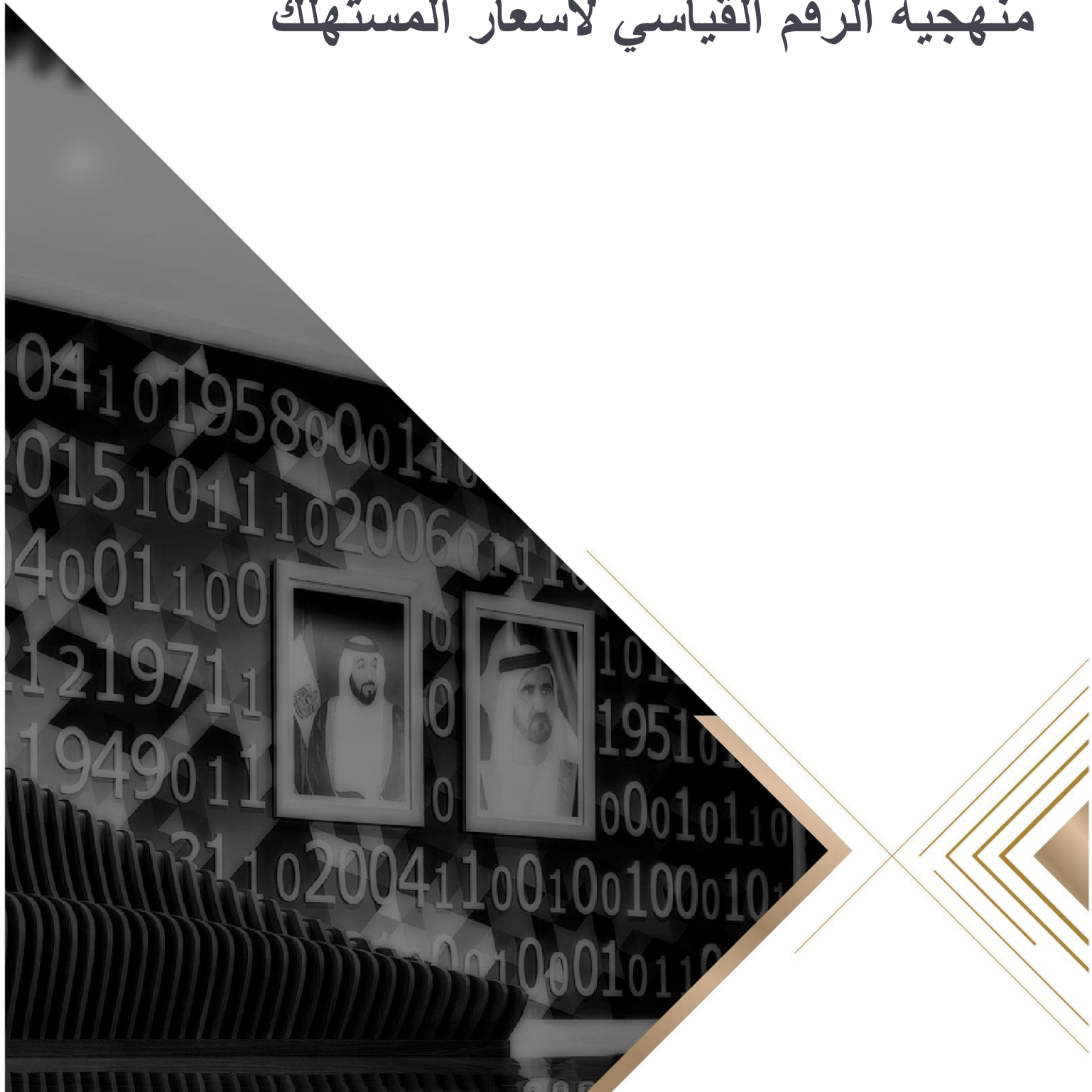




المركز الاتحادي
للتنافسية والإحصاء
FEDERAL COMPETITIVENESS
AND STATISTICS CENTRE



منهجية الرقم القياسي لأسعار المستهلك



المحتويات:

3	المقدمة
3	أهداف المسح
3	اختيار العينة
3	منهجية احتساب الرقم
4	ملاحظات فنية
4	آلية العمل
4	الشمول والتغطية
4	إطار الأسعار (تبويب السلع والخدمات)
5	استخدامات الرقم القياسي
5	مصادر جمع البيانات
6	المفاهيم والتصانيف
6	دورية المؤشر

المقدمة

يقوم المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء بجمع بيانات شهرية عن أسعار المستهلك منذ أوائل عام 2007 بهدف تركيب الأرقام القياسية لها، ونظراً للأهمية القصوى لهذه البيانات، فقد تم وضع نظام متكامل يغطي كافة الجوانب، من حيث طرق جمع الأسعار ومصادرها 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.

وتم اعتماد سنة 2007 كسنة أساس عند احتساب الأرقام القياسية على مستوى الدولة، كما تم تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك لكل إمارة

يتم جمع بيانات الأسعار من حوالي 250 مصدراً رئيسياً موزعة على كافة الإمارات في الدولة، حيث روعي تبويب البيانات حسب تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض الصادر عن الأمم المتحدة COICOP وذلك حسب توصيات نظام الحسابات القومية 1993، وبلغ عدد سلع وخدمات حساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك ما يقارب من الـ 1000 سلعة.

