



مركز الإحصاء
STATISTICS CENTRE



مؤشر الرقم القياسي

لأسعار المستهلك 2014

المحتويات

3	المقدّمة
4	1. الرقم القياسي لأسعار المستهلك لعام 2014 (2007=100)
4	الملخص التنفيذي:
5	2. الأرقام القياسية الشهرية لمجموعات الإنفاق مقارنة بالرقم القياسي العام
8	3. الأرقام القياسية الشهرية خلال عامي 2013 و2014
15	4. منهجية الرقم القياسي لأسعار المستهلك
21	5. الجداول

المقدّمة

يعدّ الرقم القياسي لأسعار المستهلك أحد المؤشرات الإحصائية التي تشكّل مدخلاً مهماً في التخطيط والبحوث في مختلف المجالات، وتحرص مراكز الإحصاء والإدارات الإحصائية في مختلف دول العالم على تركيب هذه الأرقام، التي تعتمد على أسعار سلة من السلع والخدمات التي يستهلكها القطاع العائلي، وتشكّل الأرقام المحتسبة سلسلة زمنية لقياس التغيّر الذي يطرأ على تكاليف المعيشة عبر الزمن.

من هذا المنطلق، دأب مركز الإحصاء - أبو ظبي على جمع أسعار تلك السلع والخدمات بصورة منتظمة ونشر المؤشرات المستخلصة منها، متّبِعاً المنهجيات المعتمدة دولياً في هذا المجال. وقد طوّر قسم الدخل والأسعار في مركز الإحصاء - أبو ظبي الرقم القياسي لأسعار المستهلك بحيث يُحسب حسب مستويات رفاه الأسرة وحسب نوع الأسرة. فبالنسبة إلى مستوى رفاه الأسرة، فقد قُسم المجتمع إلى خمس شرائح تمثّل خمسة مستويات معيشية، وذلك بالاعتماد على متوسط الإنفاق السنوي للفرد.

أما بالنسبة إلى نوع الأسرة، فقد قُسمت أسر المجتمع إلى ثلاثة أنواع، كما وردت في مسح الدخل وإنفاق الأسرة 2007: الأسر المواطنة والأسر غير المواطنة والأسر الجماعية.

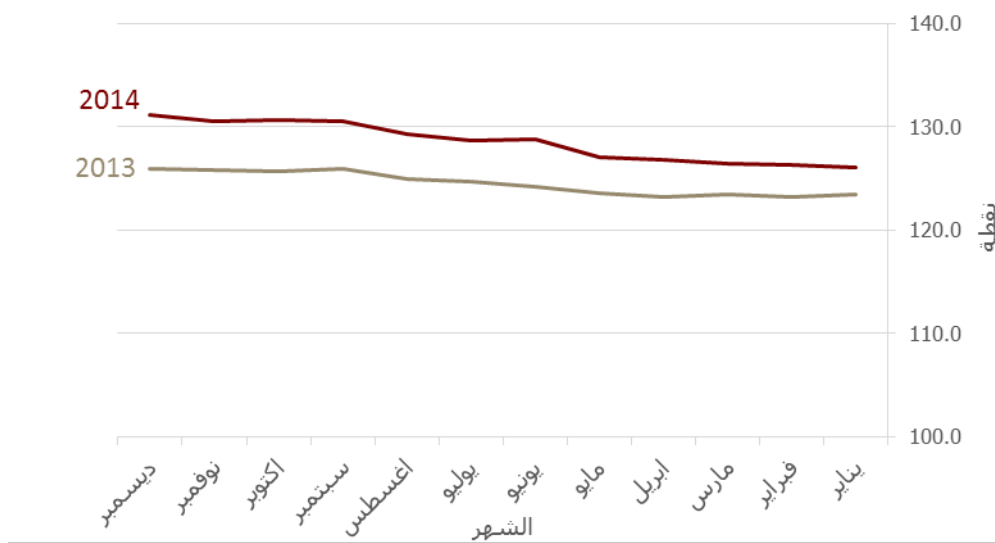
وقد اختيرت عيّنة البنود الداخلة في سلّة الرقم القياسي لأسعار المستهلك من واقع بيانات مسح الدخل وإنفاق الأسرة 2007، بحيث تمثّل مناطق الإمارة جميعها، أما بالنسبة إلى عيّنة المصادر التي تجمع منها الأسعار فلقد روعي عند اختيارها أن تكون مصادر تمثيلية، أي أنها تمثّل نقطة شراء لشريحة كبيرة من المستهلكين في إمارة أبو ظبي، مع الأخذ في الاعتبار التوزيع الجغرافي للمصادر داخل الإمارة.

1. الرقم القياسي لأسعار المستهلك لعام 2014 (2007=100)

الملخص التنفيذي:

- بلغ معدّل التضخم في أسعار المستهلك 3.2% خلال عام 2014 مقارنة مع عام 2013، حيث بلغ الرقم القياسي 128.5 نقطة عام 2014، بينما كان 124.5 نقطة عام 2013.
- أسهمت مجموعة "السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى" في الارتفاع الذي حدث خلال عام 2014 مقارنة مع عام 2013، حيث أسهمت بنسبة 46.1% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق وقد جاء هذا الإسهام نتيجة لارتفاع معدّل أسعار هذه المجموعة بنسبة 4.0%.
- أسهمت مجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" بنسبة 17.1% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق خلال عام 2014، مقارنة مع عام 2013، حيث ارتفعت أسعار هذه المجموعة بنسبة 11.1%.
- أسهمت مجموعة "الأغذية والمشروبات" بنسبة 14.0% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق خلال عام 2014 مقارنة بالفترة نفسها من عام 2013. وقد جاء هذا الإسهام نتيجة لارتفاع معدّل أسعار هذه المجموعة بنسبة 2.5%.
- كما ارتفعت أسعار مجموعة "سلع وخدمات متنوعة" بنسبة 5.4% خلال عام 2014 مقارنة مع عام 2013، وقد حققت هذه المجموعة إسهاماً مقداره 7.4% من مجمل معدّل الزيادة التي تحققت خلال عام 2014 مقارنة مع عام 2013.

شكل (1) الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال أشهر عامي 2013 و2014

