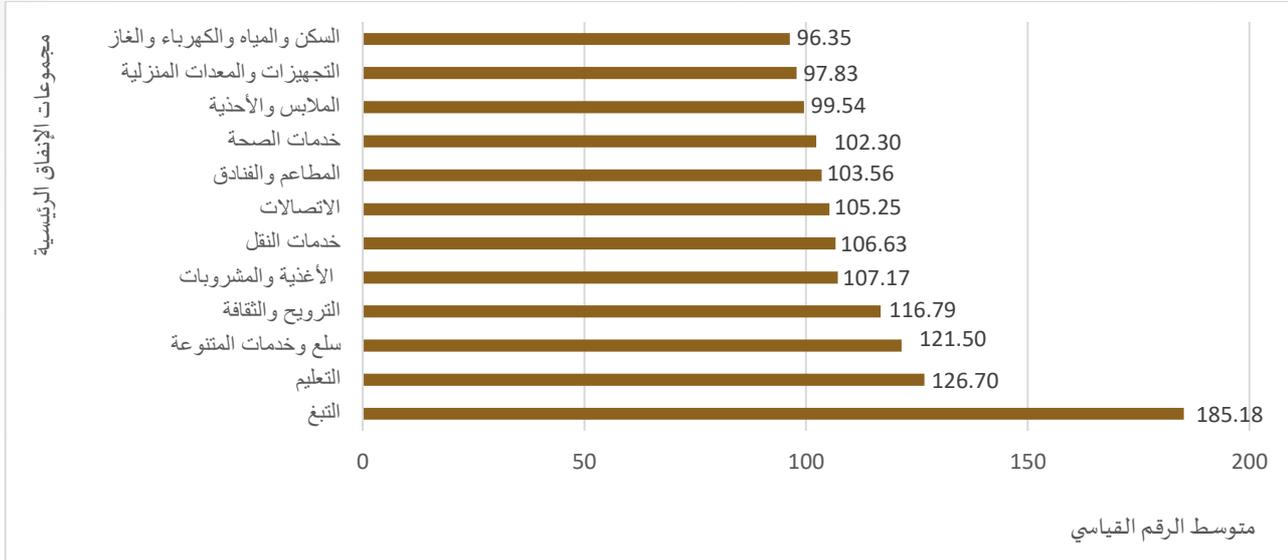
الربع الأول 2021				
الرقم القياسي العام	يناير	فبراير	مارس	متوسط الربع الأول
	106.26	105.99	105.97	106.07
مجموعات الإنفاق الرئيسية				
التبغ	185.18	185.18	185.18	185.18
التعليم	126.85	126.85	126.41	126.70
سلع وخدمات متنوعة	121.96	121.80	120.75	121.50
الترويج والثقافة	117.36	117.36	115.64	116.79
الأغذية والمشروبات	108.29	107.36	105.87	107.17
خدمات النقل	105.59	105.15	109.16	106.63
الاتصالات	105.25	105.25	105.25	105.25
المطاعم والفنادق	103.56	103.56	103.56	103.56
خدمات الصحة	102.35	102.35	102.21	102.30
الملابس والأحذية	99.80	99.79	99.03	99.54
التجهيزات والمعدات المنزلية	97.83	97.83	97.83	97.83
السكن والمياه والكهرباء والغاز	96.83	96.83	95.39	96.35

المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

شكل (2.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الأول لعام 2021



3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الأول لعام 2021 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2021

يوضح الجدول رقم (3.6) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو لأسعار المستهلك في الربع الأول من عام 2021 والربع الثاني من عام 2021، حيث ارتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي من 106.07 بالمائة بالربع الأول من عام 2021 إلى 106.92 بالمائة بالربع الثاني من عام 2021 وذلك بمعدل نمو مقداره 0.8% خلال الفترة المذكورة.

جدول (3.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية للربع الأول لعام 2021 مقارنة مع الربع الثاني لعام 2021

معدل التغير بين الربع الأول 2021 والربع الثاني 2021	متوسط الربع الثاني 2021	متوسط الربع الأول 2021	الرقم القياسي العام
%0.8	106.92	106.07	
مجموعات الإنفاق الرئيسية			
%5.9	112.88	106.63	خدمات النقل
%0.5	117.32	116.79	الترويح والثقافة
%0.3	103.82	103.56	المطاعم والفنادق
%0.3	99.80	99.54	الملابس والأحذية
%0.1	97.91	97.83	التجهيزات والمعدات المنزلية
%0.0	185.18	185.18	التبغ
%0.0	105.25	105.25	الاتصالات
%0.1-	102.21	102.30	خدمات الصحة
%0.2-	126.41	126.70	التعليم
%0.2-	106.91	107.17	الأغذية والمشروبات
%0.8-	120.48	121.50	سلع وخدمات متنوعة
%1.0-	95.39	96.35	السكن والمياه والكهرباء والغاز

المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية
المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء

من أبرز المجموعات التي ساهمت في ارتفاع متوسط الربع الثاني في عام 2021 مقارنة بمتوسط الربع الأول من عام 2021 هي مجموعة خدمات النقل حيث بلغت 106.63 بالمئة في الربع الأول من عام 2021 ارتفعت إلى 112.88 بالمئة للربع الثاني من عام 2021 بمعدل نمو مقداره 5.9%، تليها مجموعة الترويج والثقافة حيث ارتفع متوسط الرقم القياسي من 116.79 في الربع الأول من عام 2021 إلى 117.32 في الربع الثاني من العام نفسه وبمعدل نمو بلغ 0.5%، وتساوى معدل نمو الرقم القياسي لمجموعة المطاعم والفنادق ومجموعة الملابس والأحذية بمعدل بلغ 0.3%.

ومن أبرز المجموعات التي انخفض فيها متوسط الرقم القياسي في الربع الثاني من عام 2021 عن الربع الأول من عام 2021 هي مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز حيث انخفض متوسط الرقم القياسي من 96.35 بالمئة في الربع الأول من عام 2021 إلى 95.39 بالمئة للربع الثاني من عام 2021 وبمعدل تغير مقداره 1.00%، ثم تليها في الإنخفاض مجموعة السلع وخدمات المتنوعة حيث بلغ معدل التغير لهذه المجموعة -0.8% . كما إنخفض الرقم القياسي لمجموعة التعليم ومجموعة الأغذية والمشروبات في خلال الفترة المذكورة أعلاه بالتساوي بمعدل تغير بلغ -0.2%.

بينما لم تسجل مجموعة التبغ ومجموعة الاتصالات أي تغير في متوسط الرقم القياسي خلال الربع الثاني من عام 2021 والربع الأول من عام 2021.

المراجع

- تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الأول في إمارة عجمان 2021 - مركز عجمان للإحصاء والتنافسية.

<https://scc.ajman.ae/sites/default/files/publications/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A8%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%88%D9%84%202021%20V3.pdf>