



الهيئة الاتحادية
للتنافسية والإحصاء
FEDERAL COMPETITIVENESS
AND STATISTICS AUTHORITY



United Arab Emirates

إصدار إحصائي

المرسوم بقانون رقم (6) لسنة 2015

أنشأ بموجب أحكام هذا المرسوم بقانون هيئة عامة اتحادية تسمى (الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء) تحل الهيئة محل المركز الوطني للإحصاء المنشأ بموجب القانون الاتحادي رقم (9) لسنة 2009 ومجلس الإمارات للتنافسية المنشأ بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (309/13) لسنة 2009

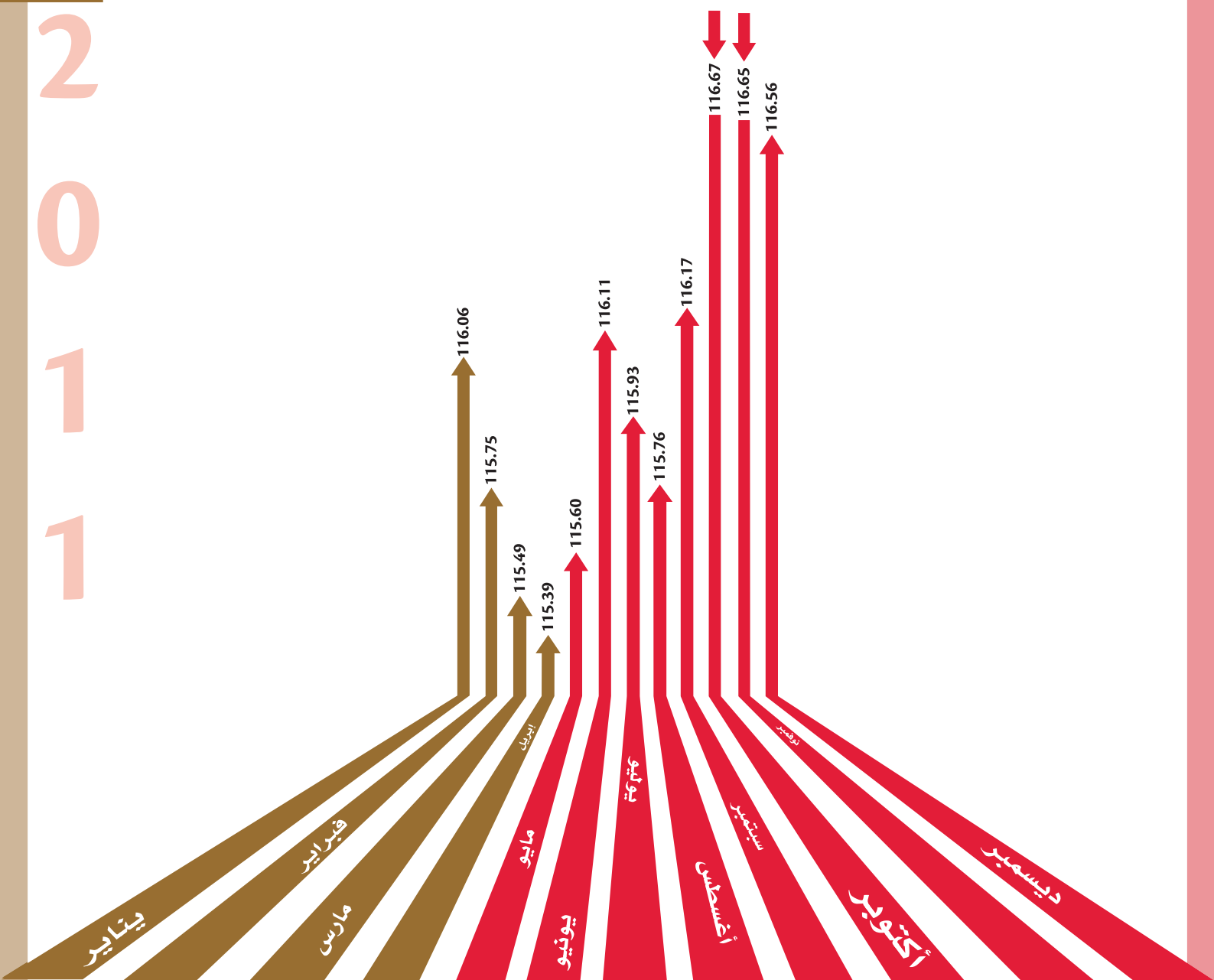
هيئة اتحادية | Federal Authority



UNITED ARAB EMIRATES دولة الإمارات العربية المتحدة
NATIONAL BUREAU OF STATISTICS المركز الوطني للإحصاء

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النشرة السنوية 2011

2011





United Arab Emirates

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
النشرة السنوية
2011

دولة الإمارات العربية المتحدة المركز الوطني للإحصاء

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النشرة السنوية 2011

مارس 2012

تم إعداد وطباعة هذا التقرير
حسب دليل نشر البيانات الإحصائية وميثاق الممارسات الفضلى
لإعداد الإحصاءات الرسمية في دولة الإمارات العربية المتحدة

© ربيع الآخر، 1433هـ - مارس، 2012.

جميع الحقوق محفوظة.

في حالة الاقتباس، يرجى الإشارة إلى هذه المطبوعة كالتالي:

المركز الوطني للإحصاء، 2012. الأرقام القياسية لأسعار المستهلك: النشرة السنوية، 2011.
أبوظبي - الإمارات العربية المتحدة.

جميع المراسلات توجه إلى:

المركز الوطني للإحصاء - إدارة النشر الإحصائي - قسم المعلومات ونشر البيانات
ص.ب. 93000، أبوظبي - الإمارات العربية المتحدة.

هاتف: +971 2 5592000

فاكس: +971 2 5592999

البريد الإلكتروني: info@nbs.gov.ae

الموقع الإلكتروني: www.uaestatistics.gov.ae

الرؤية

بناء نظام إحصائي وطني حديث وفعال

الرسالة

توفير بيانات ومعلومات إحصائية حديثة ذات جودة عالية تساهم في صنع القرار ورسم السياسات
وتقييم الأداء

القيم

الصدق
العمل الجماعي
الإبداع

الدقة
الأمانة
الموضوعية

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

شكر وتقدير

يتقدم المركز الوطني للإحصاء بالشكر والتقدير إلى جميع مصادر البيانات الخاصة بمسح الأسعار، وإلى جميع العاملين في هذا المسح، لما أبدوه من حرص منقطع النظير أثناء تأدية واجبهم، وإلى كل من مركز الإحصاء - أبوظبي، ومركز دبي للإحصاء، والفريق الوطني للأرقام القياسية في الدولة، لمساهماتهم في التعاون لإنجاح المسح.

لقد تم تخطيط وتنفيذ مسح الأرقام القياسية لأسعار المستهلك 2011، بقيادة فريق فني من المركز الوطني للإحصاء، وبدعم مالي سخّي من الحكومة الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة ممثلةً بمجلس وزرائها الموقر.

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

فريق العمل

- إعداد التقرير

عبد العفو جمعة

- تدقيق معايير النشر الإحصائي

حليمة المحرزي

سهى أبودية

- التصميم والإخراج

نسرین طاحون

- الخرائط

أدهم مكي

- المراجعة الأولية

عبد العفو جمعة

- المراجعة النهائية

عبد القادر المساوي

- الإشراف العام

المدير العام

راشد السويدي

تنويه لمستخدمي بيانات هذا التقرير

1. نظراً للتفاوت في الأسعار والأهمية النسبية والتفصيل النهائي للسلع بين الإمارات المختلفة، فقد تم احتساب الرقم القياسي لكل من الإمارات المختلفة بشكل مستقل، أما الرقم القياسي الخاص بالدولة فقد تم احتسابه من خلال الأرقام القياسية للإمارات المختلفة باستخدام الوسط الهندسي لأسعار السلع والخدمات مرجحة بالأهمية النسبية لكل إمارة.
2. الأرقام القياسية الواردة في هذه النشرة محسوبة باستخدام متوسط أسعار السلع والخدمات المكونة لسلة المستهلك في عام 2007 ككل، وقد تم اشتقاق أوزان الترجيح المستخدمة في تركيب الرقم القياسي من بيانات مسح دخل وإنفاق الأسرة في الدولة، والذي نفذته المركز على 14,000 أسرة خلال الفترة، 2008/03/31 - 2007/04/01.
3. تم جمع بيانات الأسعار من الإمارات الشمالية الخمس (الشارقة، عجمان، رأس الخيمة، أم القيوين، الفجيرة) من قبل المركز الوطني للإحصاء، فيما تم جمع البيانات في كل من إمارتي أبوظبي ودبي، من خلال مركز الإحصاء - أبوظبي، ومركز دبي للإحصاء.
4. تم استخدام الدرهم الإماراتي في تسعير السلع والخدمات، وقد بلغ المعدل الشهري لسعر صرف الدولار مقابل الدرهم الإماراتي 3.67 خلال العام 2011.

تقديم

تعتبر الإحصاءات الخاصة بالأسعار من الإحصاءات الاقتصادية الهامة المرتبطة بحياة الأفراد اليومية، والتي توفر المعلومات اللازمة لمعرفة الاتجاه العام للأسعار وتركيب الأرقام القياسية لها، وتعتبر الأرقام القياسية لأسعار المستهلك أحد المؤشرات الهامة المستخدمة في الدراسات الاقتصادية والتخطيطية، بالإضافة إلى أنها تعكس التغيرات التي تطرأ على هيكل القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية في المجتمع، وهي عبارة عن وسيلة إحصائية لقياس التغيرات في أسعار السلع والخدمات المشتراة من قبل المستهلك بين فترة زمنية وأخرى، ويعتبر هذا التغير مقياساً تستخدمه الدول لمعرفة الوضع العام لتكاليف المعيشة.

لذا سعى المركز الوطني للإحصاء خلال الأعوام الماضية إلى إيجاد سلة معيارية للمستهلك الإماراتي، وذلك تمهيداً لرصدها ودراستها والاطلاع على تغيرات أسعارها على فترات منتظمة، وقد قام المركز بجهود حثيثة من أجل توفير الإطار المناسب للسلع والخدمات، التي مثلت بمجموعها أساس نظام الأسعار والأرقام القياسية، وقد باشر المركز نشاطه في هذا المجال في شهر إبريل من عام 2007، حيث تمكن من جمع البيانات عن آلاف السلع والخدمات خلال العام، وبعد دراسة مستفيضة لهذه السلع والخدمات، قام المركز بتثبيت مجموعات رئيسية من السلع والخدمات، لتكون بمجموعها سلة المستهلك الإماراتي، ويتم حالياً جمع أسعار المستهلك لهذه السلع والخدمات بشكل منتظم.

