



مركز الإحصاء  
STATISTICS CENTRE



## مؤشر الرقم القياسي

لأسعار المستهلك 2015

## قائمة المحتويات

1.....	المقدّمة.....
4.....	1. الرقم القياسي لأسعار المستهلك لعام 2015 (2007=100).....
4.....	الملخص التنفيذي:.....
5.....	2. الأرقام القياسية الشهرية لمجموعات الإنفاق مقارنة بالرقم القياسي العام.....
10.....	3. الأرقام القياسية الشهرية خلال عامي 2014 و2015.....

## المقدمة

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

من هذا المنطلق، دأب مركز الإحصاء - ابوظبي على جمع أسعار تلك السلع والخدمات بصورة منتظمة ونشر المؤشرات المستخلصة منها، متّبعاً المنهجيات المعتمدة دولياً في هذا المجال. وقد طوّر قسم الدخل والأسعار في مركز الإحصاء - ابوظبي 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 إنفاق الأسرة ودخلها 2007: الأسر المواطنة والأسر غير المواطنة والأسر الجماعية.

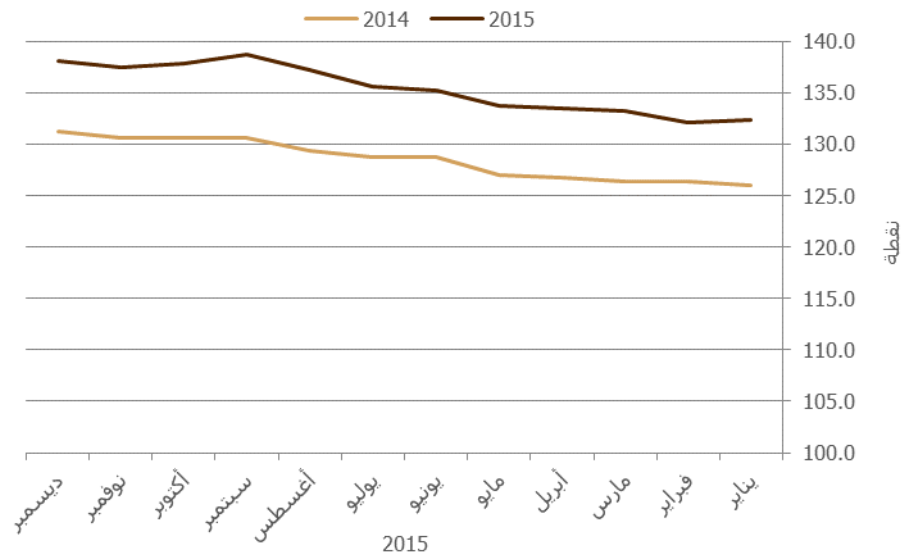
وقد اختيرت عيّنة البنود الداخلة في سلّة الرقم القياسي لأسعار المستهلك من واقع بيانات مسح إنفاق الأسرة ودخلها 2007، بحيث تمثّل مناطق الإمارة جميعها، أما بالنسبة إلى عيّنة المصادر التي تجمع منها الأسعار فلقد روعي عند اختيارها أن تكون مصادر تمثيلية، أي أنها تمثّل نقطة شراء لشريحة كبيرة من المستهلكين في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

## أولاً: الرقم القياسي لأسعار المستهلك لعام 2015 (2007=100)

### الملخص التنفيذي:

- بلغ معدّل التضخم في أسعار المستهلك 5.4% خلال عام 2015 مقارنة مع عام 2014، حيث بلغ الرقم القياسي 135.4 نقطة عام 2015، بينما كان 128.5 نقطة عام 2014.
- أسهمت مجموعة "السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى" في الارتفاع الذي حدث خلال عام 2015 مقارنة مع عام 2014، حيث أسهمت بنسبة 84.0% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق وقد جاء هذا الإسهام نتيجة لارتفاع معدّل أسعار هذه المجموعة بنسبة 11.9%.
- أسهمت مجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" بنسبة 7.6% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق خلال عام 2015، مقارنة مع عام 2014، حيث ارتفعت أسعار هذه المجموعة بنسبة 7.6%.
- أسهمت مجموعة "الأغذية والمشروبات" بنسبة 7.2% من مجمل معدّل الارتفاع الذي تحقق خلال عام 2015 مقارنة بالفترة نفسها من عام 2014، وقد جاء هذا الإسهام نتيجة لارتفاع معدّل أسعار هذه المجموعة بنسبة 2.1%.
- كما ارتفعت أسعار مجموعة "التعليم" بنسبة 5.1% خلال عام 2015 مقارنة مع عام 2014، وقد حققت هذه المجموعة إسهاماً مقداره 3.4% من مجمل معدّل الزيادة التي تحققت خلال عام 2015 مقارنة مع عام 2014.

