

الأرقام القياسية
لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة
عجمان 2020

جميع الحقوق محفوظة © مركز الإحصاء والتنافسية

حكومة عجمان - الإمارات العربية المتحدة @ 2020

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 الثالث في إمارة عجمان 2020
الإصدار رقم 9 - 2020

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 والتنافسية" 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 اتخاذ القرار في الحكومة ببيانات ومعلومات دقيقة وحديثة.

الرؤية



بالمعرفة نعزز مستقبل عجمان.

الرسالة



الارتقاء بالعمل الإحصائي والتنافسي 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

المحتويات

4.....	المخلص التنفيذي.....
5.....	المقدمة.....
5.....	1. منهجية التقرير
5.....	1.1 أهداف مسح أسعار المستهلك.....
5.....	2.1 منهجية إحتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك وجودة البيانات
6.....	3.1 دورية المؤشر شهرياً.....
6.....	4.1 وحدة القياس
6.....	5.1 الشمول والتغطية.....
6.....	6.1 اختيار العينة
6.....	2. إستخدامات الرقم القياسي لأسعار المستهلك
7.....	3. جمع بيانات أسعار المستهلك ومصادرها.....
8.....	1.3 تصنيف المجموعات
9.....	4. تدقيق ومراجعة بيانات أسعار المستهلك.....
10.....	5. المفاهيم والمصطلحات.....
12.....	6. تحليل الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث لعام 2020 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2020.....
12.....	1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2020.....
14.....	2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2020.....
17.....	3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2020 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2020.....
19.....	المراجع.....

الملخص التنفيذي

يقدم مركز عجمان للإحصاء والتنافسية تقرير الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان لعام 2020.

ويتضمن التقرير تحليل بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2020 مقارنة بالأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2020.

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 صناعات القرار والباحثين.

وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير :

• في عام 2020 بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثالث 106.83 بالمئة بينما بلغت قيمة متوسط الرقم القياسي للربع الثاني لنفس العام 106.62 بالمئة وذلك بنسبة نمو مقدارها 0.20% خلال الفترة المذكورة .

• ساهمت مجموعة خدمات النقل في إرتفاع متوسط الربع الثالث في عام 2020 مقارنة بالربع الثاني من نفس العام حيث إرتفعت من 103.94 بالمئة في الربع الثاني من عام 2020 إلى 106.05 بالمئة في الربع الثالث لنفس العام بمعدل نمو مقداره 2.03%.

• إحتلت مجموعة التبغ المرتبة الأولى لمتوسط الرقم القياسي للربع الثالث 2020 بنسبة 185.18 بالمئة، تليها مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 124.25 بالمئة في الربع الثالث لعام 2020.

المقدمة

الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو مؤشر إحصائي يقيس التغيرات التي تطرأ على أسعار السلع والخدمات التي تدخل ضمن سلة الإنفاق الإستهلاكي 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 إرتفاعاً أو إنخفاضاً مقارنة بالربع السابق، ومن ثم التعرف على إتجاهات 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 الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

منهجية احتساب الرقم:

يتم احتساب الأرقام القياسية للأسعار في الدولة بطريقة (لاسيبر) 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 الإستهلاكي التي تتحملة 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 بإختيار هذه المصادر بناءً على توفر السلع داخلها.

2. إستخدامات 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 يسترشد به 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 إستيفاء 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 الكفية 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. الأغذية والمشروبات.

2. التبغ.

3. الملابس والأحذية.

4. السكن، المياه، الكهرباء، والغاز.

5. التجهيزات والمعدات المنزلية.

6. خدمات الصحة.

7. خدمات النقل.

8. الاتصالات.

9. الترويج والثقافة.

10. التعليم.

11. المطاعم والفنادق.

12. سلع وخدمات متنوعة.

• 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 إكتشاف 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 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 (لاسير) لإحتساب 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 إرتفاع 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.

¹ الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

- **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 الإقتصاد 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 الثالث لعام 2020 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني من عام 2020

1.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث في إمارة عجمان 2020

تظهر نتائج الربع الثالث متوسط الرقم القياسي عام 2020 لأسعار المستهلك إرتفاعاً طفيفاً في قيمة متوسط الرقم القياسي مقارنة بالربع الثاني عام 2020، و تم حساب الرقم القياسي عن طريق معادلة لاسبير لكل شهر من هذا الربع، و من خلاله تم حساب متوسط الشهور الثلاثة (يوليو وأغسطس وسبتمبر) لعام 2020 كما هو مبين في الجدول رقم (1.6).