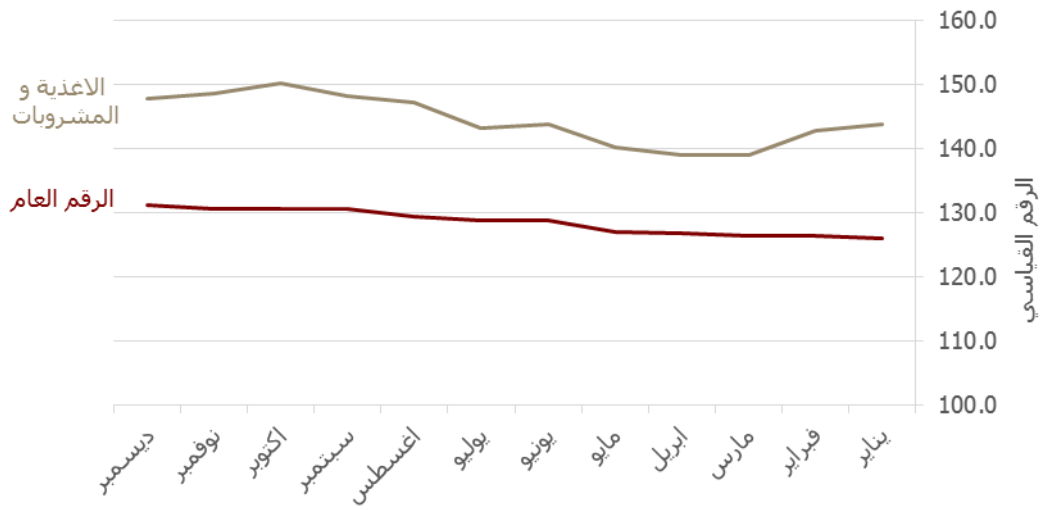


المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

2. الأرقام القياسية الشهرية لمجموعات الإنفاق مقارنة بالرقم القياسي العام

يظهر في الشكل (2) أن الرقم القياسي لمجموعة "الأغذية والمشروبات" أعلى من الرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2014، وهذا يعني أن مجموعة "الأغذية والمشروبات" ساهمت في رفع الرقم القياسي العام خلال عام 2014. وقد بلغ متوسط الرقم القياسي لمجموعة "الأغذية والمشروبات" 144.4 نقطة، بينما بلغ الرقم القياسي العام 128.5 نقطة خلال عام 2014.

شكل (2) | العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الأغذية والمشروبات

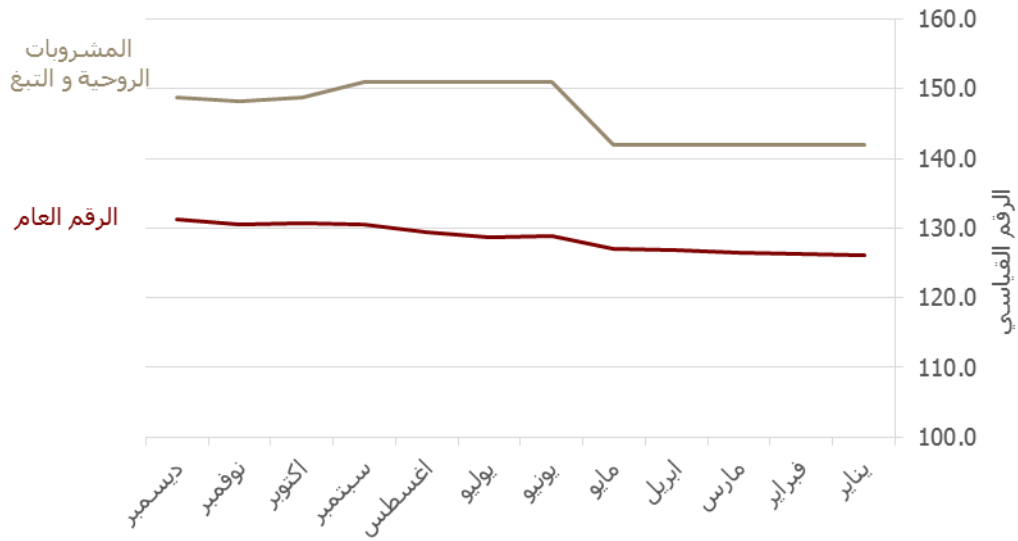


المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

يظهر في الشكل (3) أن مستوى التغير في أسعار مجموعة "المشروبات الروحية والتبغ" خلال عام 2014 أعلى من الرقم القياسي العام، حيث ساهمت هذه المجموعة في ارتفاع الرقم القياسي العام، فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة "المشروبات الكحولية والتبغ" 146.6 نقطة، بينما الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة المشروبات الروحية والتبغ

شكل (3)

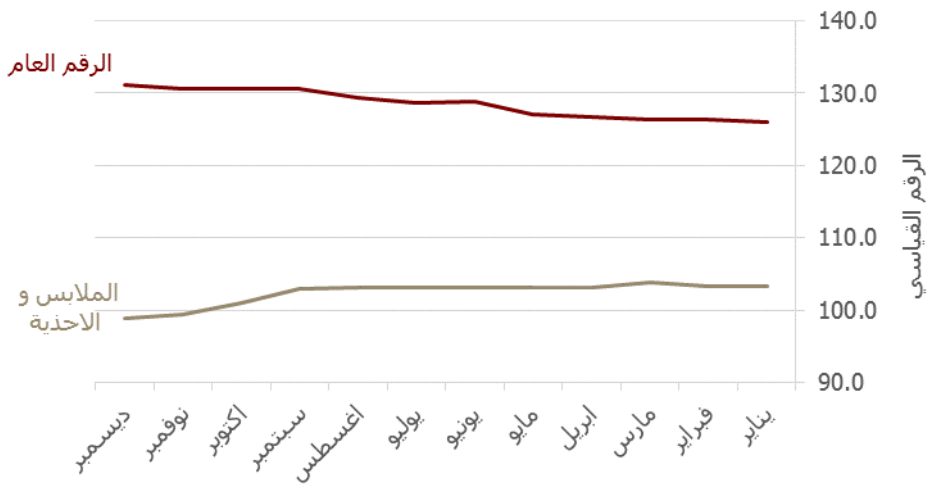


المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

لقد ساهمت مجموعة "الملابس والأحذية" بانخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2014، حيث يتضح من الشكل (4) أن مستوى الأسعار لمجموعة "الملابس والأحذية" أقل من المستوى العام للأسعار لأشهر عام 2014 جميعها. حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار مجموعة "الملابس والأحذية" 102.4 نقطة، بينما الرقم القياسي 128.5 نقطة.

العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الملابس والأحذية

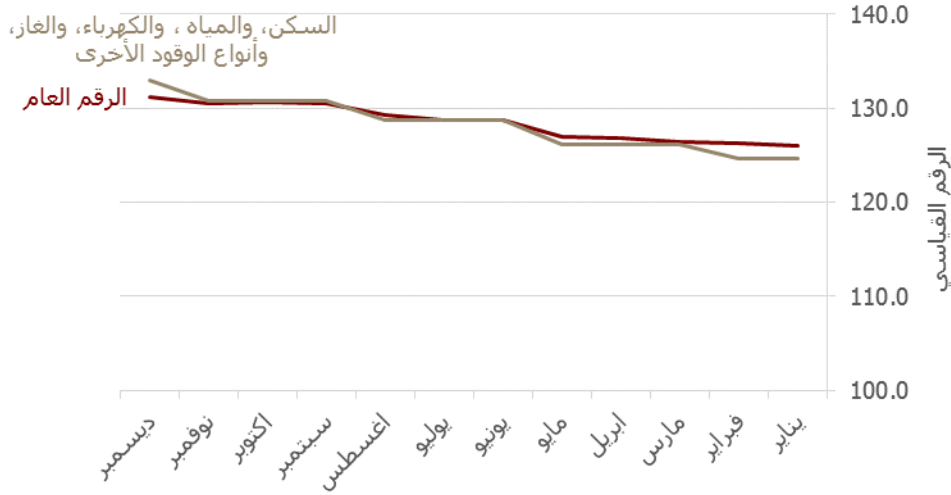
شكل (4)