شكل 1: الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال أشهر عامي 2014 و2015

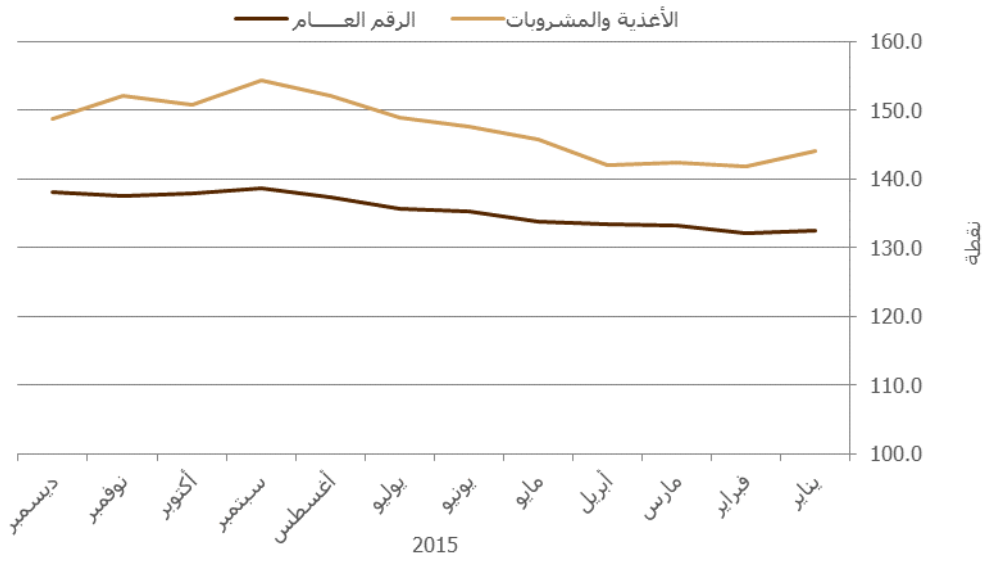


المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

## ثانياً: 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 2015، وهذا يعني أن مجموعة "الأغذية والمشروبات" ساهمت في رفع الرقم القياسي العام خلال عام 2015. وقد بلغ متوسط الرقم القياسي لمجموعة "الأغذية والمشروبات" 147.5 نقطة، بينما بلغ الرقم القياسي العام 135.4 نقطة خلال عام 2015.

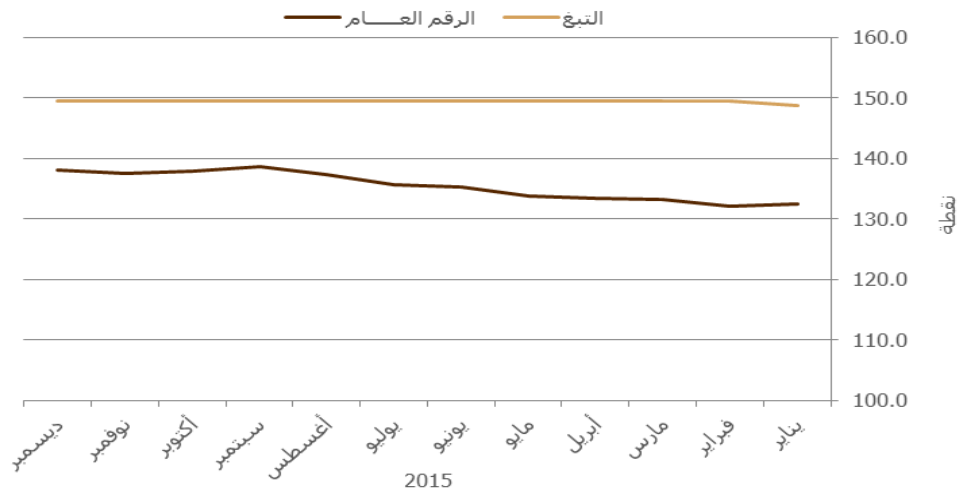
**شكل 2: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الأغذية والمشروبات**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

يظهر في الشكل 3 أن مستوى التغير في أسعار مجموعة "التبغ" خلال عام 2015 أعلى من الرقم القياسي العام، حيث ساهمت هذه المجموعة في ارتفاع الرقم القياسي العام، فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة "التبغ" 149.4 نقطة، بينما الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