إحتلت مجموعة التبغ المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي للربع الثالث لعام 2020 والذي بلغ 185.18 بالمئة ويعود ذلك إلى الضريبة الإنتقائية وضريبة القيمة المضافة التي طبقت على التبغ بداية عام 2018، تليها مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 124.25 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 122.12 بالمئة. وسجلت مجموعة الترويج والثقافة رقماً قياسياً بلغ متوسطه 117.66 بالمئة ثم مجموعة الأغذية والمشروبات والذي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 108.79 بالمئة وأما مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 98.58 بالمئة والتي يوضحها الشكل رقم (1.6).

الجدول (1.6)

متوسط الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثالث عام 2020

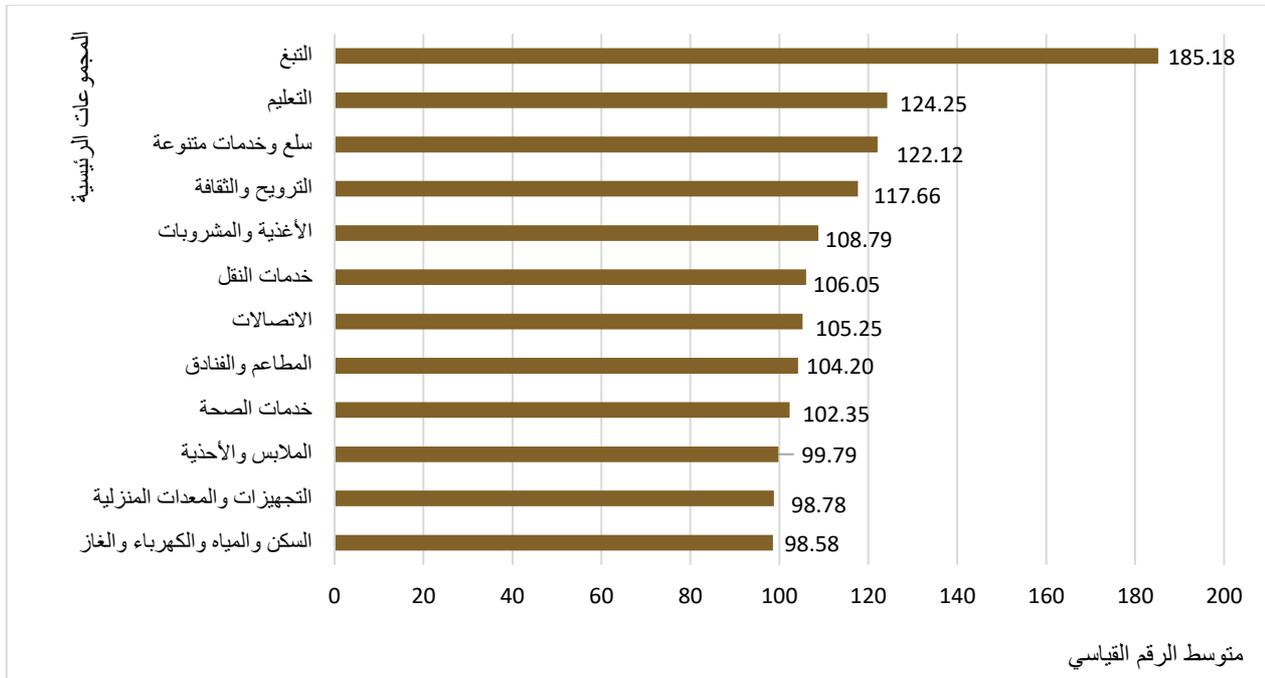
الربع الثالث 2020				
الرقم القياسي العام	يوليو	أغسطس	سبتمبر	متوسط الربع الثالث
مجموعات الإنفاق الرئيسية				
السكن والمياه والكهرباء والغاز	99.45	99.45	96.83	98.58
التجهيزات والمعدات المنزلية	99.34	99.34	97.65	98.78
الملابس والأحذية	99.83	99.78	99.75	99.79
خدمات الصحة	102.35	102.35	102.35	102.35
المطاعم والفنادق	104.20	104.20	104.20	104.20
الإنصالات	105.25	105.25	105.25	105.25
خدمات النقل	106.40	106.02	105.72	106.05
الأغذية والمشروبات	108.65	108.90	108.81	108.79
الترويج والثقافة	118.08	118.08	116.81	117.66
سلع وخدمات متنوعة	121.62	122.51	122.24	122.12
التعليم	124.25	124.25	124.25	124.25
التبغ	185.18	185.18	185.18	185.18

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

شكل رقم (1.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثالث من عام 2020



2.6 متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2020

إحتلت مجموعة التبغ المرتبة الأولى من ضمن المجموعات الرئيسية لمتوسط الرقم القياسي للربع الثاني لعام 2020 والذي بلغ 185.18 بالمئة ويعود ذلك إلى الضريبة الإنتقائية وضريبة القيمة المضافة التي طبقت على التبغ بداية عام 2018، تليها مجموعة التعليم والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 123 بالمئة ثم مجموعة السلع والخدمات المتنوعة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 121.43 بالمئة. وسجلت مجموعة الترويح والثقافة رقماً قياسيماً بلغ متوسطه 117.33 بالمئة ثم مجموعة المطاعم والفنادق والتي بلغ متوسط الرقم القياسي لها 110.97 بالمئة وأما مجموعة السكن والمياه والكهرباء والغاز كانت الأقل قيمة حيث بلغ متوسط الرقم القياسي لها 98.12 بالمئة والتي يوضحها الجدول والشكل رقم (2.6).