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

يظهر الشكل (5) أن مستوى الأسعار لمجموعة "السكن والمياه والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى" أقل من المستوى العام للأسعار خلال عام 2014، ما يعني أن هذه المجموعة التي يشكّل وزنها نحو 38% ساهمت في انخفاض الرقم القياسي، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 128.3 نقطة، بينما الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

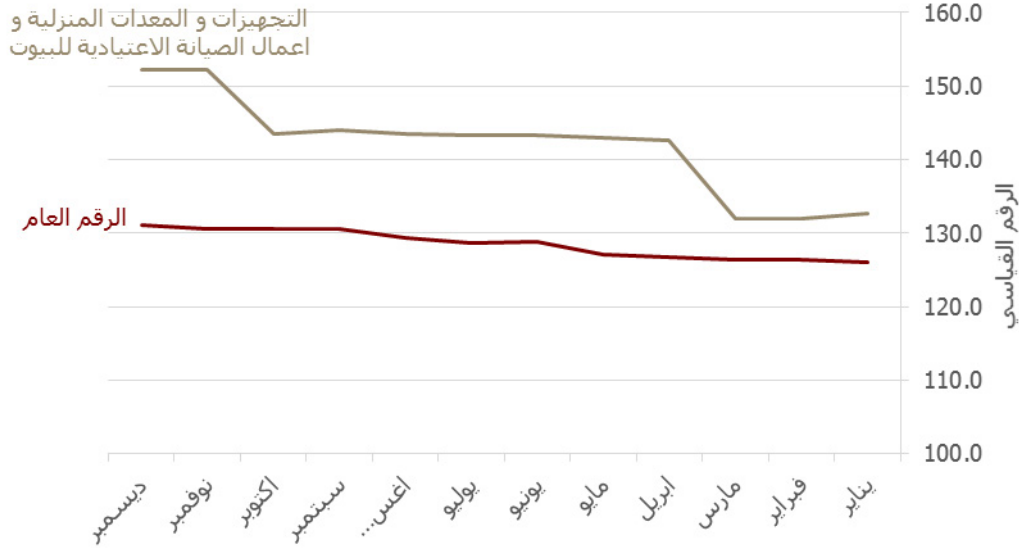
شكل (5) | العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة السكن



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

ويظهر الشكل (6) اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2014، وقد ساهمت هذه المجموعة في ارتفاع المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار مجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" 142.0 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

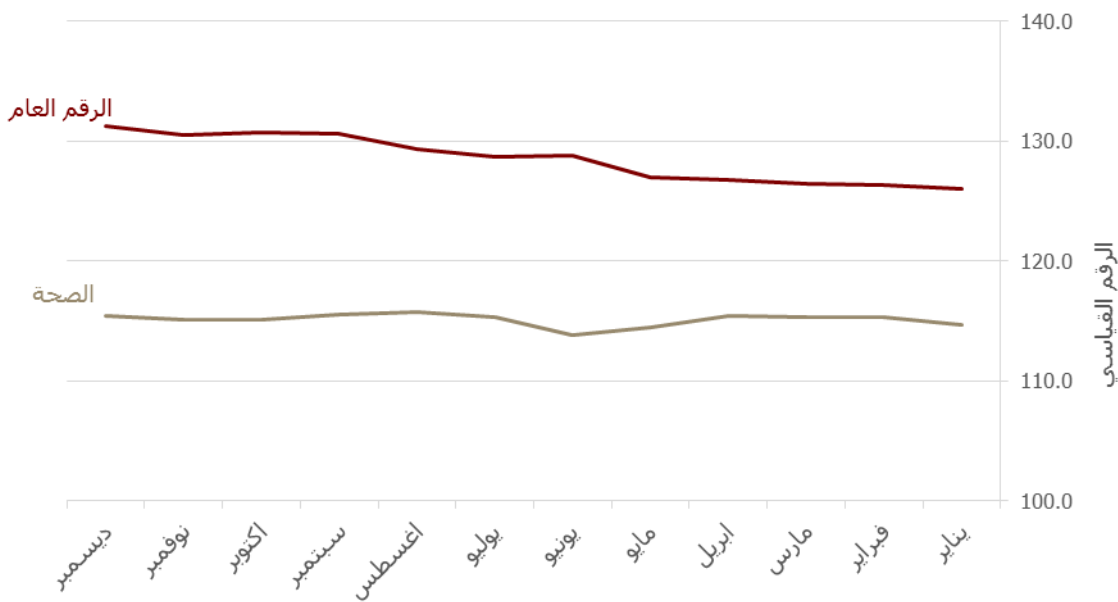
شكل (6) العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

يظهر الشكل (7) اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "الصحة" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2014، وقد ساهمت هذه المجموعة في انخفاض المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 115.1 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

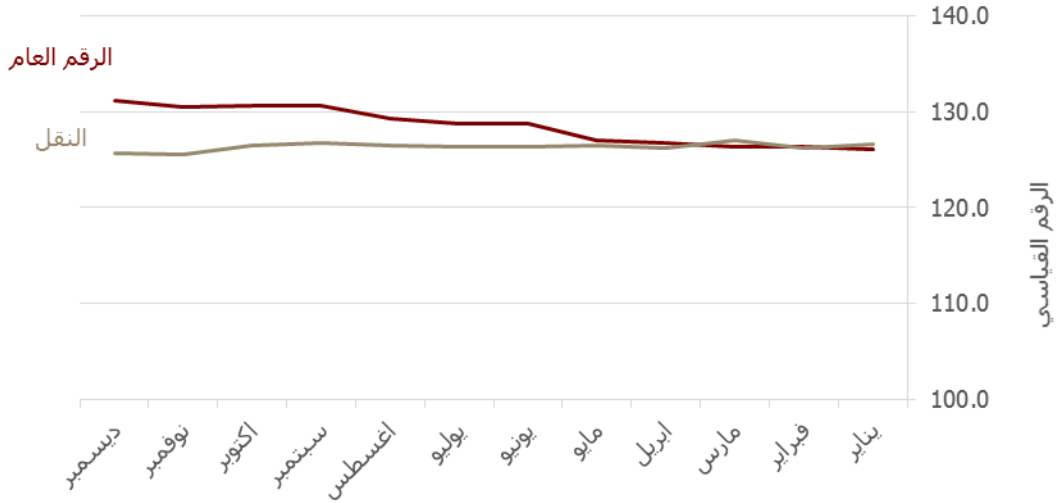
شكل (7) العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الصحة



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

يظهر الشكل (8) اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "النقل" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2014، وقد ساهمت هذه المجموعة في انخفاض المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 126.3 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