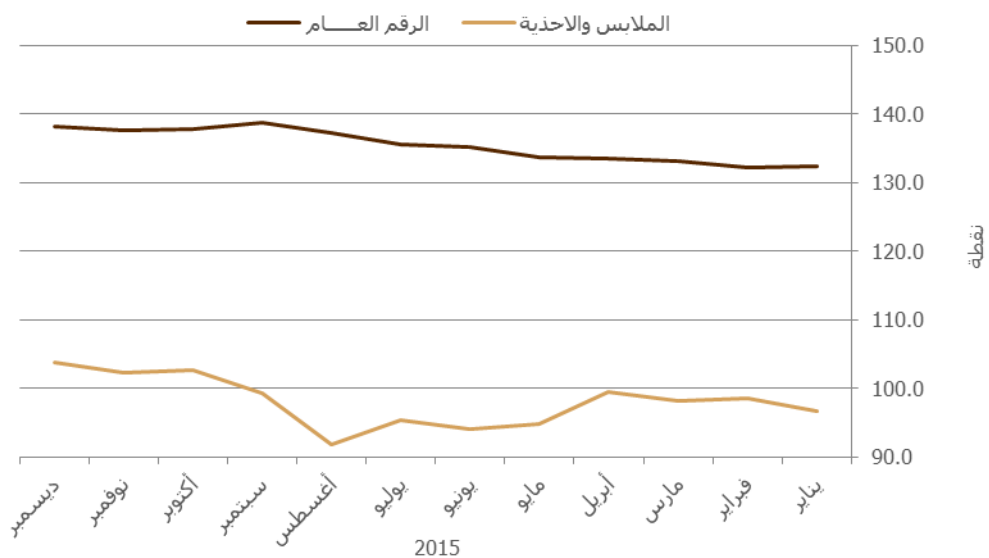
**شكل 3: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة التبغ**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

لقد ساهمت مجموعة "الملابس والأحذية" بانخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2015، حيث يتضح من الشكل 4 أن مستوى الأسعار لمجموعة "الملابس والأحذية" أقل من المستوى العام للأسعار لأشهر عام 2015 جميعها. حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار مجموعة "الملابس والأحذية" 98.0 نقطة، بينما الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

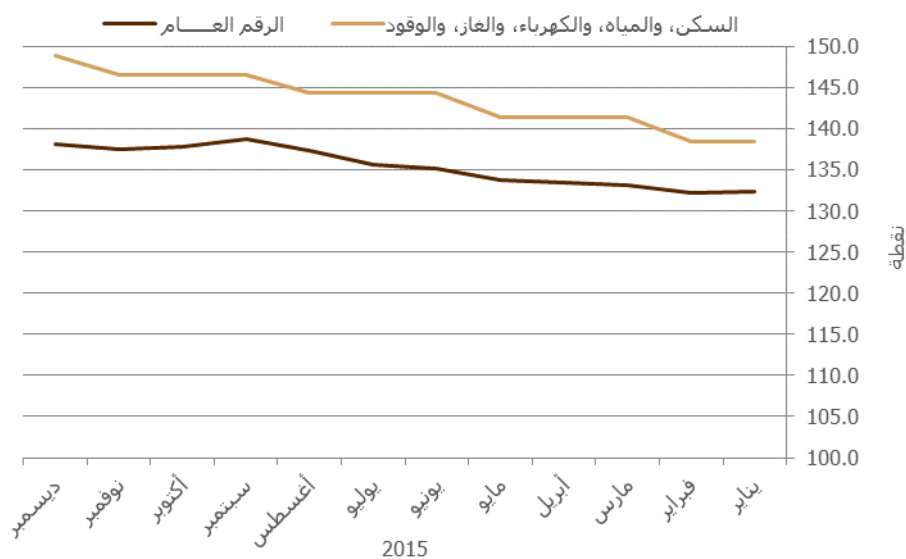
**شكل 4: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الملابس والأحذية**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

يظهر الشكل 5 أن مستوى الأسعار لمجموعة "السكن والمياه والكهرباء والغاز والوقود" أعلى من المستوى العام للأسعار خلال عام 2015، ما يعني أن هذه المجموعة التي يشكّل وزنها نحو 38% ساهمت في ارتفاع الرقم القياسي، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 143.5 نقطة، بينما الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