أهداف المسح

يهدف مسح الأسعار بصفة عامة إلى توفير البيانات الآتية:

- الأسعار والأرقام القياسية للمستهلك على مستوى الدولة والإمارات السبع.
- سلسلة زمنية عن الأسعار والأرقام القياسية لخدمة صناع القرار ورسمي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في الأسعار سواءً أكانت محلية أم مستوردة.

اختيار العينة

تم اختيار عينة غير احتمالية (مقصودة) وممثلة للمصادر التي تجمع منها أسعار السلع والخدمات المختلفة من إمارات الدولة، بطريقة تحقق تغطية كاملة لجميع السلع، التي تدخل ضمن نظام أسعار المستهلك في الدولة، حيث يتم اختيار هذه المصادر بناءً على توفر السلع داخلها، وقد روعي في اختيار المصادر أن تكون ممثلة للتباين الذي يمكن أن يحدث في الأسعار، التي تجمع من المصادر المختلفة.

منهجية احتساب الرقم

تتم عملية احتساب الرقم القياسي باتباع معادلة لاسبير (Laspeyres Equation)، والمعروفة بالترجيح بكميات سنة الأساس (المناسيب المرجحة)، ويتم حساب الرقم القياسي لكل سلعة، ومن ثم لكل مجموعة إلى أن نصل إلى حساب الرقم القياسي العام.

ومع بداية إنتاج الرقم القياسي لأسعار المستهلك، تم اعتماد متوسطات أسعار سنة 2000 كسنة أساس، ويتم مقارنة الأسعار الجارية نسبة إليها، ثم تم تحديثها لتصبح سنة 2007، وذلك لتوفر أسعار السلع المختارة طيلة هذه السنة، إضافة إلى ظهور نتائج مسح دخل وإنفاق الأسرة، والذي تم اعتماده في حساب الأهمية النسبية للسلع، لتعكس التغيرات الحقيقية، التي طرأت على سلة المستهلك ورجباته ونفقاته على السلع والخدمات المختلفة.

يتم حساب الرقم القياسي باستخدام الصيغة الرياضية التالية:

$$\sum \left[w_i^{t-1} \times \frac{P_i^t}{P_i^{t-1}} \right]$$

P_i^t سعر السلعة في الفترة الحالية

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

w_i^{t-1} الوزن الترجيحي بالأسعار السابقة

وتم احتساب الأهمية النسبية للسلع والخدمات (أوزان الترجيح) لأسعار المستهلك بالاعتماد على نتائج مسح دخل وإنفاق الأسرة عام 2007 لعينة من الأسر بلغت 14,000 أسرة. حيث يعتبر وزن السلعة أو الخدمة جزءاً من سلة المستهلك، واحتسب بطريقة نسبية، ليمثل جزءاً من مائة ألف، وهو حجم سلة المستهلك.

ملاحظات فنية

- وحدة القياس هي نسبة مئوية
- تم تحديث أوزان الترجيح المستخدمة في حساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك لتصبح لعام 2014 بدلاً من عام 2007
- تم اشتقاق الأوزان من خلال مسح دخل وإنفاق الأسر 2014-2015

آلية العمل

تجمع بيانات الأسعار عن طريق المقابلات الشخصية بواسطة فريق العمل، وذلك من محلات وأسواق البيع بالتجزئة مثل البقالات، و(الهيبر والسوبر ماركت)، ومحلات بيع الأقمشة والملابس، والمطاعم، ومؤسسات الخدمات العامة، والمدارس الخاصة، والأطباء، وغيرها، ويوجد تنسيق وتعاون في آلية جمع البيانات بين الإمارات المختلفة، حيث يقوم المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء بجمع بيانات الأسعار من الإمارات الشمالية الخمس فقط، بينما يقوم كل من مركز الإحصاء - أبوظبي، ومركز دبي للإحصاء، بجمع البيانات من إمارتي أبوظبي ودبي، وتزويد المركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء بها شهرياً.

ويتم تزويد الباحث بقائمة تضم كافة السلع والخدمات المطلوبة، وأسماء المصادر المختلفة وعناوينها، وموضفاً فيها الوصف الدقيق للسلعة، كما يتم وضع آلية لجمع الأسعار، بحيث يتم تغطية كافة أسعار السلع والخدمات، وفق درجة تغيرها ودورها 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 ضمن الإمارة الواحدة، وتسعيرتان أو تسعيرة لبقية السلع.

ويتم توزيع هذه التسعيرات للسلعة الواحدة على مدار الشهر، وذلك بتوزيع زيارات المصادر المختلفة داخل الإمارة، ليتم رصد الأسعار للسلعة الواحدة في فترات مختلفة من الشهر، أما بخصوص الخضار والفواكه، فتجمع أسعارها بشكل أسبوعي.

تجدر الإشارة إلى أن المركز بدأ منذ نهاية عام 2012 بجمع البيانات باستخدام تكنولوجيا الأجهزة الكفية بدلاً من النظام الورقي.