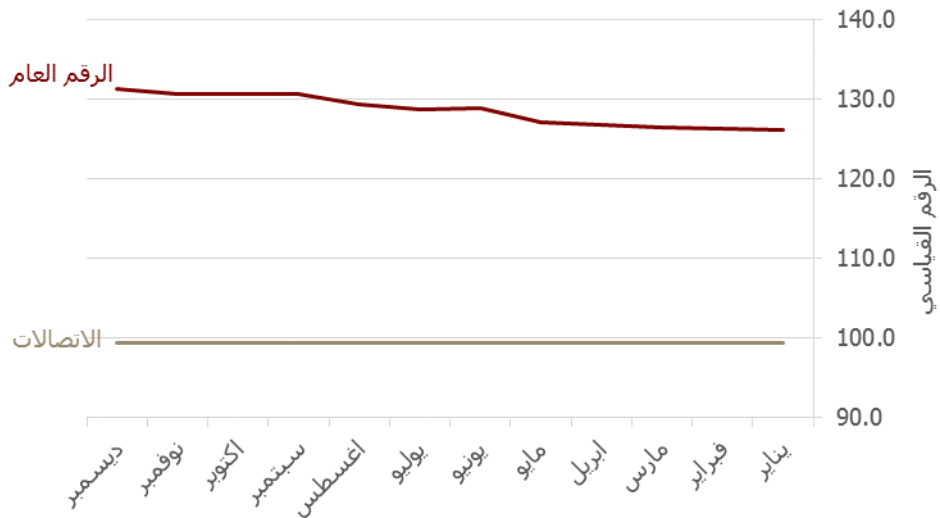
شكل (8) | العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة النقل



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

لقد ساهمت مجموعة "الاتصالات" في انخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2014، حيث يتضح من الشكل (9) أن مستوى الأسعار لمجموعة "الاتصالات" أقل من المستوى العام للأسعار لأشهر عام 2014 جميعها.

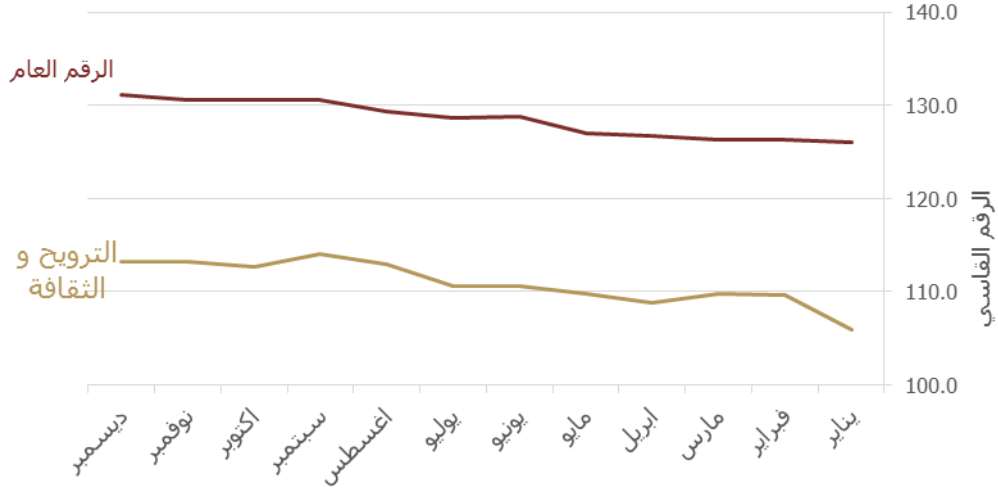
شكل (9) | العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الاتصالات



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

ويبين الشكل (10) اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "الترويح والثقافة" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2014. حيث يتضح أن هذه المجموعة ساهمت بانخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2014، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 111.0 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 128.5 نقطة.

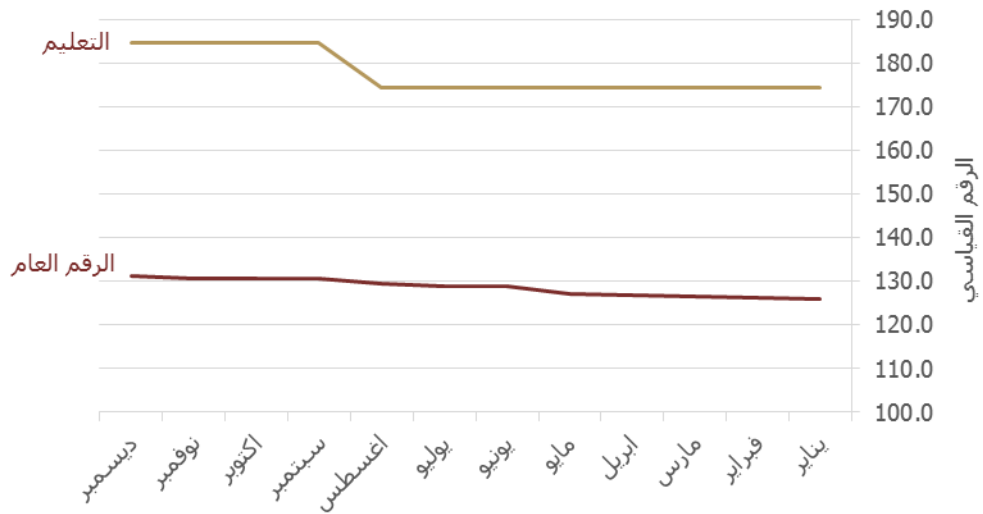
شكل (10) العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الترويح والثقافة



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

أما مجموعتا التعليم والمطاعم والفنادق فقد ساهمتا بمستويات أسعارهما في رفع المستوى العام للأسعار خلال أشهر عام 2014 جميعها، وكما يظهرها الشكلان (11) و(12).

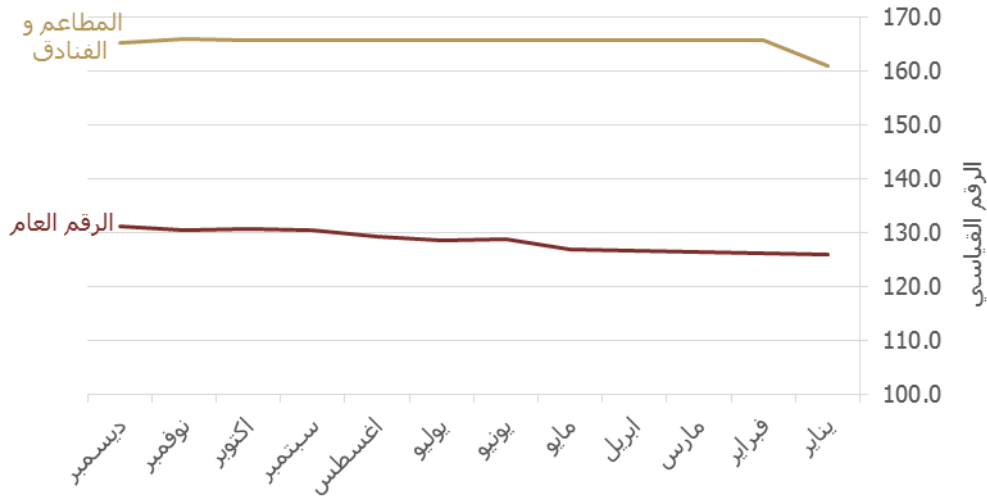
شكل (11) العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة التعليم



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة المطاعم والفنادق

شكل (12)