وقد اضطر المركز إلى تركيب هذا الرقم بشكل غير تقليدي، خلال الفترة ما قبل عام 2007 من عمر هذه التجربة، حيث قام باستخدام متوسطات أسعار لسنوات مختلفة كعام 1985 و عام 2000، كأسعار أساس للسلع والخدمات المكونة لسلة المستهلك، واستخدم وتيرة الإنفاق والاستهلاك في بعض دول الجوار في اشتقاق الوزن النسبي لكل من هذه السلع والخدمات، التي تشكل بمجموعها سلة المستهلك.

وعلى ضوء ذلك، تمكن المركز مؤخراً من رصد الإنفاق والاستهلاك في دولة الإمارات على مدار عام كامل، حيث أصبح بالإمكان الآن إعادة تقديم الرقم القياسي المشتق من متوسط أسعار السلع لعام 2007 بأكمله، وكذلك الأوزان النسبية لعام كامل من الاستهلاك والإنفاق.

ويسر المركز الوطني للإحصاء أن يقدم هذه النشرة من الأرقام القياسية لأسعار المستهلك عن عام 2011، ونأمل الاستفادة من مقترحات وتقييمات الباحثين والمهتمين لهذا الجهد المتواضع، حتى نستفيد من التجربة للنشرات القادمة، حيث يسعى المركز إلى توفير البيانات الإحصائية حول الأرقام القياسية بشكل منتظم، بهدف توفير البيانات اللازمة لأغراض الدراسة والتحليل وخدمة أصحاب القرار، وبكل تأكيد سوف يقوم المركز بتطوير هذه النشرة على ضوء مقترحات وتقييمات الباحثين والمهتمين لهذا الجهد.

والله الموفق،،،

مارس 2012

راشد خميس السويدي
المدير العام

المختصرات

EU :	الاتحاد الأوروبي.
ISIC-3 :	التصنيف الصناعي القياسي الدولي لكافة الأنشطة الاقتصادية (التنقيح الثالث) الصادر عن الأمم المتحدة.
AED :	الدهرم الإماراتي.
NBS :	المركز الوطني للإحصاء.
UAE :	الإمارات العربية المتحدة.
SNA93 :	نظام الحسابات القومية المقترح من الأمم المتحدة لعام 1993.
WB :	البنك الدولي.
CB :	سلة المستهلك.
CPI :	الرقم القياسي لأسعار المستهلك.
UN :	الأمم المتحدة.
COICOP :	تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
15	قائمة الجداول
17	قائمة الأشكال البيانية
17	قائمة الخرائط
19	الملخص التنفيذي
21	الفصل الأول: مقدمة
21	1.1: أهداف مسح الأسعار
21	2.1: الشمول
22	3.1: إطار الأسعار
22	4.1: تبويب السلع والخدمات
23	5.1: استخدامات الرقم القياسي
24	6.1: هيكلية النشرة
25	الفصل الثاني: المفاهيم والمصطلحات
27	الفصل الثالث: النتائج الرئيسية
27	1.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2011
28	2.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2011
29	3.3: حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2011
31	الفصل الرابع: المنهجية
31	1.4: اختيار العينة
31	2.4: جمع بيانات الأسعار ومصادرها
31	3.4: تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار
32	4.4: طريقة حساب الرقم القياسي
32	5.4: الأهمية النسبية للسلع والخدمات (أوزان الترجيح)
33	الفصل الخامس: جودة البيانات
33	1.5: دقة البيانات
36	2.5: ملاحظات فنية أخرى
37	الجداول
51	الخرائط

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

قائمة الجداول

الجدول	الصفحة
1	الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في الدولة، 2011
2	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك في الدولة حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2007 - 2011
3	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2010 - 2011
4	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية 2010 - 2011
5	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ 2010 - 2011
6	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الملابس والأحذية 2010 - 2011
7	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن 2010 - 2011
8	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية 2010 - 2011
9	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات 2010 - 2011
10	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم 2010 - 2011
11	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المطاعم والفنادق 2010 - 2011
12	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويح والثقافة 2010 - 2011
13	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات المتنوعة 2010 - 2011

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	الشكل
27	1 الرقم القياسي لأسعار المستهلك في الدولة خلال الأعوام، 2007 - 2011
28	2 الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2011
29	3 الأهمية النسبية لمجموعات الإنفاق الرئيسية داخل سلة المستهلك لعام 2007

قائمة الخرائط

الصفحة	الخريطة
52	1 معدل التضخم خلال عام 2011 مقارنة بعام 2010
53	2 معدل التضخم خلال عام 2011 مقارنة بعام الأساس 2007
54	3 معدل التضخم خلال عام 2010 مقارنة بعام 2009

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

الملخص التنفيذي

تعتبر الأرقام القياسية للأسعار أحد أهم المؤشرات في الدراسات الاقتصادية والتخطيطية، بالإضافة إلى أنها تعكس التغيرات التي تطرأ على هيكل القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية في المجتمع، ولما كانت الأسعار من الأهمية بمكان، مما يقتضي تتبعها والتعرف على مستوياتها، لذا يقوم المركز الوطني للإحصاء بدراسة هذه الأسعار ضمن فترات زمنية متعاقبة واستخراج الأرقام القياسية لها، لتكون معيناً ومقياساً يستفاد منه في مجالات التخطيط والتعرف على حجم التضخم والانحسار الاقتصادي.

وتعرض أهم النتائج (عام 2011 مقارنة بعام 2010 و عام الأساس 2007) :

1. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2011 مقارنة بعام 2010 على النحو الآتي:

•	الدولة بنسبة	0.88 %
•	أبوظبي بنسبة	1.88 %
•	دبي بنسبة	0.52 %
•	الشارقة بنسبة	1.66 %
•	عجمان بنسبة	3.53 %
•	أم القيوين بنسبة	5.29 %
•	رأس الخيمة بنسبة	3.04 %
•	الفجيرة بنسبة	3.00 %

2. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2011 مقارنة بعام الأساس 2007 على النحو الآتي:

•	الدولة بنسبة	16.01 %
•	أبوظبي بنسبة	21.57 %
•	دبي بنسبة	16.47 %
•	الشارقة بنسبة	14.61 %
•	عجمان بنسبة	18.07 %
•	أم القيوين بنسبة	18.82 %
•	رأس الخيمة بنسبة	17.41 %
•	الفجيرة بنسبة	17.48 %

3. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2011 مقارنة بعام 2010 على النحو الآتي:

•	الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة	5.87 %
•	المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة	2.15 %
•	الملابس والأحذية بنسبة	- 1.87 %
•	السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة	- 2.43 %
•	التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة	3.60 %
•	خدمات الصحة بنسبة	0.46 %
•	خدمات النقل بنسبة	3.74 %
•	الاتصالات بنسبة	0.04 %
•	الترويح والثقافة بنسبة	4.57 %
•	التعليم بنسبة	3.65 %
•	المطاعم والفنادق بنسبة	0.75 %
•	السلع والخدمات المتنوعة بنسبة	3.90 %

4. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2011 مقارنة بعام الأساس 2007 على النحو الآتي:

•	الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة	29.60 %
•	المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة	18.73 %
•	الملابس والأحذية بنسبة	6.38 %
•	السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة	10.80 %
•	التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة	23.14 %
•	خدمات الصحة بنسبة	5.75 %
•	خدمات النقل بنسبة	18.82 %
•	الاتصالات بنسبة	- 1.84 %
•	الترويح والثقافة بنسبة	14.33 %
•	التعليم بنسبة	33.60 %
•	المطاعم والفنادق بنسبة	31.82 %
•	السلع والخدمات المتنوعة بنسبة	21.88 %

الفصل الأول

مقدمة

يقوم المركز الوطني للإحصاء بتتبع عملية جمع 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 والمصادر 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. ويحتوي هذا العدد على الأرقام القياسية لأسعار المستهلك لعام 2011 بالإضافة إلى سلسلة زمنية للسنوات السابقة.

1.1 أهداف مسح الأسعار

يهدف مسح الأسعار بصفة عامة إلى توفير البيانات الآتية:

- توفير بيانات عن الأسعار والأرقام القياسية للمستهلك على مستوى الدولة ولكل من الإمارات السبع.
- توفير سلسلة زمنية عن الأسعار والأرقام القياسية لخدمة صناع القرار وصانعي السياسات.
- معرفة حجم التضخم في الأسعار سواءً أكانت محلية أم مستوردة.

2.1 الشمول

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، وقد بلغ عدد السلع والخدمات الداخلة في حساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك ما يقارب 1000 سلعة.

تم اعتماد سنة 2007 كسنة أساس عند احتساب الأرقام القياسية، وتم احتساب الأرقام القياسية على مستوى الدولة، كما تم تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك لكل من أبوظبي ودبي والشارقة وعجمان ورأس الخيمة وأم القيوين والفجيرة.

3.1 إطار الأسعار

لتسهيل عملية جمع الأسعار وعرضها بهدف تركيب الرقم القياسي لها، تصنف هذه السلع والخدمات حسب توصيات الأمم المتحدة الخاصة بالحسابات القومية، وكذلك التوصيات الخاصة بشأن تصنيف الاستهلاك حسب الغرض، وقد بلغ إجمالي السلع والخدمات، التي تجمع أسعارها من الميدان لغايات تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك، ما يقارب 1000 سلعة وخدمة، تم رصدتها من حوالي 250 مصدراً موزعة على كافة إمارات الدولة.

4.1 تبويب السلع والخدمات

1.4.1 المجموعات الرئيسية (المستوى الأول):

يتكون المستوى الأول لتصنيف سلة المستهلك من اثنتي عشرة مجموعة رئيسية هي:

1. الأغذية والمشروبات غير الكحولية.
2. المشروبات الكحولية والتبغ.
3. الملابس والأحذية.
4. السكن والمياه والكهرباء والغاز.
5. التجهيزات والمعدات المنزلية.
6. خدمات الصحة.
7. خدمات النقل.
8. الاتصالات.
9. الترفيه والثقافة.
10. التعليم.
11. المطاعم والفنادق.
12. سلع وخدمات متنوعة.