الجدول (2.6)

متوسط الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني عام 2020

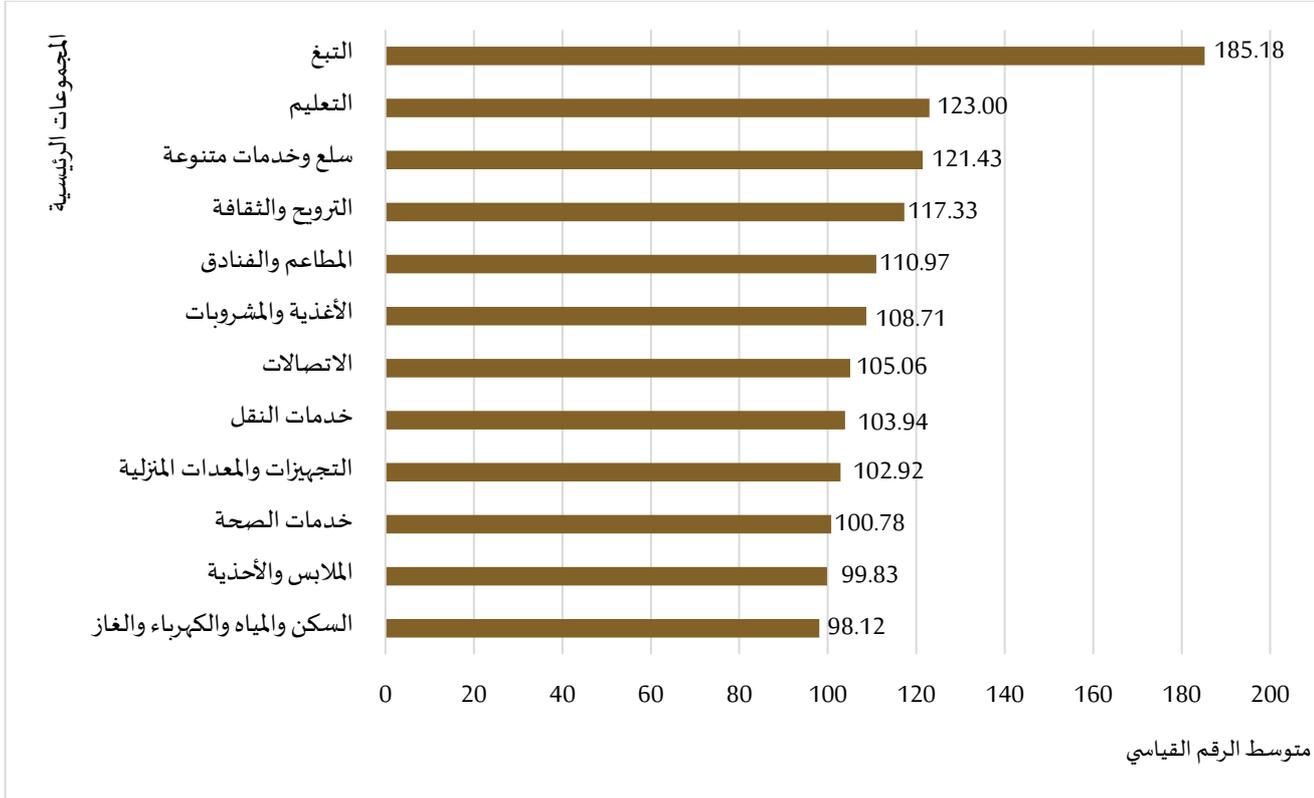
الربع الثاني 2020				
الرقم القياسي العام	أبريل	مايو	يونيو	متوسط الربع الثاني
مجموعات الإنفاق الرئيسية				
السكن والمياه والكهرباء والغاز	97.46	97.46	99.45	98.12
الملابس والأحذية	99.83	99.83	99.83	99.83
خدمات الصحة	100.00	100.00	102.35	100.78
التجهيزات والمعدات المنزلية	104.71	104.71	99.34	102.92
خدمات النقل	102.64	102.64	106.54	103.94
الاتصالات	104.96	104.96	105.25	105.06
الأغذية والمشروبات	108.46	108.28	109.39	108.71
المطاعم والفنادق	114.36	114.36	104.20	110.97
الترويح والثقافة	116.95	116.95	118.08	117.33
سلع وخدمات متنوعة	121.37	121.40	121.52	121.43
التعليم	122.38	122.38	124.25	123.00
التبغ	185.18	185.18	185.18	185.18