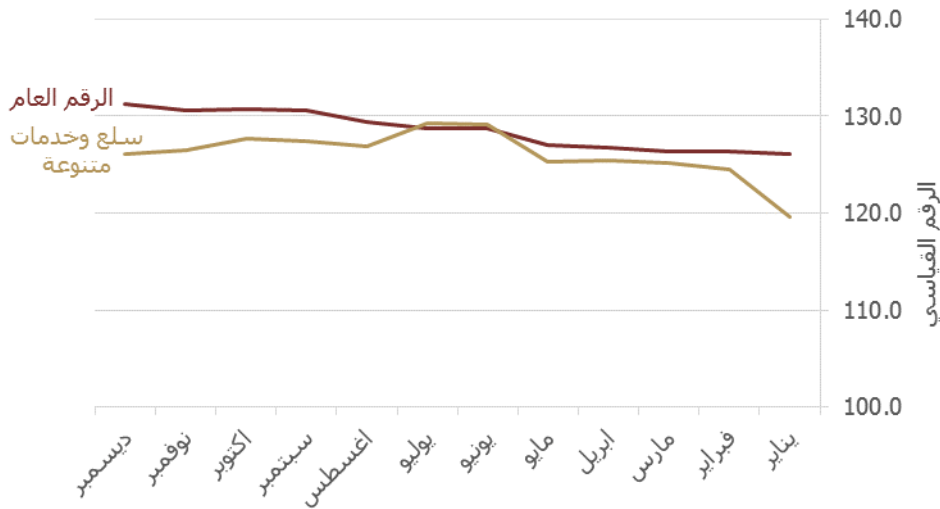


المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

أما مجموعة "سلع وخدمات متنوعة" فيظهر الشكل (13) أن مستويات أسعارها عام 2014 أقل من مستوى الأسعار العام، لذا فقد ساهمت أسعار هذه المجموعة بتخفيض مستوى العام للأسعار عام 2014.

العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة سلع وخدمات متنوعة

شكل (13)

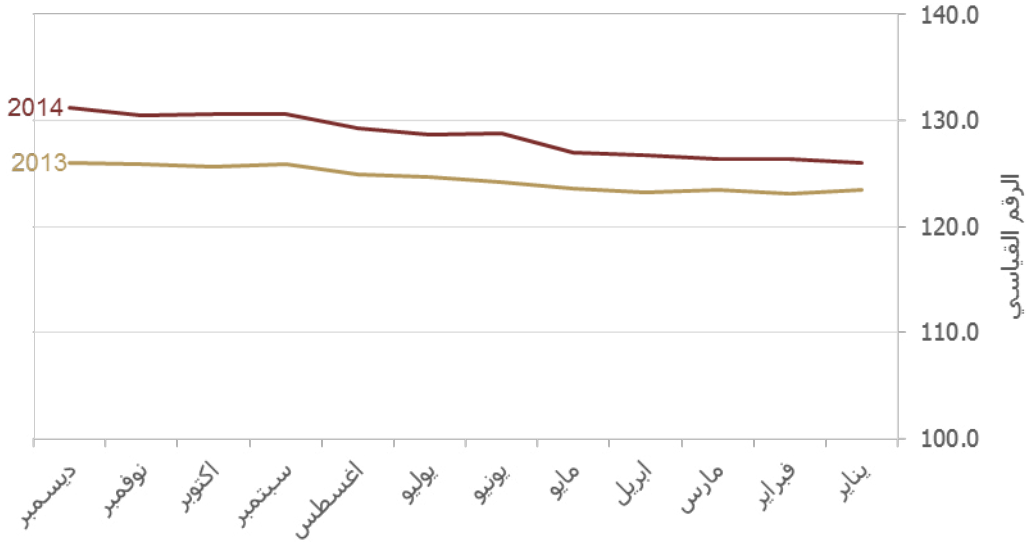


المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

3. الأرقام القياسية الشهرية خلال عامي 2013 و2014

يوضّح الشكل (14) ارتفاع الأسعار عام 2014 مقارنة بعام 2013، حيث إن حركة الأسعار خلال أشهر عامي 2013 و2014 تؤثر مباشرة في معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2014.

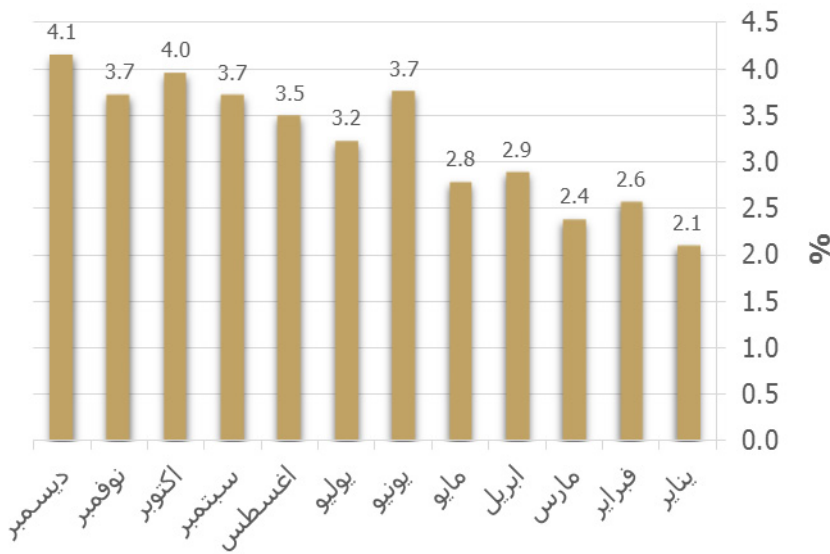
شكل (14) الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك خلال أشهر عامي 2013 و2014



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

ويظهر الشكل (15) معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2014.

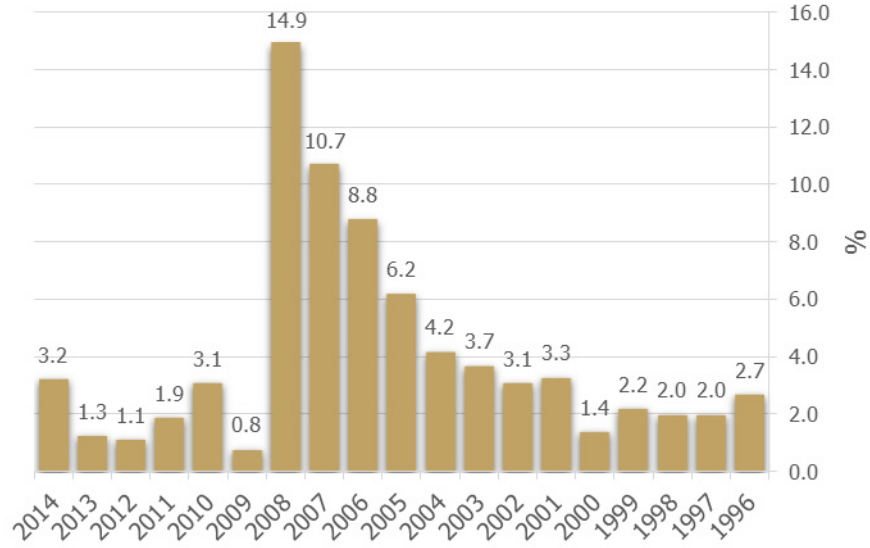
شكل (15) معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2014



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

أما بالنسبة إلى معدّلات التضخم خلال الفترة الزمنية 1996- 2014، فإن الشكل (16) بيّن معدّلات التضخم السنوية للفترة من عام 1996 إلى عام 2014.