2.4.1 المجموعات (المستوى الثاني):

أما المستوى الثاني من التصنيف، فقد قسمت فيه كل مجموعة رئيسية إلى عدد من المجموعات، فعلى سبيل المثال: قسمت المجموعة الرئيسية للأغذية 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.

3.4.1 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.

4.4.1 المواد (المستوى الرابع) :

تم تقسيم المجموعات أو 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.

5.4.1 السلع والخدمات (المستوى الخامس) :

وأخيراً جرى وصف دقيق للمواد وفق سلع ذات مواصفات أكثر تفصيلاً لتسهيل جمع أسعارها، فمثلاً مادة الأرز تشتمل مجموعة من السلع، تم وصفها بمزيد من التفصيل، بحيث تعطي وصفاً دقيقاً للمادة المراد جمع أسعارها، من حيث اسم السلعة المعروف، والماركة المشهورة، والمنشأ، إضافة إلى الوزن المتداول. ولقد 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.

5.1 استخدامات الرقم القياسي

يستخدم مؤشر الأسعار لمجموعة كبيرة من الأغراض، من أهمها:

1. تكييف الأجور والإعانات الحكومية وإعانات الضمان الاجتماعي للتعويض جزئياً أو كلياً عن التغيرات في تكلفة المعيشة.
2. 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.

كما يستخدم الرقم القياسي للأسعار أيضاً على نطاق واسع :

1. كمؤشر لقياس معدلات التضخم والانحسار الاقتصادي.
2. يستخدم من قبل عامة الناس كدليل يسترشد به، فيما يتعلق بميزانية الأسرة والبنود المكونة لها.
3. يستخدم كمقياس للتغيرات في القدرة الشرائية للعملة.

4. 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.
5. يستخدم الرقم القياسي كمؤشر هام يعكس مدى التقدم والتطور، الذي يحدث للقطاع الإنتاجي في فترة زمنية مقارنة بأخرى.
6. يمثل الرقم القياسي وسيلة مباشرة في التعرف على القوة الشرائية للنقود، حيث تتناسب القوة الشرائية للنقود تناسباً عكسياً مع الرقم القياسي للأسعار.

6.1 هيكلية النشرة

- لقد تم تقسيم نشرة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك إلى عدة فصول، كما يلي:
- **الفصل الأول:** ويشمل مقدمة عن مسح الأسعار والأرقام القياسية، التي تتضمن برنامج المسح وأهدافه، واستخدامات الأرقام القياسية، وهيكلية النشرة.
 - **الفصل الثاني:** يتناول أهم المفاهيم والمصطلحات الواردة في هذا التقرير مع شرح مبسط لهذه المصطلحات.
 - **الفصل الثالث:** يتناول عرضاً لأبرز النتائج المستخلصة من المسح.
 - **الفصل الرابع:** يتناول منهجية مسح الأسعار والأرقام القياسية من حيث الاستمارات، والإطار والعينة، والشمولية، وكذلك يتناول العمليات الميدانية في جمع البيانات، والعمليات المكتبية من تدقيق وترميز، ويشمل هذا الفصل أيضاً آلية معالجة البيانات وجدولتها.
 - **الفصل الخامس:** يتناول جودة البيانات الواردة في نتائج المسح، وذلك من خلال التعرض لدقة البيانات، ومقارنتها، وأبرز الملاحظات الفنية على المسح، ومن ثم حساب التقديرات والتباين لأبرز المتغيرات الواردة في نتائج المسح.
 - **جداول نتائج المسح:** تم في هذا التقرير عرض أهم النتائج في جداول على مستوى الدولة مبوبة على مستوى الحد الأول - الحد الرابع من تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض (COICOP).

الفصل الثاني

المفاهيم والمصطلحات

مصادر جمع البيانات:

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

التضخم:

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

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

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 زمنيةتين.

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 للاحتياجات 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 على الرقم القياسي، وتحسب بقسمة الرقم القياسي لفترة ما على الرقم القياسي لفترة المقارنة مضروباً في مائة ثم طرح مائة.

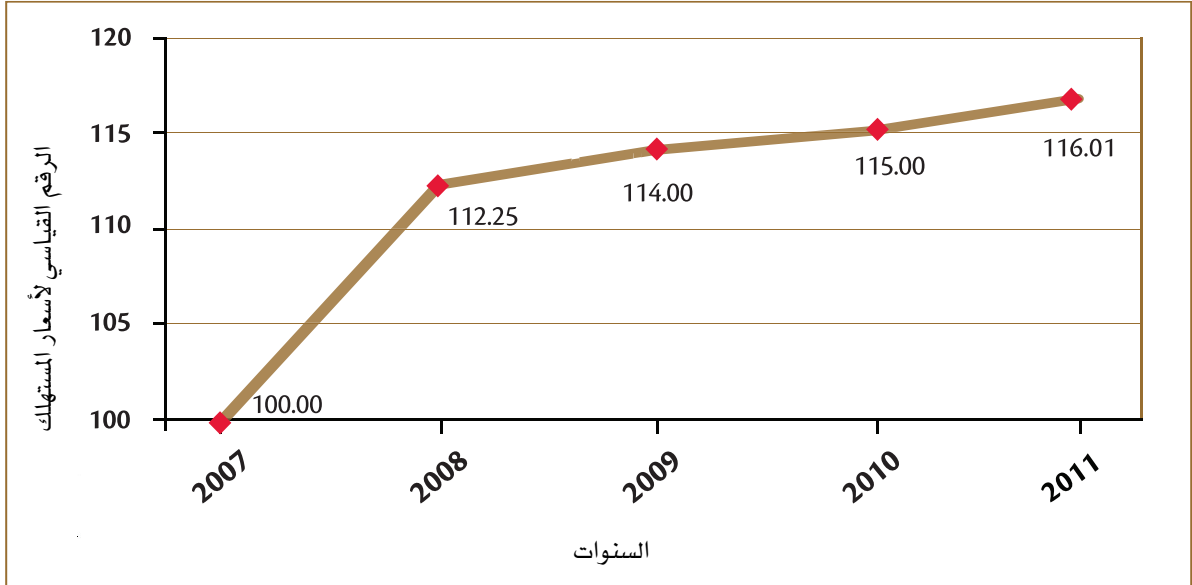
الفصل الثالث

النتائج الرئيسية

1.3 الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2011 (سنة الأساس 2007=100)

يتضح من خلال البيانات المتوفرة عن حركة أسعار المستهلك خلال عام 2011، أن المتوسط السنوي لهذا العام، قد سجل ارتفاعاً بنسبة 0.88 % على مستوى الدولة مقارنة بالمتوسط السنوي لعام 2010، وهي نسبة مماثلة للارتفاع الحاصل خلال عام 2010 عن عام 2009، والسبب الرئيسي لارتفاع الأسعار خلال عام 2011، يعود لارتفاع أسعار مجموعات كل من التعليم، والترويج والثقافة، والأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتجهيزات والمعدات المنزلية، والنقل، والاتصالات، والصحة، والمشروبات الكحولية والتبغ، والسلع والخدمات المتنوعة، والمطاعم والفنادق.

شكل 1: الرقم القياسي لأسعار المستهلك في الدولة خلال الأعوام، 2011-2007



كما تركز الارتفاع على السلع الأساسية، التي تمس حياة المستهلك اليومية، حيث كان هناك ارتفاع في أسعار الأغذية بشكل عام، وتحديداً أسعار الخضار والفواكه، وكذلك أسعار اللحوم والبيض، والأسماك، فهذه السلع كان لها تأثير على الرقم القياسي، نظراً لارتفاع وزنها في سلة المستهلك.

ويمكن ملاحظة ارتفاع أسعار السلع الغذائية وأسعار النقل خلال عام 2011، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار مجموعة التعليم، وهذا ما دفع المؤشر العام للأسعار للارتفاع خلال العام، ولكن بنفس حدة الارتفاع عام 2010.

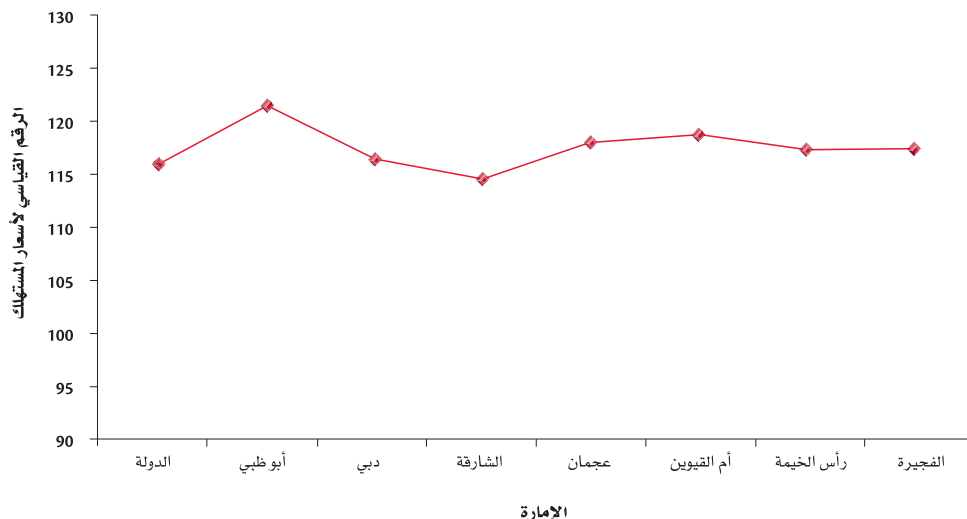
حيث أن انخفاض مجموعة السكن وملحقاته خلال العام، وانخفاض بعض المجموعات الأخرى، كالأقمشة والملابس، أدى إلى الحد من تفاقم الارتفاع خلال العام، ويمكن أيضاً ملاحظة ارتفاع التضخم في السلع المستوردة كالفواكه والخضروات، التي أدت بشكل رئيسي إلى ارتفاع مجموعة الأغذية خلال العام، حيث شهدت أسعارها ارتفاعاً واضحاً، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة الاستيراد، وجفاف بعض المحاصيل الزراعية في بعض الدول المصدرة، الأمر الذي انعكس على ارتفاع أسعارها في الدولة.