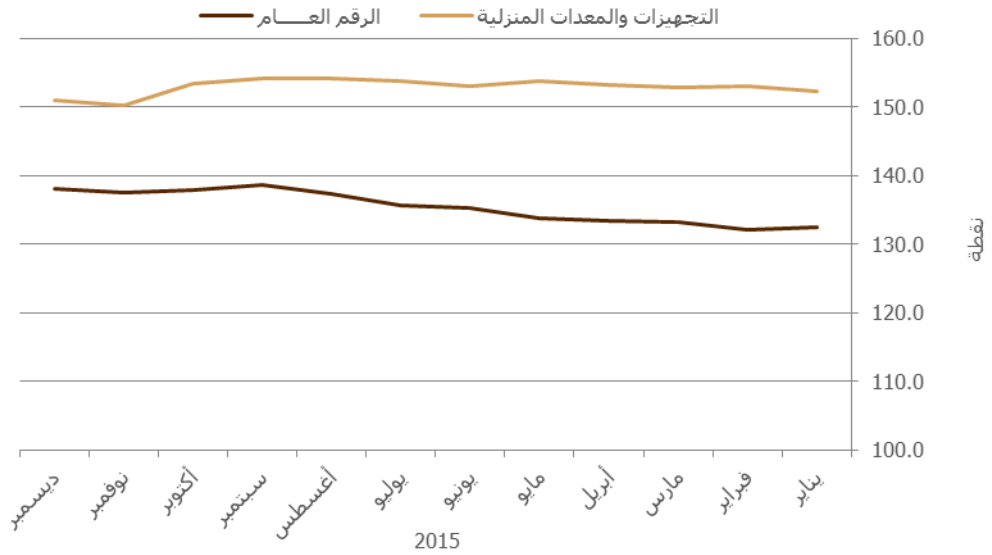
**شكل 5: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة السكن**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

ويظهر الشكل 6 اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2015، وقد ساهمت هذه المجموعة في ارتفاع المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار مجموعة "التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت" 152.9 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

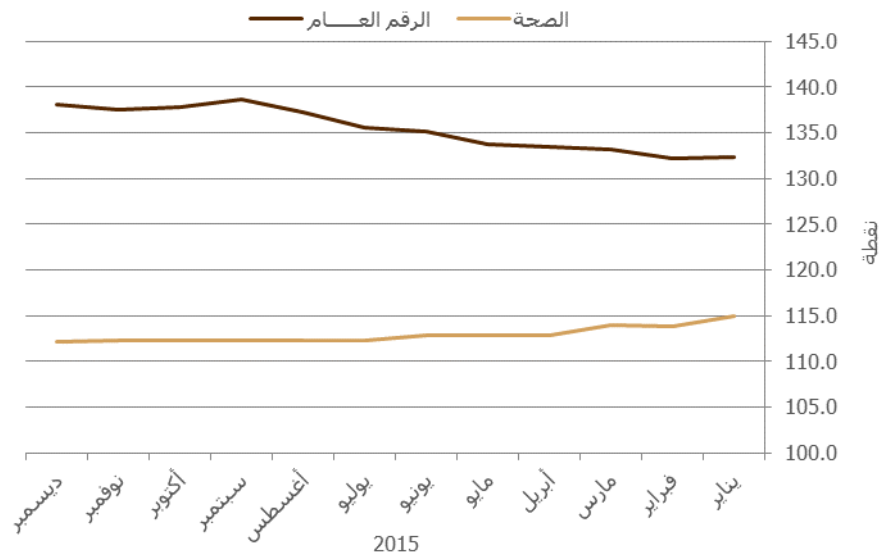
**شكل 6: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة التجهيزات والمعدات المنزلية وأعمال الصيانة الاعتيادية للبيوت**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

يظهر الشكل 7 اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "الصحة" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2015، وقد ساهمت هذه المجموعة في انخفاض المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 112.9 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