الشمول والتغطية

يغطي الرقم القياسي لأسعار المستهلك 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.

وتشمل سلة المستهلك لعام 2014 حوالي 1200 سلعة وخدمة، تم تصنيفها لـ 12 قسماً رئيسياً حسب التصنيف الاستهلاكي الفردي حسب الغرض الصادر عن الأمم المتحدة، وتجمع بيانات الأسعار من حوالي 500 منفذاً موزعة على إمارات الدولة.

إطار الأسعار (تبويب السلع والخدمات)

المجموعات الرئيسية (المستوى الأول):

- الأغذية والمشروبات غير الكحولية.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- الملابس والأحذية.
- السكن والمياه والكهرباء والغاز.
- التجهيزات والمعدات المنزلية.
- خدمات الصحة.
- خدمات النقل.
- الاتصالات.
- الترويج والثقافة.
- التعليم.
- المطاعم والفنادق.
- سلع وخدمات متنوعة.

المجموعات (المستوى الثاني):

قسمت في هذا المستوى كل مجموعة رئيسية إلى عدد من المجموعات
مثال: تم تقسم مجموعة الأغذية إلى تسع مجموعات، وهي: الحبوب ومنتجاتها، واللحوم والدواجن والأسماك، ومنتجات الألبان والبيض، والزيوت والدهون، والفواكه والخضروات، والسكر والمنتجات السكرية، والشاي والبن والكاكاو، والتوابل والملح وأطعمة أخرى.

المجموعات الفرعية (المستوى الثالث):

تم في هذا المستوى تجزئة بعض المجموعات إلى مجموعات فرعية أيضاً.
مثال: مجموعة اللحوم والدواجن والأسماك، تم تقسيمها إلى ثلاث مجموعات فرعية هي مجموعة اللحوم، ومجموعة الدواجن، ومجموعة الأسماك.
مثال: منتجات الألبان والبيض، تم تقسيمها إلى ثلاث مجموعات فرعية هي مجموعة الحليب، ومجموعة منتجات الحليب، ومجموعة البيض.
مثال: مجموعة الفواكه والخضروات، تم تقسيمها إلى مجموعات فرعية هي فواكه طازجة، وفواكه مجففة، ومكسرات، وفواكه معلبة، وخضروات طازجة، وخضروات مجففة، وخضروات مجمدة، والبقول وغيرها.

ملاحظة: تم استخدام هذه التقسيمات للمجموعات التي تضم عدداً كبيراً من السلع.

المواد (المستوى الرابع):

تم تقسيم المجموعات أو المجموعات الفرعية إلى عدد من المواد
مثال: تشمل مجموعة الحبوب والخبز على المواد التالية، الأرز والطحين والخبز والبسكويت والمعكرونة وغيرها
مثال: قسمت مجموعة اللحوم إلى مجموعات فرعية، هي اللحوم الطازجة، واللحوم المجمدة، واللحوم المعلبة، وغيرها

السلع والخدمات (المستوى الخامس):

وأخيراً 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.

ملاحظة: 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.

استخدامات الرقم القياسي

- 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 والانحسار الاقتصادي، ومقياس للتغيرات في القدرة الشرائية للعملة
 - دليل لاسترشاد الأسرة فيما يتعلق بميزانيتها والبنود المكونة لها
 - 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
 - وسيلة مباشرة في التعرف على القوة الشرائية للنقود، حيث تتناسب القوة الشرائية للنقود تناسباً عكسياً مع الرقم القياسي للأسعار

مصادر جمع البيانات

جميع المنشآت التي يتم منها جمع بيانات الأسعار للسلع والخدمات كمحلات البيع بالتجزئة، مثل البقالات و(الهيبر ماركت) و(السوبر ماركت)، ومحلات بيع الأقمشة والملابس، إضافة إلى محلات الخدمات، مثل المطاعم والمقاهي، والمستشفيات، والمدارس الخاصة، والأطباء.

المفاهيم والتصانيف

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

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

حيث: P_i يمثل المستوى العام للأسعار في سنة المقارنة.
 P_{i-1} يمثل المستوى العام للأسعار للسنة السابقة.

الرقم القياسي للأسعار: وسيلة إحصائية لقياس التغيرات الحاصلة في أسعار السلع والخدمات بين فترتين زمنييتين.

القوة الشرائية للنقود: كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بوحدة النقد.

معادلة لاسبير: 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): جدول يشمل معدلات ارتفاع أسعار المستهلك الأسري خلال فترة زمنية مقارنة بفترة زمنية سابقة.

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

فترة الأساس: الفترة الزمنية التي يتم مقارنة الفترة الجارية بها.

سلة المستهلك: المجموعة الحقيقية للسلع والخدمات، التي يقوم المستهلك بالإففاق عليها للأغراض المعيشية.

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

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

نسبة التغير في الرقم القياسي: مقدار التغير على الرقم القياسي، وتحسب بقسمة الرقم القياسي لفترة ما على الرقم القياسي لفترة المقارنة مضروباً في مائة ثم طرح مائة.

دورية المؤشر

شهري.