2.3 الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2011 (سنة الأساس 2007=100)

سجلت الأسعار في **أم القيوين** ارتفاعاً بنسبة 5.29 %، بسبب ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والترويج والثقافة، وخدمات النقل، والتعليم، والتجهيزات والمعدات المنزلية، وسجلت الأسعار في **عجمان** ارتفاعاً مقداره 3.53 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتجهيزات والمعدات المنزلية، والملابس والأحذية، والنقل، أما الأسعار في **رأس الخيمة** فقد سجلت ارتفاعاً مقداره 3.04 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والترويج والثقافة، والتجهيزات والمعدات المنزلية، والملابس والأحذية، كما سجلت الأسعار في **الفجيرة** ارتفاعاً مقداره 3.00 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والملابس والأحذية، والتعليم، والسكن، والترويج والثقافة، وسجلت الأسعار في **الشارقة** ارتفاعاً مقداره 1.66 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والنقل، والتجهيزات والمعدات المنزلية.

هذا ولقد سجلت الأسعار في **أبوظبي** ارتفاعاً بنسبة 1.88 % خلال عام 2011 مقارنة مع عام 2010، أما **دبي** فقد شهدت ارتفاعاً بنسبة 0.52 %.

شكل 2: الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2011



3.3 حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2011 (سنة الأساس 2007=100)

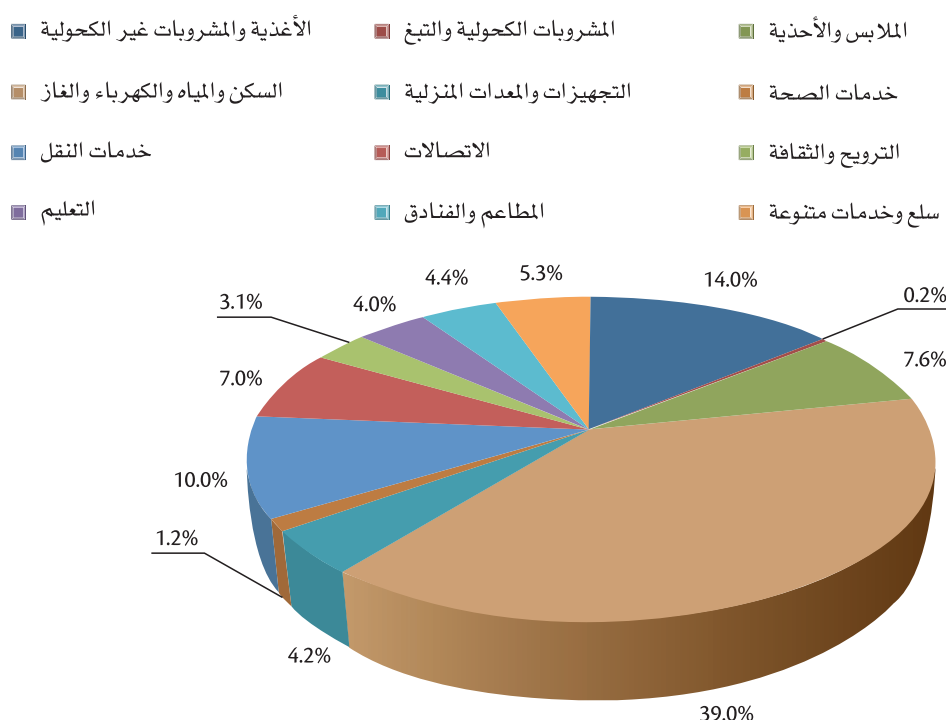
بلغ معدل الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الدولة للعام 2011 ما مقداره 116.01، مقارنة بـ 115.00 خلال عام 2010، وعليه يكون معدل التضخم العام لأسعار المستهلك لعام 2011 (0.88 %)، وهو مماثل لما كان عليه في عام 2010.

ويعود التضخم في أسعار المستهلك في عام 2011 مقارنة بعام 2010 إلى الارتفاع في أسعار مجموعات كل من التعليم بنسبة 3.65 %، والترويح والثقافة بنسبة 4.57 %، والأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة 5.87 %، والرعاية الصحية بنسبة 0.46 %، والتجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة 3.60 %، والنقل بنسبة 3.74 %، والمشروبات الكحولية والتبغ بنسبة 2.15 %، والسلع والخدمات المتنوعة بنسبة 3.90 %، والمطاعم والفنادق بنسبة 0.75 %، والاتصالات بنسبة 0.04 %، في المقابل انخفضت مجموعات كل من السكن وملحقاته بنسبة 2.43 %، والملابس والأحذية بمقدار 1.87 %.

ونلاحظ انخفاض بعض المجموعات الرئيسية المكونة لسلة المستهلك، والتي تتمتع بأهمية نسبية عالية مقارنة بالمجموعات السلعية الأخرى، كمجموعة السكن وملحقاته، والتي تشكل حوالي 38 % من سلة المستهلك، والتي تلعب دوراً محورياً في التأثير على حركة المؤشر العام لأسعار المستهلك في الدولة، وكذلك مجموعة الملابس والأحذية، مما أدى الحد من تفاقم معدل التضخم خلال العام.

شكل 3: الأهمية النسبية لمجموعات الإنفاق الرئيسية داخل سلة المستهلك لعام 2007

المجموعات الرئيسية



الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

الفصل الرابع

المنهجية

1.4 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 في الدولة، حيث قام الباحث الميداني باختيار هذه المصادر بناءً على توفر السلع داخل هذه المصادر، ومن الجدير ذكره أن عينة المصادر، تم اختيارها من الإمارات السبع داخل الدولة، وهي: أبوظبي، دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة، والفجيرة. وقد روعي في اختيار هذه المصادر أن تكون ممثلة للتباين الذي يمكن أن يحدث في الأسعار، التي تجمع من المصادر المختلفة.

2.4 جمع بيانات الأسعار ومصادرها

تجمع بيانات الأسعار عن طريق المقابلات الشخصية بواسطة فريق من الباحثين المدربين، وذلك من محلات وأسواق البيع بالتجزئة مثل البقالات، و(الهايبر والسوبر ماركت)، ومحلات بيع الأقمشة والملابس، والمطاعم، ومؤسسات الخدمات العامة، والمدارس الخاصة، والأطباء، وغيرها. وتجدر الإشارة هنا إلى وجود تنسيق وتعاون في آلية جمع البيانات بين الإمارات المختلفة، حيث يقوم المركز الوطني للإحصاء 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 الوطني للإحصاء بها شهرياً.

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 ضمن الإمارة الواحدة، وتسعيرتان أو تسعيرة لبقية السلع.

وتم 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.

3.4 تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار

- بعد عملية جمع بيانات الأسعار من كافة الإمارات، يتم تدقيق ومراجعة هذه البيانات من خلال:
- مراجعة منطقية لهذه الأسعار، وذلك بالمقارنة مع أسعار السلعة نفسها من مصادر أخرى وإمارات أخرى، وعند اكتشاف خطأ أثناء المراجعة المنطقية، يتم التأكد ميدانياً من السعر.

- مراجعة حسابية، حيث تتم مراجعة الوسط الهندسي لأسعار السلعة داخل الإمارات والوسط الهندسي العام لجميع الإمارات.
- مراجعة ميدانية لعينة من أسعار السلع التي تم جمعها.

4.4 طريقة حساب الرقم القياسي

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

مع بداية إنتاج الرقم القياسي لأسعار المستهلك، تم اعتماد متوسطات أسعار سنة 2000 كسنة أساس، يتم 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 ورغباته ونفقاته على السلع والخدمات المختلفة.

5.4 الأهمية النسبية للسلع والخدمات (أوزان الترجيح)

احتسبت 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.

التوزيع النسبي لأوزان الترجيح المستخدمة في عمليات احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك للمجموعات الرئيسية 2007:

أقسام الإنفاق الرئيسية	الأوزان الترجيحية
الأغذية والمشروبات غير الكحولية	13,936
المشروبات الكحولية والتبغ	218
الملابس والأحذية	7,580
السكن والمياه والكهرباء والغاز	39,334
التجهيزات والمعدات المنزلية	4,208
خدمات الصحة	1,124
خدمات النقل	9,941
الاتصالات	6,932
الترويح والثقافة	3,067
التعليم	4,004
المطاعم والفنادق	4,348
سلع وخدمات متنوعة	5,308
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك	100.000

الفصل الخامس

جودة البيانات

1.5 دقة البيانات

1.1.5 الأخطاء الإحصائية

تتأثر نتائج المسح بالأخطاء الإحصائية، نظراً لاستخدام العينة في تنفيذ المسح، وليس للحصر الشامل لوحدات مجتمع الدراسة، وهذا ما يرجح ظهور فروق عن القيم الحقيقية، التي نتوقع الحصول عليها من خلال البيانات، فيما لو تم تنفيذ هذا المسح باستخدام الحصر الشامل.

2.1.5 الأخطاء غير الإحصائية

أما الأخطاء غير الإحصائية فهي ممكنة الحدوث في كل مراحل تنفيذ المشروع، خلال جمع البيانات أو إدخالها، والتي يمكن إجمالها بما يلي:

- أخطاء عدم الاستجابة: أبدت جميع المصادر المختارة لهذا العام تعاوناً كبيراً مع الباحثين الميدانيين، حيث لم تظهر أية حالة رفض هذا العام.
- أخطاء الاستجابة المرتبطة بالمبحوث والباحث ومدخل البيانات: ولتفادي هذا النوع من الأخطاء، فقد اتخذت إدارة المشروع مجموعة من الإجراءات الكفيلة بتقليلها إلى أدنى مستوياتها، وقد تمثلت هذه الإجراءات:

1. فيما يتعلق بالمبحوث، فقد تم تخصيص أكثر من زيارة للمصدر الواحد لشرح أهداف المسح وسرية البيانات المستوفاة، وقد ساهمت هذه الزيارات لمصادر البيانات في تعزيز العلاقة والتعاون والتحقق من دقة البيانات.
2. فيما يتعلق بالأخطاء المرتبطة بالباحث، فقد تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات، التي من شأنها تعزيز دقة البيانات خلال عملية جمع البيانات من الميدان، فقد تم اختيار الباحثين الميدانيين على أساس الكفاءة وتقييم الباحثين، حيث تم تدريب الباحثين الميدانيين نظرياً وعملياً على الاستمارة، بالإضافة إلى اللقاءات التذكيرية التي أجريت مع الباحثين، والتعاميم التوضيحية حول المسح.
3. فيما يتعلق بالأخطاء المرتبطة بالمدخل، ومن أجل التحقق من جودة البيانات واتساقها، تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي من شأنها تعزيز دقة البيانات خلال عملية معالجتها وحوسبتها، وقد تمثلت هذه الإجراءات بما يلي:

- تم تجهيز برنامج الإدخال لاستمارة المسح، بحيث تكون هناك شاشة لكل صفحة من صفحات الاستمارة.
- تم تغذية البرنامج بقائمة من الشروط المرجعية للتدقيق الآلي على الاستمارة من حيث التدقيق ومنطقية البيانات.
- تم التحقق من فاعلية البرنامج من خلال إدخال استمارات تجريبية إحداها مغلوطة والأخرى صحيحة.
- تم اختيار مدخلي البيانات من ذوي الاختصاص في مجال البرمجة والكمبيوتر، وتم تدريبهم بشكل كامل على برنامج الإدخال.
- تم استلام ملفات بالبيانات المدخلة، وتم فحصها ومراجعتها من قبل إدارة المشروع، وذلك قبل الشروع باستخراج النتائج، حيث قامت إدارة المشروع بمجموعة كبيرة من الفحوص، التي تبين منطقية وترابط البيانات. ومن الأمثلة على هذه الفحوص، مقارنة البيانات للشهر الحالي مع بيانات الشهر السابق، ومقارنة البيانات بين المصادر، ومقارنة البيانات بين الإمارات.