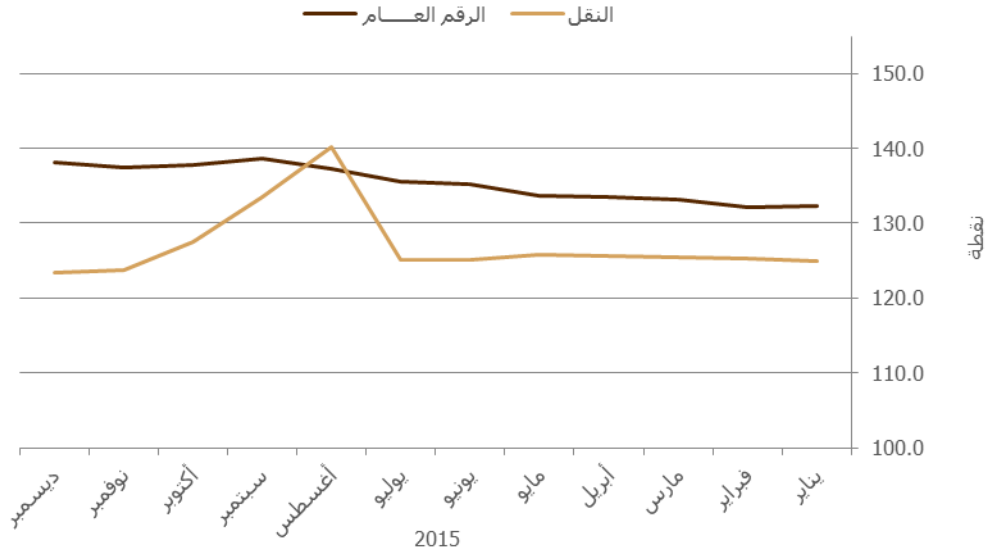
**شكل 7: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الصحة**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

يظهر الشكل 8 اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "النقل" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2015، وقد ساهمت هذه المجموعة في انخفاض المستوى العام للأسعار، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 127.1 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.

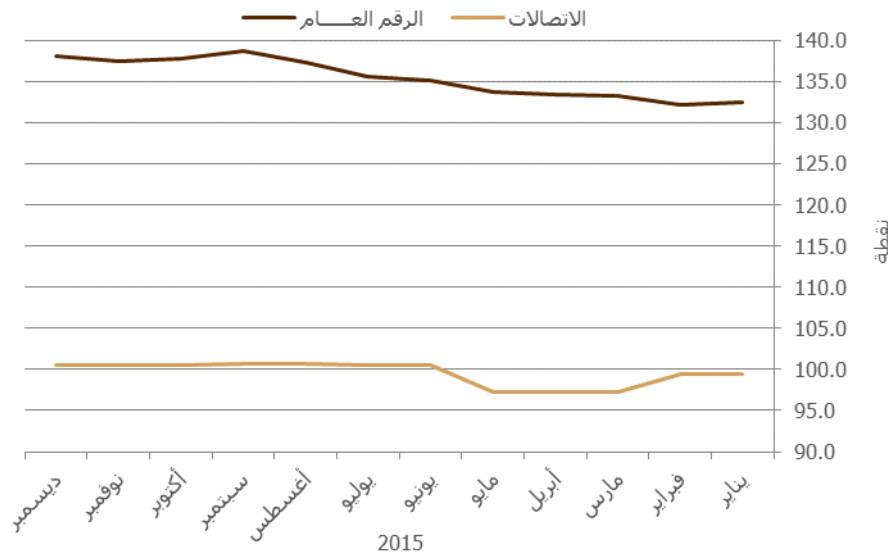
**شكل 8: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة النقل**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

لقد ساهمت مجموعة "الاتصالات" في انخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2015، حيث يتضح من الشكل 9 أن مستوى الأسعار لمجموعة "الاتصالات" أقل من المستوى العام للأسعار لأشهر عام 2015 جميعها.