شكل (16) | معدّلات التضخم السنوية للأعوام من 1996 إلى 2014



المصدر: مركز الإحصاء - أبو ظبي

منهجية الرقم القياسي لأسعار المستهلك

مقدمة

يُعدّ مركز الإحصاء - أبو ظبي في إمارة أبو ظبي الجهة الرسمية المسؤولة عن حساب تقديرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك وإصدارها في الإمارة. وقد حدّث المركز سنة الأساس للرقم القياسي لأسعار المستهلك باعتماد سنة 2007 كأساس للأسعار والأوزان. الأوزان المستخدمة في الرقم القياسي الجديد حُسبت من خلال نتائج مسح إنفاق الأسرة ودخلها 2007، الذي نُقِّد في إمارة أبو ظبي خلال الفترة 2007. إن المنهجية التي استخدمت في حساب الرقم القياسي تتسق مع أفضل الممارسات والتوصيات الدولية في هذا المجال.

1. ما هو الرقم القياسي لأسعار المستهلك؟

الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو عبارة عن أداة لقياس معدّل التغيّر في أسعار مجموعة من السلع والخدمات بين فترتين زمنيّتين، وتسمّى الفترة التي ننسب إليها الأسعار "فترة الأساس" والفترة التي نقارن أسعارها "فترة المقارنة".

2. أهميّة الرقم القياسي لأسعار المستهلك؟

يقدم الرقم القياسي لأسعار المستهلك تقديرات شهرية حول نسب التغيّر في سلة أسعار المستهلكين في إمارة أبو ظبي، ومن الاستخدامات المهمّة للرقم القياسي لأسعار المستهلك نذكر ما يلي:

- يستخدم الرقم القياسي لأسعار المستهلك كمؤشر اقتصادي مهم لحساب معدّلات التضخم. ويعدّ معدّل التضخم مدخلاً مهماً للكثير من المؤسسات الاقتصادية يؤخذ في الاعتبار عند صياغة السياسات النقدية والخطط الاقتصادية.
- يُعدّل سلّم الرواتب والأجور من قبل الجهات الدولية والشركات الكبرى ومن قبل بعض الحكومات بناءً على التغيّر في الرقم القياسي لأسعار المستهلك.
- كما يستخدم الرقم القياسي لأسعار المستهلك كمثبط في إعداد الحسابات القومية بالأسعار الثابتة.

3. تحديث الرقم القياسي لأسعار المستهلك

يُحدّث الرقم القياسي لأسعار المستهلك بشكل دوري كلما توافرت البيانات اللازمة لعملية التحديث، وعادة يُحدّث الرقم القياسي لأسعار المستهلك بعد صدور نتائج مسح إنفاق الأسرة ودخلها الذي ينقذ دورياً كل خمس سنوات على الأكثر في معظم دول العالم. وتكمن أهميّة التحديث في أوزان سلع وخدمات سلة الرقم القياسي لأسعار المستهلك في أن هذه الأوزان يجب أن تمثّل قدر المستطاع النمط الاستهلاكي الحالي للأسرة.

وقد كان آخر تحديث للرقم القياسي لأسعار المستهلك في إمارة أبو ظبي في عام 2008، حيث أصبحت سنة 2007 هي سنة الأساس الجديدة للرقم القياسي من حيث الأوزان والأسعار.

4. تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك

يُحسب الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الصيغة الرياضية للاسبير
$$CPI_L = \sum \frac{P_{Li}}{P_{0i}} \times W_{0i}$$

تُجمع أسعار سلع سلة الرقم القياسي وخدماتها لأسعار المستهلك بشكل دوري شهرياً، باستثناء مجموعة الخضراوات والفواكه واللحوم والأسماك والدجاج فتجمع بشكل أسبوعي وذلك للتغيّر المستمر الذي يطرأ على أسعارها، كما أن إيجارات المساكن تُجمع أسعارها بشكل ربع سنوي وأخيراً أسعار رسوم التعليم تُجمع بشكل نصف سنوي.

يُحسب الرقم القياسي الحالي بأساس عام 2007 على مستوى امارة أبو ظبي. وتتكوّن سلة الرقم القياسي الحالي من 334 سلعة وخدمة، بينما تتكوّن سلة المستهلك من 760 سلعة وخدمة. كما تضمّن الرقم القياسي الجديد احتساب الرقم القياسي للمساكن المشغولة من أصحابها، وذلك بإضافة وزن هذا البند إلى وزن المساكن المستأجرة وحساب رقم قياسي واحد للإيجارات يتضمّن المساكن المستأجرة والمساكن المشغولة من أصحابها.

يُحسب متوسط سعر السلعة على مستوى المجموعة الابتدائية (المجموعة الابتدائية هي أدنى مستوى للسلعة يتوافر له وزن) باستخدام الوسط الهندسي. أما المنسوب السعري والوزن الجديد، فيُحسب المنسوب السعري بقسمة سعر المقارنة على سعر الأساس، وللحصول على الوزن الجديد للسلعة يُضرب المنسوب السعري بوزن الأساس للسلعة.

لحساب الرقم القياسي على مستوى المجموعات الفرعية، يُجمع الوزن الجديد للسلع والخدمات جميعها التي تنتمي إلى المجموعة الفرعية ومن ثم يُقسم الوزن الجديد للمجموعة الفرعية على وزن الأساس للمجموعة نفسها. وبالأسلوب نفسه يُحسب الرقم القياسي للمجموعات الرئيسة وأخيراً للرقم القياسي العام.

5. الأوزان

إن الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو عبارة عن متوسط مرجّح للتغيّر السعري لسلع سلة الرقم القياسي وخدماتها. إن وزن السلعة/الخدمة يعكس الأهمية النسبية للسلعة. ويُحسب وزن السلعة (C) بقسمة (مجموع إنفاق الأسر جميعها على السلعة C) على (مجموع إنفاق الأسر جميعها على السلع والخدمات كافة).

من خلال نتائج مسح إنفاق الأسرة ودخلها 2008/2007 حُسبت الأهمية 1 النسبية للسلع والخدمات. السلعة/الخدمة التي تكون أهميتها أكبر من 0.002% أو تساويها أُدرجت ضمن سلة سلع الرقم القياسي لأسعار المستهلك وخدماته. أما السلع التي كانت أهميتها أقل من ذلك فقد وُزعت أوزانها على باقي السلع ضمن المجموعة نفسها بأسلوب التناسب مع الحجم.

6. سلة الرقم القياسي وسلة المستهلك

بعد عملية حساب الأوزان وتحديد السلع والخدمات الممثلة للرقم القياسي، التي بلغ عددها 334 سلعة وخدمة، حُدّدت سلة المستهلك، حيث تحدد لكل سلعة ضمن سلة الرقم القياسي سلعة/خدمة أو أكثر لتكون ممثلة لها، وعليه فإن سلة المستهلك تكون أكبر من سلة الرقم القياسي، وقد بلغ حجم سلة المستهلك 760 سلعة وخدمة.

1 الأهمية النسبية للسلعة أو وزن السلعة هو عبارة عن مجموع إنفاق الأسر جميعها على هذه السلعة مقسوماً على إنفاق الأسر جميعها على السلع والخدمات جميعها.