إجراءات أخرى اتخذتها إدارة المشروع لرفع جودة البيانات:

1. إعادة تدقيق الاستمارات بشكل كامل بعد أن دقت من قبل الباحث.
2. إجراءات فنية أخرى لرفع جودة البيانات، منها:

• معالجة الموسمية وتقدير أسعار الأصناف غير المتوفرة:

يندرج تحت كل مجموعة عدد من الأصناف الشائعة الاستعمال في الدولة، وذلك لحساب مناسب الأسعار، واعتبارها ممثلة للسلعة الواحدة داخل المجموعة السلفية. وبالطبع لا بد من تحديد مواصفات هذه الأصناف، وذلك ضماناً لعدم اختلاف النوعية أو المواصفات عند استيفاء الأسعار، لكن المشكلة التي تتم مصادفتها أحياناً هي عدم توفر بعض السلع وذلك بسبب الموسمية، والتي غالباً ما تظهر في الخضروات والفواكه، حيث لكل سلعة موسم معين، أو ربما بسبب اختفائها لفترة ما من مصدر معين أو من كل المصادر، ومن المتوقع ظهورها مرة أخرى (اختفاء مؤقت)، كذلك هو الحال بالنسبة للمصادر، حيث أن بعض المصادر تغلق لفترة قصيرة لأي سبب من الأسباب.

لذا يتم معالجة مثل هذه الحالات بطريقة علمية تسمى بالـ (Group Relative Method)، وهي عملية تقدير الأسعار على أساس التغير في أسعار باقي المصادر، بالنسبة لنفس الصنف، في حالة عدم توفر صنف لهذه السلعة في جميع المصادر، وأما في حالة إغلاق مصدر بأكمله بصفة مؤقتة، فيتم تقدير جميع أسعار ذلك المصدر، على أساس التغير في أسعار المصادر، التي تشترك في نفس الأصناف التي تجمع من هذا المصدر، ومن الحالات التي واجهها المسح، الأصناف والمصادر الخاصة بالفواكه والخضروات، وكذلك المصادر الخاصة بالملابس والتفصيل.

• معالجة اختفاء أصناف السلع والمصادر:

ينبغي الإشارة إلى أن سلة السلع والخدمات، التي تم اختيارها، والتي أطلق عليها سلة المستهلك غير ثابتة، ولكنها تتغير عبر الزمن بتغير أنماط وأذواق المستهلكين. هذا بالإضافة إلى ما يستجد من سلع جديدة، وعليه لا بد من تغيير السلع وإيجاد سلع بديلة بمنهجية خاصة لاستبدال هذه السلع، فعند التأكد من أن بعض أصناف السلع، قد اختفت بشكل نهائي، يتم عندها الاستبدال بأصناف جديدة مشابهة لها من حيث النوع، أي أنها تدرج تحت نفس السلة، وتتم عملية الإحلال باختيار الصنف الجديد، الذي له نسبة إقبال كبيرة من قبل المستهلكين مشابهة لنسبة الإقبال على الصنف المفقود، ويقدر سعر الأساس للصنف الجديد باستخدام ثلاث طرق إحصائية، وهي كالتالي:

— طريقة المقارنة المباشرة:

يتم استخدام هذه الطريقة في حالة تغير بلد المنشأ لصنف السلعة مع ثبات مواصفات الصنف كالوزن والمكونات، وعدم وجود تغير في السعر بين الصنفين، وفي هذه الحالة يتم استخدام أساس السلعة المختفية (القديمة) عند احتساب الرقم القياسي للسلعة البديلة.

وقد أدى استخدام هذه الطريقة إلى المحافظة على التمثيل الصحيح لسلة المستهلك وعدم تأثر المؤشر بتغير منشأ الصنف.

— طريقة التداخل الزمني:

تستخدم هذه الطريقة في حالة توفر أسعار للصنف الحالي مع ظهور صنف جديد في نفس الفترة، بحيث أن صنف السلعة الحالي شارف على الاختفاء، أو فقد خاصية التمثيل بالنسبة للمستهلك، وقد يؤدي إلى انخفاض سعره بشكل كبير جداً، لذا يتم أخذ الصنف الجديد وتقدير سعر أساس له بالصيغة التالية:

$$N_b = \frac{P_b * P_{n-1}}{P_{0-1}}$$

حيث:

$$N_b = \text{سعر الأساس للسلعة الجديدة.}$$

$$P_b = \text{سعر الأساس للسلعة القديمة.}$$

$$P_{n-1} = \text{سعر السلعة الجديدة في الشهر السابق.}$$

$$P_{0-1} = \text{سعر السلعة القديمة في الشهر الحالي.}$$

وهذه الطريقة تؤدي إلى مواكبة التطور والتغير للسلع الداخلة في سلة المستهلك، وعكس المؤشر للواقع من خلال إحلال السلع الحديثة محل القديمة.

— طريقة الربط الزمني:

تستخدم هذه الطريقة في حالة اختفاء صنف السلعة في شهر ما، وظهور صنف آخر بديل في الأشهر اللاحقة، وبالتالي يستبدل الصنف القديم بالصنف الجديد، ويتم تقدير سعر الأساس للصنف الجديد باستخدام الصيغة التالية:

$$N_b = \frac{P_b * P_c}{P_{0-1}}$$

حيث:

$$\begin{aligned} N_b &= \text{سعر الأساس للسلعة الجديدة.} \\ P_b &= \text{سعر الأساس للسلعة القديمة.} \\ P_c &= \text{سعر السلعة الجديدة في الشهر الحالي.} \\ P_{0-1} &= \text{سعر السلعة القديمة في الشهر السابق.} \end{aligned}$$

ومن خلال استخدام هذه الطريقة يتم المحافظة على منطقية وجودة الرقم القياسي لأسعار المستهلك عبر السلاسل الزمنية، وعدم تأثر قيم البيانات باختفاء صنف معين من السوق، وبالتالي عدم انحراف المؤشر عن مساره بسبب اختفاء الصنف.

وقد عالجت إدارة المشروع العديد من الحالات، التي واجهت المسح، من خلال الطرق العلمية السابقة، ومن هذه الحالات، التغير في نوعية الأجهزة الكهربائية والأدوات المنزلية، وكذلك الأصناف والمصادر الخاصة بالملابس والأحذية.

2.5 ملاحظات فنية أخرى

هناك مجموعة من الملاحظات الفنية الهامة، والتي تؤخذ بعين الاعتبار عند الاطلاع على هذا التقرير، وهي على النحو التالي:

1. تم جمع البيانات من الإمارات جميعها داخل الدولة، وتم توزيع مصادر جمع البيانات على الإمارات كلها.
2. ظهرت بعض حالات تغير في وصف السلع، وأحياناً اختفاؤها عند التنفيذ الميداني للمسح، مثل تغير الوزن والمنشأ بصورة دائمة أو مؤقتة، وقد تم التعامل مع مثل هذه الحالات من خلال الطرق الإحصائية العلمية، بالإضافة إلى تحديث السلع حسب تغير النوعية أو الكمية باتباع التوصيات الدولية.
3. قيم الأسعار والأرقام القياسية في الجداول تحتوي منازل عشرية غير ظاهرة في الجداول، لذلك يجب التعامل بحذر عند احتساب القيم يدوياً.
4. تم تبويب البيانات وفق ما نصت عليه التوصيات الدولية باستخدام التبويبات المعتمدة، فقد تم اعتماد توصيات الحسابات القومية بشأن تبويب مجموعات المستهلك باستخدام التصنيف الاستهلاكي حسب الغرض (COICOP).