**شكل 9: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الاتصالات**

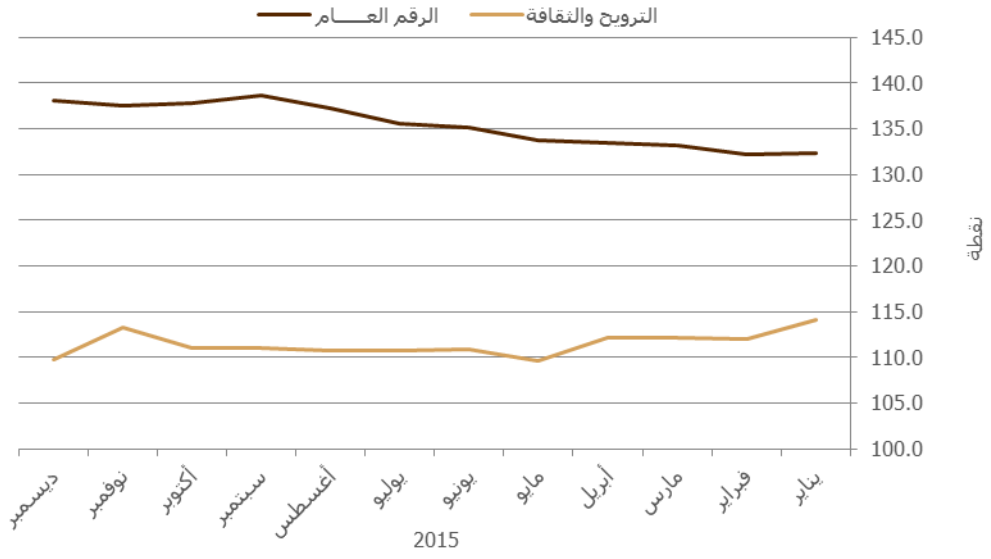


المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

ويبين الشكل 10 اتجاه الرقم القياسي لمجموعة "الترويج والثقافة" مقارنة بالرقم القياسي العام خلال أشهر عام 2015، حيث يتضح أن هذه المجموعة ساهمت بانخفاض المستوى العام للأسعار خلال عام 2015، حيث بلغ الرقم القياسي لأسعار هذه المجموعة 111.4 نقطة، في حين بلغ الرقم القياسي العام 135.4 نقطة.



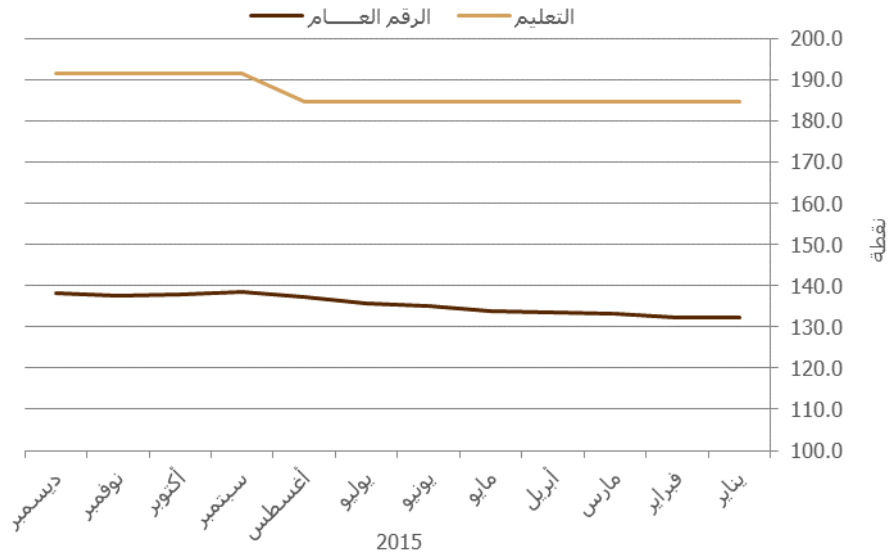
**شكل 10: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة الترويج والثقافة**



المصدر: مركز الإحصاء - أبوظبي

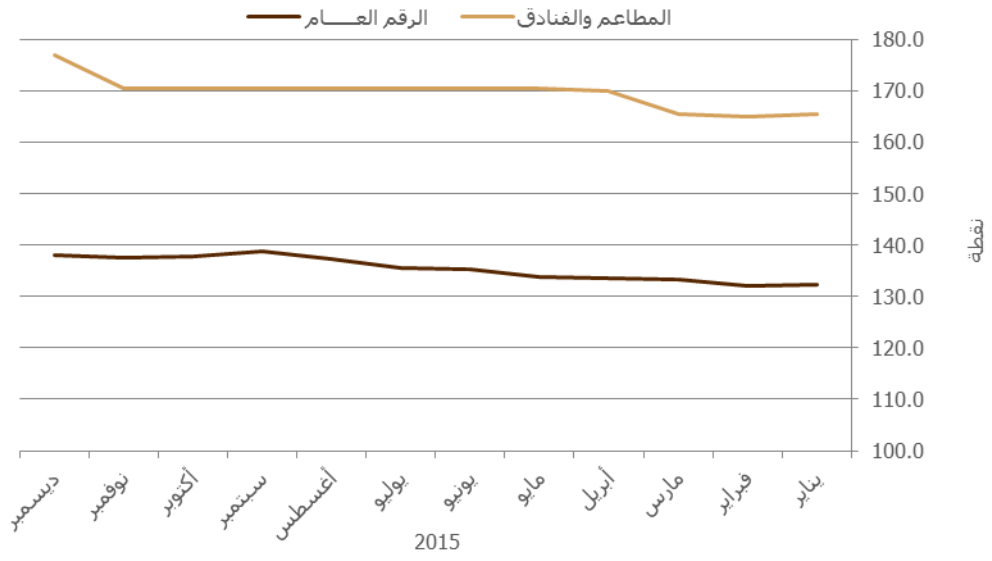
أما مجموعتي التعليم والمطاعم والفنادق فقد ساهمت مستويات أسعارهما في رفع المستوى العام للأسعار خلال أشهر عام 2015 جميعها، وكما يظهرها الشكلان 11 و12.