7. التصنيف المستخدم لمجموعات الإنفاق في الرقم القياسي لأسعار المستهلك

التصنيف المستخدم في الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو Classification of Individual Consumption according to Purpose (COICOP) أي "تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض" وهو تصنيف صادر عن الأمم المتحدة للأغراض الإحصائية. وصُنِّفَت سلة سلع الرقم القياسي وخدماته بناءً على هذا التصنيف إلى 12 مجموعة رئيسية وإلى 34 مجموعة فرعية على مستوى حدّين، و63 مجموعة فرعية على مستوى 3 حدود. والجدول التالي يبيّن المجموعات الرئيسية (على مستوى حدّ واحد) وأوزانها:

الوزن	مجموعات السلع والخدمات	رقم مجموعة الانفاق
100.00	الرقم العام	
16.1	الأغذية والمشروبات	01
0.3	المشروبات الروحية والتبغ	02
9.8	الملابس والأحذية	03
37.9	السكن والمياه والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
4.8	التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت	05
0.8	الصحة	06
9.7	النقل	07
7.7	الاتصالات	08
2.4	الترويح والثقافة	09
2.6	التعليم	10
3.4	المطاعم والفنادق	11
4.6	سلع وخدمات متنوّعة	12

8. المصطلحات الخاصة بالرقم القياسي لأسعار المستهلك

المصطلح	المرادف	الوصف
السعر	Price	يعرف السعر بأنه القيمة البديلة للوحدة من السلعة أو الخدمة. أي القيمة السوقية للسلعة أو الخدمة، وهذه القيمة تتكون من تبادل السلع والخدمات في الأسواق التجارية ويعادلها مدى استفادة المستهلك من تلك السلع والخدمات.
الرقم القياسي لأسعار المستهلك	Consumer Price Index (CPI)	هو مؤشر إحصائي يقيس مقدار التغيرات التي تطرأ على أسعار السلع والخدمات وإيجارات الوحدات السكنية التي تدخل ضمن سلة الإنفاق الاستهلاكي للأسر في فترة زمنية تسمى فترة المقارنة منسوبا إلى فترة أخرى تسمى فترة الأساس.
التضخم المتوقع	Expected Inflation	هو معدل الارتفاع العام المتوقع في أسعار المستهلك، ويتم حساب هذا التضخم بالاعتماد على سلسلة زمنية لبيانات الأرقام القياسية ودراسة حركة أسعارها على مستوى المجموعات الرئيسية والفرعية المكونة لسلة الرقم القياسي مع الأخذ بعين الاعتبار متغير الموسمية. ومن الجدير بالذكر أن نسب التضخم المتوقعة تظل تقديرات إحصائية، معرضة للزيادة أو النقصان تبعاً لمتغيرات أسعار السوق غير المتوقعة.
الأهمية النسبية	Weight	هي الأهمية النسبية السلعة أو الخدمة داخل سلة المستهلك والذي يعبر عن أهميتها مقارنة بجميع السلع والخدمات داخل سلة الرقم القياسي.
المصدر	Outlet	هي منافذ بيع السلع والخدمات كالمحلات التجارية والسوبر ماركت والمستودعات.... إلخ
دورية المسح	Periods of Collection	هي المدة الزمنية المعتمدة لتكرار عملية مسح المجموعات المختلفة لكل سلة وقد تكون أسبوعية أو شهرية أو ربعية.

9. النطاق الجغرافي

النطاق الحالي لمنهجية مركز الإحصاء هو جمع الأسعار من إمارة أبو ظبي. حيث تشمل التقسيمات الجغرافية لإقليم أبو ظبي والعين والغربية.

10. مصادر السلع والخدمات

حددت مصادر جمع الأسعار من خلال زيارات ميدانية قام بها فريق من قسم مؤشرات الأسعار، وهذه المصادر في تجدد مستمر، حيث إن الفريق يبلغ القسم بشكل دوري عن إغلاق أي مصدر أو انتقاله. ولقد روعي عند اختيار المصدر أن يكون مصدراً تمثيلاً أي أنه يمثل نقطة شراء لشريحة كبيرة من المستهلكين في إمارة أبو ظبي، ويبلغ عدد المصادر التي تجمع الأسعار منها (180) مصدراً.

11. جمع الأسعار

تعدّ عملية جمع الأسعار من أهم المراحل وأدقّها، وتتطلب الكثير من الجهد والوقت. تُجمع أسعار سلة السلع والخدمات من قبل مجموعة من الموظفين الذين دُرّبوا وأهلوا لهذه الغاية. ولضمان دقة الأسعار التي تجمع، تُدقّق أسعار السلع والخدمات من خلال زيارات ميدانية تدقيقية لعينة من السلع والخدمات. فلكل مجموعة من مجموعات سلة السلع والخدمات دورية لجمعها فمنها ما يجمع بشكل أسبوعي، ومنها الشهري وربع السنوي.

وبهدف تطوير آلية جمع الأسعار ومواكبة تكنولوجيا المعلومات، أعدّ المركز نظاماً خاصاً بالأرقام القياسية، ويهدف النظام المستحدث لحساب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك باستخدام "الأجهزة الكفّية" إلى إتمام الإجراءات والعمليات الخاصة بتركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك كافة، بالإضافة إلى توفير البيانات والنواتج المطلوبة، فهو نظام شامل ومتكامل يغطي مراحل بناء الأرقام القياسية لأسعار المستهلك كافة.

ويمكن إجمال أهداف النظام على النحو التالي:

- تنفيذ مراحل إعداد الأرقام القياسية لأسعار المستهلك واستخراجها كافة.
- توفير البرامج والأدوات الإلكترونية الخاصة بإعداد بيانات الأسعار (عملية جمع البيانات من الميدان) ونقلها إلى الأجهزة الكفّية، وكذلك استقبال البيانات منها ونقلها إلى قاعدة بيانات الأسعار.
- التمكن من فحص صحة البيانات وتكاملها واختبارها في أثناء مختلف مراحل سير النظام، بدءاً من إعداد سلة السلع والخدمات مروراً بالأعمال الميدانية وانتهاءً بحساب المؤشر.
- إمكانية معالجة الأرقام القياسية وحسابها لأي من مناطق الإمارة (حسب التوزيع الجغرافي).
- معالجة الحالات الخاصة التي قد تنشأ في أثناء جمع البيانات أو إعداد الأرقام القياسية مثل اختفاء السلع والمصادر والتغيّرات التي تطرأ على السلع.
- تحديد سلة السلع والخدمات لسنة الأساس مع الأوزان النسبية للمجموعات السلعية المرجحة وحساب أسعار سنة الأساس للسلع والخدمات كافة وحفظها.
- مساعدة جامعي البيانات على تدقيق البيانات وذلك بربط قواعد بيانات الأسعار الحالية بالسابقة.

12. النشر

يعمل مركز الإحصاء - أبو ظبي على إصدار نشرة أسعار السلع والخدمات الاستهلاكية بصورة شهرية وسنوية. أما الرقم القياسي لأسعار المستهلك فيصدر بعد مرور أسبوعين من انتهاء الشهر، والأرقام القياسية لأسعار المستهلك متاحة للجميع بعد إصدارها. كما يقوم المركز بنشر دوريات سنوية حول الأرقام القياسية لأسعار المستهلك تضمّ معدّلات التضخم. كما أنه يمكن تزويد طالبي البيانات بمؤشرات الأرقام القياسية الشهرية على الأشرطة المدمجة (CD's) عند الطلب.