الجدول Tables

جدول 1 : الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية في الدولة 2011
سنة الأساس (100=2007) Base Year

Table 1: Monthly Consumer Price Indices and the Annual Average in the UAE By Major Groups of Expenditure, 2011

Major Groups of Expenditure	المتوسط	ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيو	مايو	إبريل	مارس	فبراير	يناير	مجموعات الإنفاق الرئيسية
	The Average	Dec.	Nov.	Oct.	Sep.	Aug.	Jul.	Jun.	May	Apr.	Mar.	Feb.	Jan.	
All items of consumer price index	116.01	116.56	116.65	116.67	116.17	115.76	115.93	116.11	115.60	115.39	115.49	115.75	116.06	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	129.60	135.18	134.41	134.90	133.31	131.76	131.11	129.02	127.19	125.50	123.95	124.46	124.38	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	118.73	122.17	122.17	122.17	122.17	116.99	116.99	116.99	116.99	116.99	116.99	117.05	117.05	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	106.38	108.39	109.04	108.96	107.55	107.49	107.15	104.89	104.43	104.31	105.36	104.65	104.27	الملابس والأحذية
Housing	110.80	108.67	109.01	109.01	108.99	109.28	110.09	111.89	111.70	111.78	112.58	112.98	113.68	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	123.14	126.09	125.64	125.53	125.36	124.44	124.17	123.37	120.55	120.57	119.90	120.42	121.60	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	105.75	106.14	106.16	106.09	106.08	106.12	106.02	104.99	104.99	104.99	105.56	105.90	105.95	خدمات الصحة
Transportation	118.82	118.88	118.89	118.74	118.77	118.77	118.76	118.89	118.87	118.81	118.46	119.06	118.97	خدمات النقل
Communications	98.16	98.20	98.20	98.20	98.19	98.13	98.12	98.18	98.47	98.47	98.49	96.90	98.38	الاتصالات
Recreation and culture	114.33	114.39	114.32	114.32	114.23	114.20	114.20	114.21	114.22	114.22	114.22	114.88	114.51	الترويح والثقافة
Education	133.60	136.92	136.92	136.92	136.92	131.94	131.94	131.94	131.94	131.94	131.94	131.94	131.94	التعليم
Restaurants and hotels	131.82	134.55	134.80	134.82	130.81	130.52	130.52	130.51	130.52	130.59	130.55	131.91	131.76	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	121.88	123.06	123.44	123.02	123.42	122.64	122.23	121.63	120.83	120.86	120.47	121.01	119.95	سلع وخدمات متنوعة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 2: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك في الدولة حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2007-2011

Table 2: Yearly Consumer Price Indices in the UAE by Major Groups of Expenditure, 2007-2011

Major Groups of Expenditure	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E					مجموعات الإنفاق الرئيسية
	2011	2010	2009	2008	2007	
All items of consumer price index	116.01	115.00	114.00	112.25	100.00	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	129.60	122.42	117.20	116.27	100.00	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	118.73	116.23	114.78	103.72	100.00	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	106.38	108.40	114.06	119.77	100.00	الملابس والأحذية
Housing	110.80	113.56	113.90	113.43	100.00	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	123.14	118.86	113.56	106.97	100.00	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	105.75	105.26	106.18	107.77	100.00	خدمات الصحة
Transportation	118.82	114.54	110.79	105.74	100.00	خدمات النقل
Communications	98.16	98.12	104.15	100.96	100.00	الاتصالات
Recreation and culture	114.33	109.33	104.40	105.24	100.00	الترويح والثقافة
Education	133.60	128.89	119.25	108.55	100.00	التعليم
Restaurants and hotels	131.82	130.84	129.70	123.68	100.00	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	121.88	117.31	115.68	112.06	100.00	سلع وخدمات متنوعة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 3: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2010-2011

Table 3: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Major Groups of Expenditure, 2010-2011

Major Groups of Expenditure	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات الإنفاق الرئيسية
	نسبة التغير %	2011	2010	
All items of consumer price index	0.88	116.01	115.00	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	5.87	129.60	122.42	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	2.15	118.73	116.23	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	-1.87	106.38	108.40	الملابس والأحذية
Housing	-2.43	110.80	113.56	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	3.60	123.14	118.86	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	0.46	105.75	105.26	خدمات الصحة
Transportation	3.74	118.82	114.54	خدمات النقل
Communications	0.04	98.16	98.12	الاتصالات
Recreation and culture	4.57	114.33	109.33	الترويح والثقافة
Education	3.65	133.60	128.89	التعليم
Restaurants and hotels	0.75	131.82	130.84	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	3.90	121.88	117.31	سلع وخدمات متنوعة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 4 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية 2010-2011

Table 4: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Food and Non-Alcoholic Beverages Groups, 2010-2011

Food and Non-Alcoholic Beverages Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية
	نسبة التغير %	2011	2010	
Food and non-alcoholic beverages groups	5.87	129.60	122.42	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Cereals and their products	-3.36	126.67	131.07	الحبوب ومنتجاتها
Meat & poultry	16.32	133.12	114.44	اللحوم والدواجن
Fish	10.96	150.59	135.72	الأسماك
Milk products and eggs	-2.30	109.57	112.15	منتجات الألبان والبيض
Oils and fats	3.66	122.77	118.43	الزيوت والدهون
Fruits	1.33	136.49	134.70	الفواكه
Vegetables	8.30	134.23	123.95	الخضروات
Dried and tinned pulses	3.71	133.29	128.52	البقول الجافة والمعلبة
Sugar and sugar products	0.21	128.43	128.16	السكر ومنتجاته
Spices	-0.37	148.12	148.68	التوابل
Nuts	3.18	123.26	119.46	المكسرات
Tea, coffee and cocoa	6.32	118.54	111.50	الشاي والبن والكاكاو
Beverages and soft drinks	11.59	118.96	106.60	المشروبات والمرطبات

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 5: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ 2010-2011

Table 5: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Alcoholic Beverages & Tobacco Groups, 2010-2011

Alcoholic Beverages and Tobacco Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ
	نسبة التغير %	2011	2010	
Alcoholic beverages & tobacco	2.15	118.73	116.23	المشروبات الكحولية والتبغ
Alcoholic beverages	0.68	121.99	121.17	المشروبات الكحولية
Tobacco and its products	4.19	120.06	115.24	التبغ ومنتجاته
Cigar	9.07	123.04	112.81	السيجار
Cigarettes	1.16	117.07	115.73	السجائر

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 6: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الملابس والأحذية 2010-2011

Table 6: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Textiles, Clothing & Footwear Groups, 2009-2010

Textiles, Clothing & Footwear Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات الملابس والأحذية
	نسبة التغير %	2011	2010	
Textiles, clothing & footwear	-1.87	106.37	108.4	الملابس والأحذية
Men's clothing	-1.57	106.97	108.68	الملابس الرجالية
Clothing accessories	-27.48	78.64	108.43	لواحق الملابس
Women's clothing	-6.89	102.43	110.01	الملابس النسائية
Fabrics and tailoring expenses	-16.85	97.58	117.36	الأقمشة ومصاريف التفصيل
boys and girls clothing	0.94	111.74	110.70	الملابس البناتية والولادية
Footwear	-5.07	85.19	89.74	الأحذية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 7: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن 2010-2011
Table 7: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Housing Groups, 2010-2011

Housing Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات السكن
	نسبة التغير %	2011	2010	
Housing	-2.43	110.80	113.56	السكن
House Rent	-3.14	110.37	113.95	الإيجارات
Value of housing maintenance	11.51	140.03	125.57	قيمة صيانة المسكن
Value of water consumption	7.69	108.20	100.47	قيمة استهلاك المياه
Value of electricity consumption	-4.31	102.08	106.68	قيمة استهلاك الكهرباء
Value of gas consumption	17.96	182.67	154.85	قيمة استهلاك الغاز
Liquid fuel	0.29	124.90	124.54	الوقود السائل
Dry or solid fuel	2.79	122.52	119.19	الوقود الجاف أو الصلب

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 8: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية 2010-2011
Table 8: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Furniture and household goods Groups, 2010-2011

Furniture and household goods Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية
	نسبة التغير %	2011	2010	
Furniture and household goods	3.60	123.14	118.86	التجهيزات والمعدات المنزلية
Furniture, carpets and bedspreads	-9.57	97.32	107.62	الأثاث والسجاد والمفارش
Tools and electrical equipment	-3.14	104.88	108.28	الأدوات والتجهيزات الكهربائية
Utensils and household equipment	-8.39	136.52	149.02	الأواني والأدوات المنزلية
Small tools and miscellaneous accessories	26.80	147.38	116.23	الأدوات الصغيرة واللواحق المتنوعة
Household cleaning materials	0.16	123.39	123.20	مواد النظافة المنزلية
Household Services	8.75	126.44	116.26	الخدمات المنزلية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 9: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات 2010-2011

Table 9: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Transportation and Communications Groups, 2010-2011

Transportation and Communications Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات النقل والاتصالات
	نسبة التغير %	2011	2010	
Transportation	3.74	118.82	114.54	النقل
Private cars	-4.21	101.03	105.47	السيارات الخاصة
Motorcycles	-17.83	82.80	100.76	الدراجات النارية
Tires	6.73	126.62	118.64	الإطارات
Spare parts	-6.37	111.17	118.73	قطع الغيار
Batteries	2.30	160.19	156.58	بطاريات
Maintenance and repair services	-1.56	125.42	127.41	خدمات صيانة وتصليح
Gasoline	10.42	124.04	112.34	البنزين
Diesel	4.05	133.17	127.99	الديزل
Oils	5.18	123.42	117.35	الزيوت
Driving lessons expenses	-4.99	108.38	114.07	نفقات تعليم قيادة السيارات
Registration fees of personal transport	4.05	101.77	97.81	مصاريف تسجيل وسائل النقل الشخصية
Bus transport	-0.42	128.17	128.71	النقل بالحافلات
Taxi transport	-6.36	107.95	115.28	النقل بسيارات الأجرة
Air transport	11.13	102.52	92.25	النقل الجوي
Communications	0.04	98.16	98.12	الاتصالات
Expenses of fixed line services	-0.45	113.02	113.53	نفقات خدمات الهواتف الثابتة
Purchase of mobile phones	-16.02	66.92	79.68	شراء أجهزة الهواتف النقالة
Expenses of mobile services	-0.13	89.18	89.30	نفقات خدمات الهواتف النقالة
Expenses of home Internet	3.34	109.53	105.99	مصاريف الإنترنت داخل المنزل
Fees for postal services	0.40	123.43	122.94	رسوم خدمات بريدية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 10 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم 2010-2011
Table 10: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Medical Care and Education Groups, 2010-2011

Medical Care and Education Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات خدمات الصحة والتعليم
	نسبة التغير %	2011	2010	
Medical care	0.46	105.75	105.26	الصحة
Medicines and vitamins	1.21	104.69	103.44	أدوية وفيتامينات
Other pharmaceutical products	3.71	110.24	106.30	منتجات صيدلانية أخرى
Eyeglasses and contact lenses	2.17	127.70	124.99	النظارات الطبية والعدسات اللاصقة
Doctors fees	17.65	111.83	95.06	مصاريف أطباء
Dentists fees	-19.42	82.48	102.35	مصاريف أطباء الأسنان
Expenses of medical tests and X-ray	-0.64	114.96	115.70	مصاريف التحاليل الطبية والأشعة
Costs of hospitalization at government hospitals	0.69	64.65	64.21	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الحكومية
Costs of hospitalization at private hospitals	-11.86	95.21	108.02	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الخاصة
Education	3.65	133.60	128.89	التعليم
Education fees within the State	3.45	133.37	128.93	رسوم التعليم داخل الدولة
Tutorial fees	17.70	149.13	126.71	دروس خصوصية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 11 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المطاعم والفنادق 2010-2011