**شكل 11: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة التعليم**



المصدر: مركز الإحصاء - أبوظبي

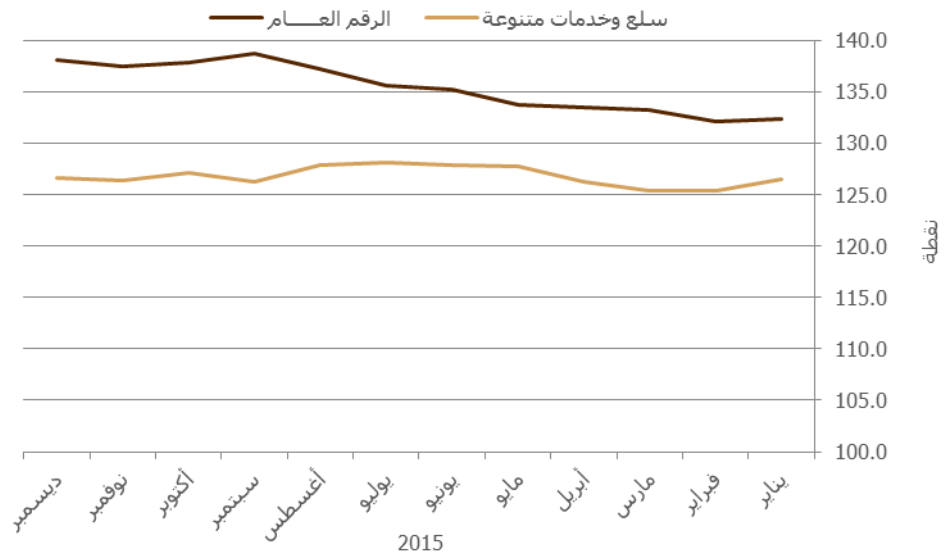
**شكل 12: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة المطاعم والفنادق**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

أما مجموعة "سلع وخدمات متنوعة" فيظهر الشكل 13 أن مستويات أسعارها عام 2015 أقل من مستوى الأسعار العام، لذا فقد ساهمت أسعار هذه المجموعة بتخفيض المستوى العام للأسعار عام 2015.

**شكل 13: العلاقة بين الرقم القياسي العام والرقم القياسي لمجموعة سلع وخدمات متنوعة**

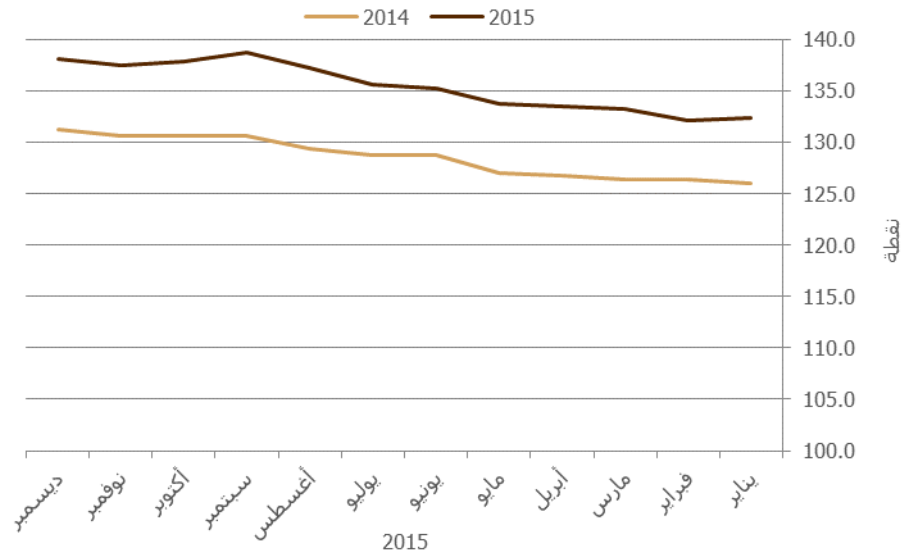


المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

### 3. الأرقام القياسية الشهرية خلال عامي 2014 و2015

يوضّح الشكل 14 ارتفاع الأسعار عام 2015 مقارنة بعام 2014، حيث إن حركة الأسعار خلال أشهر عامي 2014 و2015 تؤثر مباشرة في معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2015.