13. كيف نقرأ الرقم القياسي لأسعار المستهلك؟

إن الرقم القياسي لأسعار المستهلك يعكس التغيّر في قيمة التكلفة لسلة من السلع والخدمات (محدّدة مسبقاً) بين فترتين زمنيّتين هما "فترة الأساس" و"فترة المقارنة". على سبيل المثال، إذا بلغ الرقم القياسي لأسعار المستهلك في فترة مقارنة معيّنة 105.0 فهذا يعني أنه إذا كانت قيمة تكلفة سلة السلع والخدمات في فترة الأساس 100 وحدة نقدية فإنها في فترة المقارنة أصبحت تكلف 105 وحدات نقدية. هذا يعني أن أسعار السلع والخدمات قد ارتفعت بالمتوسط بما نسبته 5%.

جمع البيانات ميدانياً:

أبو ظبي	العين	المنطقة الغربية
سالم المنصوري	محمد الغيثي	عبد الله إسماعيل
عبد الله الكثيري	جابر المري	محمد حمد المزروعى
مطر الشامسي	سعيد الظاهري	
	أحمد الكبيسي	
	حمد القبيسي	

الاعداد والتجهيز

1. خالد صبح

مراجعة

1. محمد الصفدي

اعتماد

ناصر ديان

الاشراف العام

أبو بكر عبد الله العمودي

الأرقام القياسية الشهرية لاسعار المستهلك لعام 2014 (2007=100)
Monthly Consumer Price Index, 2014 (2007=100)

Groups of Commodities & Services	الارقام القياسية الشهرية لاسعار المستهلكين Monthly Consumer Price Index, 2014													الوزن	مجموعات السلع والخدمات	COICOP
	المعدل													Weights		
	.Av	Dec	Nov	Oct	Sep	Aug	Jul	Jun	May	Apr	Mar	Feb	Jan			
General Index	128.5	131.2	130.5	130.6	130.6	129.3	128.7	128.8	127.0	126.8	126.4	126.3	126.0	100000	الرقم العام	
Food and beverages	144.4	147.7	148.6	150.19	148.1	147.2	143.2	143.8	140.1	139.0	138.9	142.8	143.7	16051	الاعذية والمشروبات	01
Food	145.1	148.6	149.7	151.4	149.0	148.1	143.8	144.5	140.3	139.3	139.1	143.3	144.6	14661	الاعذية	011
Bread and cereals	131.6	133.8	133.3	132.4	132.7	132.2	131.9	131.0	130.1	131.5	130.2	129.9	130.1	2193	الخبز والحبوب	0111
Meat	146.4	150.8	149.8	151.1	151.2	148.4	142.7	144.6	143.0	143.3	144.6	144.0	143.2	4130	اللحوم	0112
Fish and seafood	181.1	181.7	197.2	212.4	207.3	203.7	187.2	182.5	153.8	139.8	154.7	178.5	174.4	1044	الاسماك والاعذية البحرية	0113
Milk, cheese and eggs	117.5	118.5	117.6	118.1	117.8	117.3	116.9	117.5	117.3	117.2	116.8	117.6	117.7	2011	اللبن والجبن والبيض	0114
Oils and fats	136.5	135.7	137.2	136.7	137.3	137.6	135.7	136.1	135.0	134.5	137.6	138.5	136.4	502	الزيوت والدهون	0115
Fruit	146.0	145.5	143.1	148.0	142.3	146.85	146.3	149.1	147.4	147.7	147.8	148.6	139.6	1663	الفواكه	0116
Vegetables	146.6	160.0	163.9	162.0	153.4	151.4	144.1	143.4	132.9	133.6	118.2	138.0	158.9	1902	البقول	0117
Sugar, jam, honey, chocolate and confectionery	184.0	185.3	186.5	187.5	183.7	184.2	179.2	182.2	182.4	178.0	187.5	185.2	186.4	912	السكر، والمربى، والعسل، والشيكولاته، والحلوى	0118
Food products .n.e.c	168.8	171.1	172.6	172.5	165.5	168.6	165.5	170.4	170.8	169.7	165.0	166.7	167.1	304	منتجات الاغذية غير المصنفة تحت بند آخر	0119
Non-alcoholic beverages	137.0	137.5	136.7	137.0	138.7	138.0	137.0	136.8	137.9	135.7	136.5	137.5	134.3	1389	المشروبات غير الروحية	012
Coffee, tea and cocoa	169.5	169.1	170.1	172.1	175.0	172.2	172.8	172.7	173.8	166.8	163.9	166.9	158.6	376	البن والشاي والكاكاو	0121
Mineral waters, soft drinks, fruit and vegetable juices	124.9	125.7	124.3	124.0	125.2	125.2	123.7	123.5	124.5	124.2	126.3	126.7	125.3	1014	المياه المعدنية، والمشروبات المرطبة، وأنواع عصير الفواكه والبقوليات	0122
Alcoholic beverages, tobacco	146.6	148.8	148.3	148.8	151.0	151.0	151.0	151.0	142.0	142.0	142.0	142.0	142.0	253	المشروبات الكحولية والتبغ	02
Clothing and footwear	102.4	98.9	99.4	101.0	103.0	103.1	103.1	103.1	103.2	103.2	103.8	103.3	103.3	9765	الملابس والاحذية	03
Housing, water, electricity, gas and other fuels	128.3	133.0	130.8	130.7	130.7	128.7	128.7	128.7	126.1	126.1	126.1	124.7	124.7	37865	السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى	4
Actual rentals for housing, Imputed rentals for housing	132.2	137.6	135.0	135.0	135.0	132.7	132.7	132.7	129.8	129.8	129.8	128.1	128.1	33206	إيجارات السكن الفعلية والمحتسبة	(41,42)
Furnishings, household equipment and routine household maintenance	142.0	152.2	152.2	143.4	144.0	143.5	143.4	143.4	143.0	142.6	132.0	132.1	132.6	4833	التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت	5
Health	115.1	115.4	115.1	115.1	115.5	115.7	115.3	113.8	114.4	115.4	115.3	115.3	114.7	847	الصحة	6
Transport	126.3	125.6	125.5	126.5	126.7	126.5	126.4	126.3	126.4	126.2	127.0	126.2	126.6	9668	النقل	7
Communication	99.3	99.4	99.4	99.3	99.3	99.4	99.4	99.4	99.3	99.3	99.3	99.3	99.4	7715	الاتصالات	8
Recreation and culture	111.0	113.2	113.2	112.7	114.1	113.0	110.6	110.6	109.8	108.9	109.8	109.7	106.0	2424	الترويح والثقافة	9
Education	177.8	184.6	184.6	184.6	184.6	174.4	174.4	174.4	174.4	174.4	174.4	174.4	174.4	2591	التعليم	10
Restaurants and hotels	165.4	165.3	166.0	165.8	165.8	165.8	165.8	165.8	165.8	165.8	165.8	165.7	161.0	3373	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and services	126.1	126.1	126.5	127.6	127.5	126.8	129.3	129.2	125.3	125.4	125.1	124.5	119.7	4616	سلع وخدمات متنوعة	12

إحصاءاتنا تم حلولا وتقدميا
Our Statistics Provide Solutions & Development

www.scad.ae