Table 11: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Restaurants and Hotels Groups, 2010-2011

Restaurants and Hotels Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات المطاعم والفنادق
	نسبة التغير %	2011	2010	
Restaurants and hotels	0.75	131.82	130.84	المطاعم والفنادق
Meals in restaurants	1.06	135.91	134.48	وجبات داخل المطاعم
Meals and carryout restaurants	0.15	128.40	128.21	وجبات وطلبات خارجية من المطاعم
Expenditure on fresh juices	4.14	145.45	139.66	الإنفاق على العصائر الطازجة
Expenditure on hot and cold beverages	1.85	111.81	109.78	الإنفاق على المشروبات الساخنة والباردة
Expenses of hotel	2.81	114.12	111.00	نفقات خاصة بالفنادق

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 12 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويج والثقافة 2010-2011

Table 12: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Recreation and Culture Groups, 2010-2011

Recreation and Culture Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات الترويج والثقافة
	نسبة التغير %	2011	2010	
Recreation and culture	4.57	114.33	109.33	الترويج والثقافة
TVs	1.92	118.78	116.55	أجهزة التلفزيون
Reader (D.V.D)	-4.66	161.80	169.71	قارئة أقراص (D.V.D)
Receivers	69.40	97.37	57.48	أجهزة الاستقبال
Cameras and display images machinery	-18.16	90.48	110.55	كاميرات وآلات عرض الصور
Camcorders	-11.55	141.57	160.06	كاميرات الفيديو
Movies & photography supplies	3.68	160.32	154.63	أفلام ومستلزمات التصوير
Acidification of movies and extracting images	4.36	111.06	106.42	تحميض أفلام واستخراج الصور
Flowers and plants	26.08	107.13	84.97	الزهور والنباتات
Toys	18.99	105.64	88.78	ألعاب الأطفال
Expenditure on theaters, cinemas and concerts	-3.34	116.32	120.34	الإنفاق على المسارح ودور السينما والحفلات
Expenditure on the clubs	-1.11	114.65	115.94	الإنفاق على النوادي
Expenditure on museums and zoos	12.74	133.12	118.07	الإنفاق على المتاحف وحدائق الحيوان
Subscribe to satellite channels	0.69	111.95	111.19	الاشتراك في القنوات الفضائية
Expenditure on books	11.65	119.78	107.28	الإنفاق على الكتب
Expenditure on newspapers	0.00	100.00	100.00	الإنفاق على الصحف
Expenditure on magazines	-0.45	136.22	136.83	الإنفاق على المجلات
Textbooks	1.85	128.03	125.70	كتب دراسية
Pencils and liquid and dry pens	-0.23	276.43	277.07	أقلام الرصاص والحبر السائل والجاف
Rulers and erasers	25.16	177.62	141.92	المساطر والمحايات
Ink, paper and notebooks	15.34	123.38	106.97	الحبر والورق والدفاتر
Brush painting and drawing tools	35.01	255.30	189.10	فرشاة الرسم وأدوات الرسم
Computer	0.64	98.30	97.67	الحاسوب
Costs of weddings and grief	3.85	106.36	102.41	تكاليف الأفراح والأحزان

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 13 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات المتنوعة 2010-2011

Table 13: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Miscellaneous goods and Services Groups, 2010-2011

Miscellaneous goods and Services Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات السلع والخدمات المتنوعة
	نسبة التغير %	2011	2010	
Miscellaneous goods and services	3.90	121.88	117.31	السلع والخدمات المتنوعة
Men's shaving	0.95	106.18	105.18	الحلاقة الرجالية
Women's salon services	-0.96	135.60	136.92	خدمات الصالونات النسائية
Perfumes	1.60	113.14	111.36	العطور
Cosmetics	6.10	137.27	129.38	أدوات التجميل
Shaving tools and materials	5.26	110.08	104.58	أدوات ومواد الحلاقة
Electrical drying and haircutting machines	7.94	98.34	91.10	آلات تجفيف وحلاقة الشعر الكهربائية
Fresheners and body odor remover	-2.07	109.13	111.44	معطرات الجسم ومزيل الرائحة
Hair or body oils	7.41	117.37	109.28	زيوت الشعر أو الجسم
Oud & Incense	24.02	95.75	77.20	العود والبخور
Creams of all kinds	0.57	102.63	102.05	الكريمات بأنواعها
Powder	-3.80	115.08	119.63	بودرة
Henna	4.33	94.19	90.28	الحناء
Hair dyes	6.96	104.07	97.30	أصباغ الشعر
Accessories	-5.26	110.92	117.08	أكسسوارات
Brushes and toothpaste	7.02	142.63	133.27	فرش ومعجون الأسنان
Shampoo and toilet soap	-1.51	115.17	116.94	الشامبو وصابون الحمام
Diapers	7.88	171.93	159.37	حفاضات الأطفال
Tissues	-0.17	119.54	119.74	المحارم الورقية
Women's towels	-12.00	95.79	108.85	الفوط النسائية
Toilet tissues	3.04	199.77	193.87	محارم التواليت
Gems and jewelry	31.03	234.46	178.94	الأحجار الكريمة والمصوغات
Watches	-12.94	115.27	132.40	ساعات اليد
Clothing and hand bags and similar	16.14	102.98	88.67	حقائب الملابس واليد وما شابهها
School bags	0.76	66.93	66.43	حقائب مدرسية
Sunglasses	-6.45	115.20	123.14	النظارات الشمسية

Source: National Bureau of Statistics.
Cont'd.\...

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.
... يتبع /

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

تابع/ جدول 13 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات المتنوعة 2010-2011

Cont'd./ Table 13: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Miscellaneous goods and Services Groups, 2010-2011

Miscellaneous goods and Services Groups	دولة الإمارات العربية المتحدة U.A.E			مجموعات السلع والخدمات المتنوعة
	نسبة التغير %	2011	2010	
Fees for issuing and renewal of passport	-2.69	97.71	100.41	رسوم استخراج وتجديد جواز السفر
Other expenditures	4.28	104.28	100.00	نفقات أخرى
Fees for issuing health cards	11.08	108.79	97.94	رسوم استخراج البطاقات الصحية
Health insurance	-3.51	100.97	104.65	التأمين الصحي
Cost of insurance services	-1.49	113.15	114.86	تكلفة خدمات التأمين
Office costs to bring employment	38.27	135.67	98.12	تكاليف مكاتب جلب العمالة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك
المنشورة السنوية
2011

الخرائط



Percent Changes

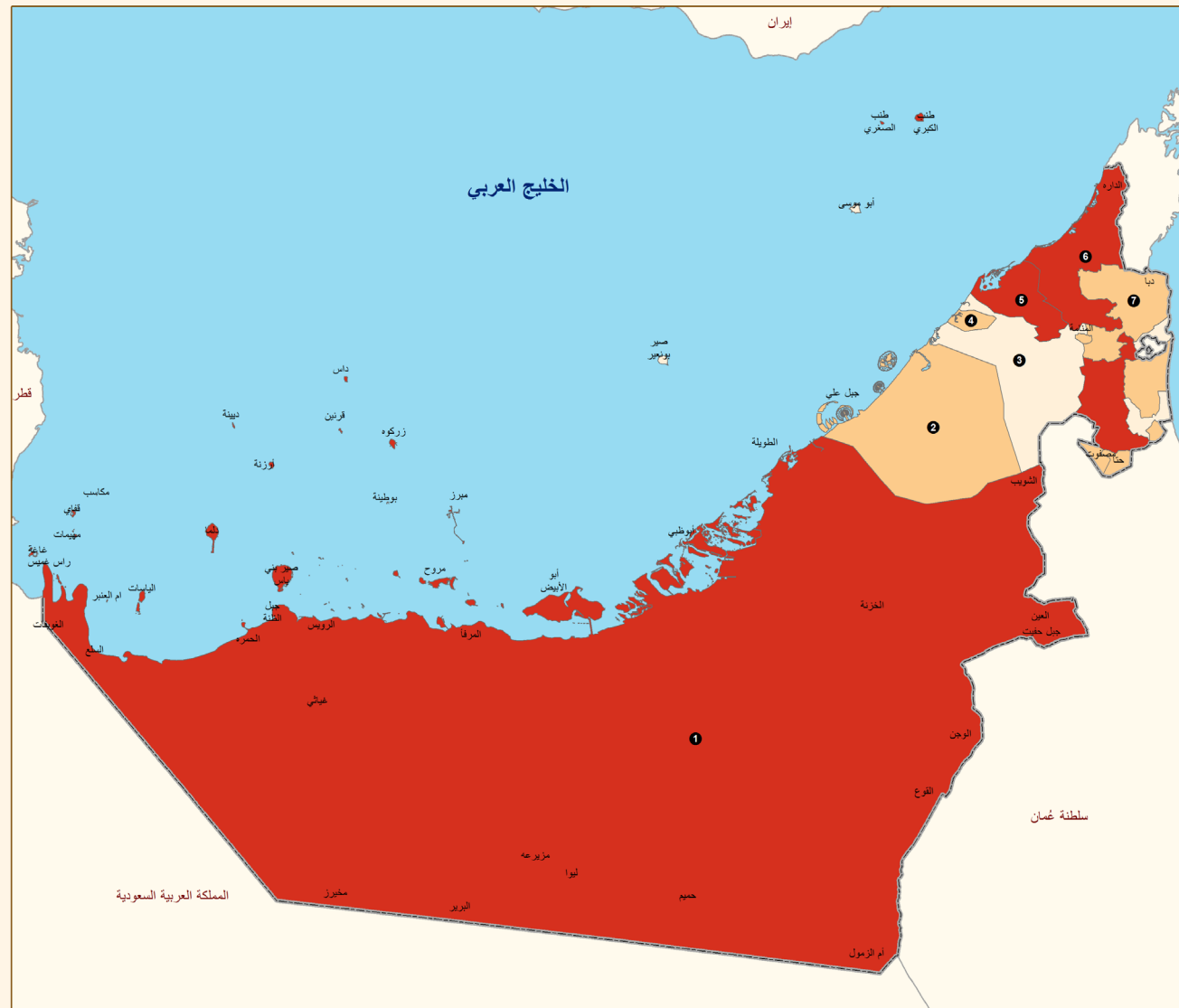
3.00% – 3.53%

5.29%

0.88%

Source: National Bureau of Statistics





Legend

دليل الخريطة

نسبة التغير

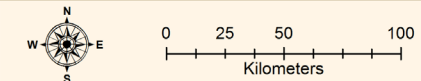
Percent Changes

- 0.76-%
- 0.75-% - 1.47%
- 1.48% - 3.06%

إجمالي معدل التضخم
Total inflation rate

0.88%

الرمز ID	Emirates	معدل التضخم % inflation rate	الإمارة
1	Abu Dhabi	3.06	أبوظبي
2	Dubai	0.55	دبي
3	Sharjah	0.76-	الشارقة
4	Ajman	1.47	عجمان
5	Umm Al Quwain	2.15	أم القيوين
6	Ras Al Khaimah	2.20	رأس الخيمة
7	Fujairah	0.88	الفجيرة