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء

المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

شكل رقم (2.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في إمارة عجمان خلال الربع الثاني من عام 2020



3.6 الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثاني لعام 2020 مقارنة مع الرقم القياسي لأسعار المستهلك للربع الثالث من عام 2020

يوضح الجدول رقم (3.6) متوسط الرقم القياسي ومعدلات النمو لأسعار المستهلك في الربعين الثاني والثالث من عام 2020، حيث إرتفعت قيمة متوسط الرقم القياسي من 106.62 بالمئة بالربع الثاني من عام 2020 إلى 106.83 بالمئة بالربع الثالث من نفس العام وذلك بمعدل تغير مقداره 0.20% خلال الفترة المذكورة.

الجدول (3.6)

متوسط الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية للربع الثاني لعام 2020 مقارنة مع الربع الثالث لعام 2020

الرقم القياسي العام	متوسط الربع الثالث 2020	متوسط الربع الثاني 2020	معدل التغير بين الربع الثالث والربع الثاني 2020
	106.83	106.62	%0.20
مجموعات الإنفاق الرئيسية			
خدمات النقل	106.05	103.94	%2.03
خدمات الصحة	102.35	100.78	%1.56
التعليم	124.25	123.00	%1.02
سلع وخدمات متنوعة	122.12	121.43	%0.57
السكن والمياه والكهرباء والغاز	98.58	98.12	%0.47
الترويج والثقافة	117.66	117.33	%0.28
الإتصالات	105.25	105.06	%0.18
الأغذية والمشروبات	108.79	108.71	%0.07
التبغ	185.18	185.18	%0.00
الملابس والأحذية	99.79	99.83	%0.04-
التجهيزات والمعدات المنزلية	98.78	102.92	%4.02-
المطاعم والفنادق	104.20	110.98	%6.11-

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء
المصدر: مركز عجمان للإحصاء والتنافسية

من أبرز المجموعات التي ساهمت في إرتفاع متوسط الربع الثالث في عام 2020 مقارنة بمتوسط الربع الثاني من عام 2020 هي مجموعة خدمات النقل حيث بلغت 103.94 بالمائة في الربع الثاني من عام 2020 إرتفعت إلى 106.05 بالمائة للربع الثالث لنفس العام بنسبة نمو مقدارها 2.03%.

تليها مجموعة خدمات الصحة من حيث المساهمة في إرتفاع متوسط الرقم القياسي للربع الثالث حيث إرتفع من 100.78 بالمائة في الربع الثاني من عام 2020 إلى 102.35 بالمائة للربع الثالث من عام 2020 وبمعدل نمو مقداره 1.56%، ثم تليها في الإرتفاع مجموعة التعليم حيث بلغ معدل النمو لهذه المجموعة 1.02%.

إرتفع الرقم القياسي لمجموعة السلع والخدمات المتنوعة خلال الفترة المذكورة أعلاه حيث إرتفع متوسط الربع الثالث لعام 2020 من 121.43 بالمائة إلى 122.12 بالمائة في الربع الثالث من عام 2020 وبمعدل نمو بلغ 0.57%، بينما لم تسجل مجموعة التبغ أي تغير في متوسط الرقم القياسي خلال الربع الأول والربع الثاني من عام 2020.

ومن أبرز المجموعات التي إنخفض فيها الرقم القياسي للربع الثالث 2020 عن الربع الثاني 2020 مجموعة المطاعم والفنادق حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 110.98 بالمائة في الربع الثاني من عام 2020 وإنخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 104.20 بالمائة في الربع الثالث من عام 2020 وبذلك بمعدل تغير مقداره 6.11%، تليها مجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية حيث بلغ متوسط رقمها القياسي 102.92 بالمائة في الربع الثاني من عام 2020 وإنخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 98.78 بالمائة في الربع الثالث من عام 2020 وبمعدل تغير مقداره 4.02%، بالإضافة إلى مجموعة الملابس والأحذية بلغ متوسط رقمها القياسي مايعادل 99.83 بالمائة في الربع الثاني من عام 2020 وإنخفض متوسط المجموعة حتى بلغ 99.79 بالمائة في الربع الثالث من عام 2020 بمعدل تغير مقداره 0.04%.

المراجع

- مركز عجمان للإحصاء والتنافسية – تقرير عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلك للربع الثاني في إمارة عجمان 2020

https://scc.ajman.ae/sites/default/files/publications/CPI_report_2020Q2.pdf