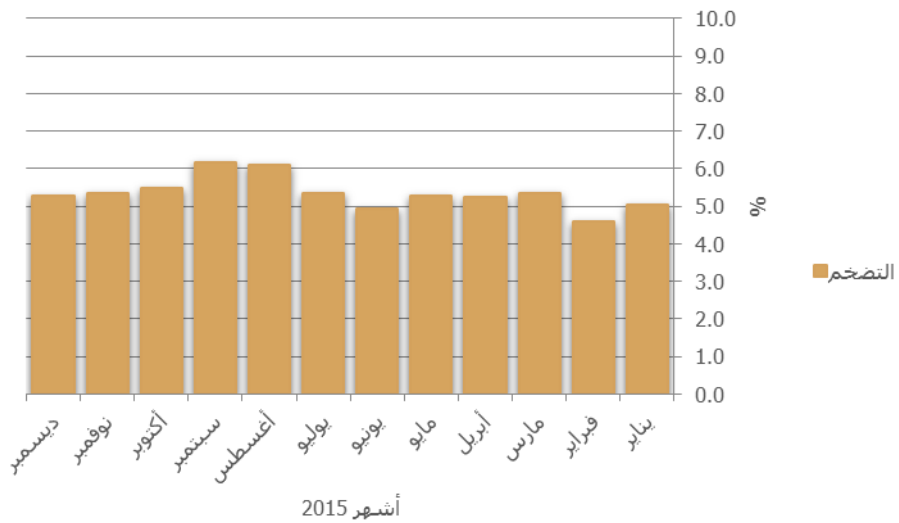
**شكل 14: الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك خلال أشهر عامي 2014 و2015**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

ويظهر الشكل 15 معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2015.

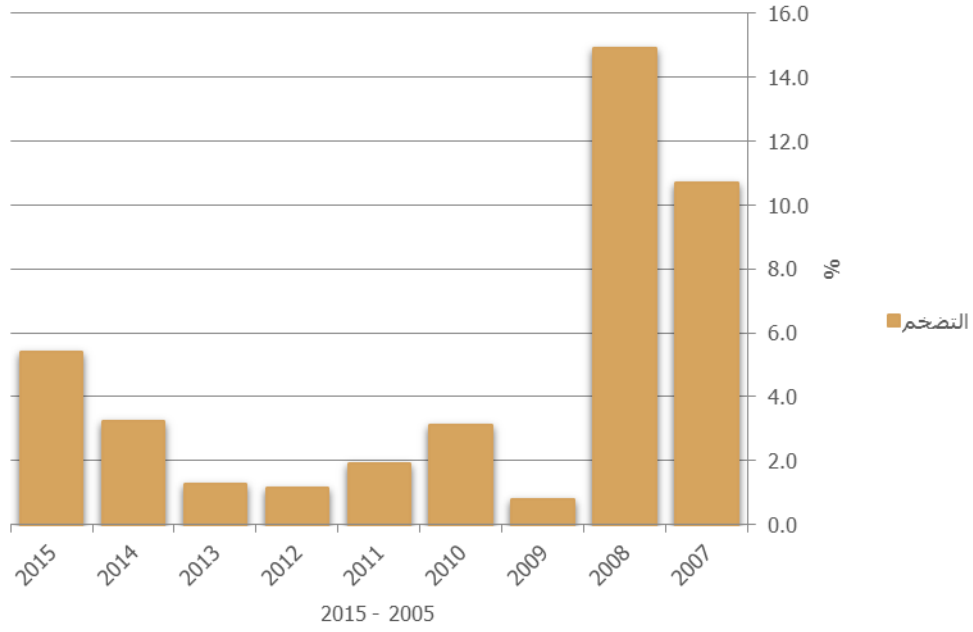
**شكل 15: معدّلات التضخم السنوية لأشهر عام 2015 = 100**



المصدر: مركز الإحصاء - ابوظبي

أما بالنسبة إلى معدّلات التضخم خلال الفترة الزمنية 2007- 2015، فإن الشكل 16 بيّن معدّلات التضخم السنوية لتلك الفترة.

**شكل 16: معدّلات التضخم السنوية للأعوام من 2007 إلى 2015**



المصدر: مركز الإحصاء - أبوظبي

إحصاءاتنا تقدم حلولاً وتقدمنا  
*Our Statistics Provide Solutions @ Development*

[www.scad.ae](http://www.scad.ae)