المصدر: المركز الوطني للإحصاء
Source: National Bureau of Statistics



UNITED ARAB EMIRATES دولة الإمارات العربية المتحدة
NATIONAL BUREAU OF STATISTICS المركز الوطني للإحصاء

This map is not Considered as reference for the political boundaries

لا تعتبر هذه الخريطة مرجعاً للحدود السياسية

Inflation Rate during 2011 Compared with the base year 2007

معدل التضخم خلال عام 2011 مقارنة بعام الأساس 2007



Legend

دليل الخريطة

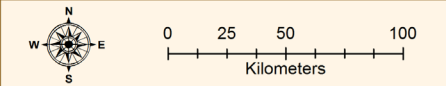
نسبة التغير Percent Changes

- 14.61% - 16.47%
- 17.41% - 18.82%
- 21.57%

إجمالي معدل التضخم Total inflation rate

16.01%

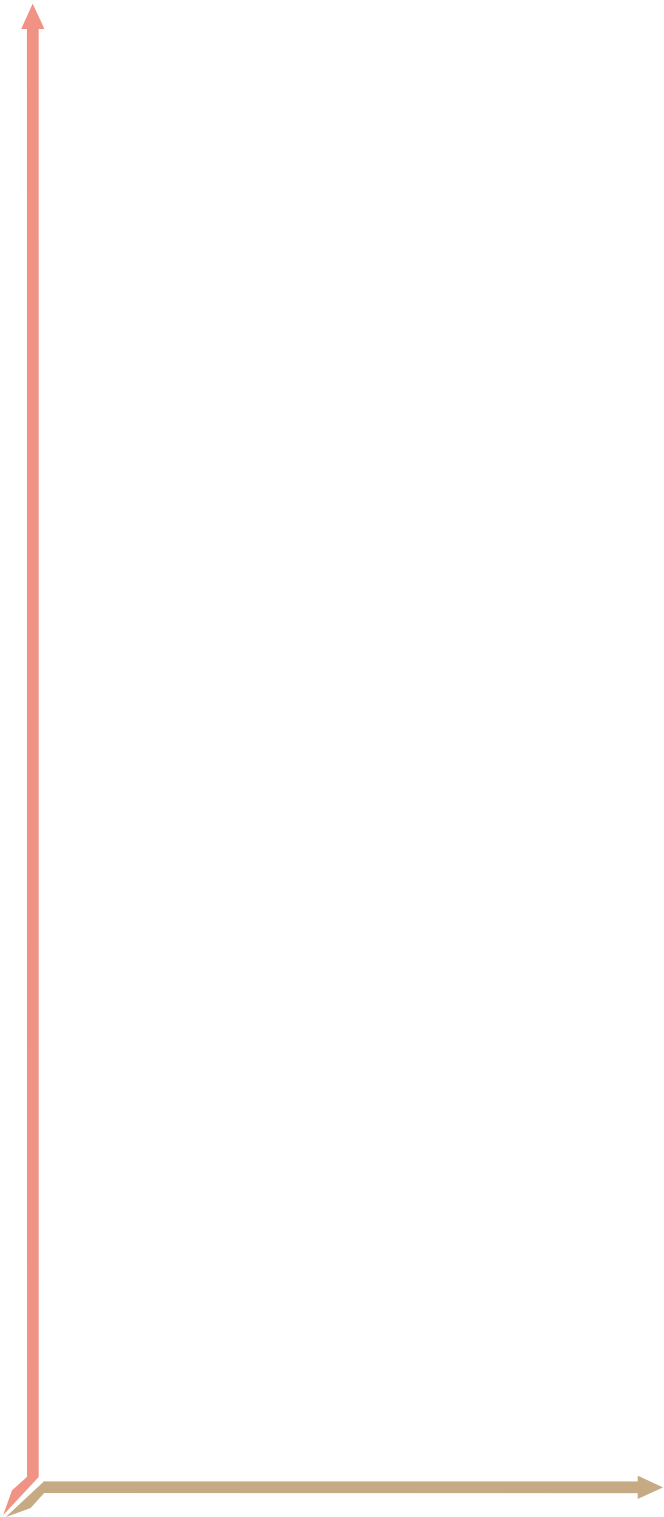
الرمز ID	Emirates	معدل التضخم % inflation rate	الإمارة
1	Abu Dhabi	21.57	أبوظبي
2	Dubai	16.47	دبي
3	Sharjah	14.61	الشارقة
4	Ajman	18.07	عجمان
5	Umm Al Quwain	18.82	أم القيوين
6	Ras Al Khaimah	17.41	رأس الخيمة
7	Fujairah	17.48	الفجيرة



المصدر: المركز الوطني للإحصاء
Source: National Bureau of Statistics



دولة الإمارات العربية المتحدة
NATIONAL BUREAU OF STATISTICS
المركز الوطني للإحصاء



Maps

processing and entry. The procedures included the following:

- a. A survey questionnaire entry program was equipped with a screen for every page of the questionnaire.
- b. The program was fed with a list of reference provisions of automatic editing of the questionnaire regarding data editing and logic.
- c. The effectiveness of the program was checked through entering two experimental questionnaires, one of them was wrong and the other was correct.
- d. The data entry staff was selected from specialized team in computer programming; they were fully trained on the entry program.
- e. Reentry was carried out for 20% of the entered questionnaires to ensure that the data entry staff entered questionnaires correctly and in accordance with the questionnaires provisions. The result of the reentry was 100% consistency.
- f. The files of the entered data were received, examined, and reviewed by project administration before findings were extracted. The project administration carried out many checks showing data logic and coherence. An example of these checks was comparing the data of current month with the data of previous month, comparing the data of the sources, and comparing data between emirates.

5.1.3 Other technical remarks

There are some important technical remarks that must be taken into consideration upon reviewing this report; they are as follows:

1. Data is collected from all emirates; and the data sources were distributed among those emirates.
2. Some price values and price indices in the tables contain decimals, which do not appear in the tables; hence, careful dealing was required when values are computed manually.
3. Data classification was in accordance with international recommendations using approved classifications. The recommendations of national accounts concerning classification of consumer groups were adopted using (COICOP).

Chapter Five

Data Quality

5.1 Data accuracy

5.1.1 Statistical errors

The findings of the survey are affected by statistical errors due to using sampling in conducting the survey, rather than using comprehensive enumeration for the units of the target population, which increases the chances of having variations from the real values we expect to obtain from the data, had we conducted the survey using comprehensive enumeration.

5.1.2 Non-statistical errors

Non-statistical errors are probable in all stages of conducting the project during data collection or data entry. The non-statistical errors can be summarized in the following:

- Non-response errors: The selected sources of this year showed major cooperation with interviewers; not a single case of non-response was reported this year.
- Response errors (respondent), interviewing errors (interviewer), and data entry errors: To avoid this type of error and reduce their effect, the project administration has adopted a number of procedures that ensured their reduction to the lowest level. The procedures include:
 1. With respect to respondents: More than one visit was paid to every source to explain the survey objectives and data confidentiality. However, the visits to data sources contributed to empowering relations, cooperation, and verification of data accuracy.
 2. Interviewer's errors: A number of procedures were taken to empower data accuracy throughout the process of field data compilation. These procedures included:
 - a. Interviewers were selected based on educational qualification, competence, and assessment, and they were trained in theory and in practice on the questionnaire.
 - b. Also, meetings were held to remind interviewers of instructions and explanatory circulars were handed out about the survey.
 3. Data entry errors: A number of procedures were taken to verify data quality and consistency and empower data accuracy throughout

4.4 Weighting system

The CPI weights reflect the relative significance of goods and services in the consumer basket. Data on household Income and expenditure of goods and services represented in the consumer basket was collected through the emirates Income and expenditure Survey, which was carried out during the year 2007.

The value of consumption of each item of goods and services in the consumer basket reflects the relative significance of that item in the total of emirate consumption patterns in that period. The overall value of the consumer basket is assumed to be one hundred thousand points (100,000). The relative significance of each item in the consumer basket is determined on the basis of assigning that item a relative weight (out of the total weight of 100,000 points), which is directly proportional to the relative size of that item in terms of the overall value of the basket. Weights of various items in the consumer basket have been calculated for each emirate and the overall UAE separately. This approach has allowed us to produce a CPI for each of the emirate separately. Therefore, all item indices representing the UAE are not calculated on the basis of weighted average for the seven emirates as it may look for some readers.

Major Groups of Expenditure	Weights
Food and non- alcoholic beverages	13,936
Alcoholic beverages and tobacco	218
Textiles, clothing and footwear	7,580
Housing	39,334
Furniture and household goods	4,208
Medical care	1,124
Transportation	9,941
Communications	6,932
Recreation and culture	3,067
Education	4,004
Restaurant and hotels	4,348
Miscellaneous goods and services	5,308
General Consumer Price Index	100.000

Chapter Four

Methodology

4.1 Data collection

Price data are collected through personal interviews, by a team of researchers, from shops and retail outlets such as grocery stores, hypermarkets, supermarkets, fabrics and clothing shops, restaurants, public service institutions, private schools, doctors and others. It should be noted here that there is a coordination and a cooperation in the data collection mechanism between the different emirates, where the National Bureau of Statistics collects prices data from the northern five Emirates only, while each of the Statistics Centre - Abu Dhabi, and Dubai Statistics Center, collects data from the emirates of Abu Dhabi and Dubai, and provides them to the National Bureau of Statistics on a monthly basis.

The interviewers were provided with questionnaires that included all required items and data sources along with detailed descriptions of goods and outlets, and the methodology was set to collect prices that cover all prices of goods and services according to its market cycling and alternation.

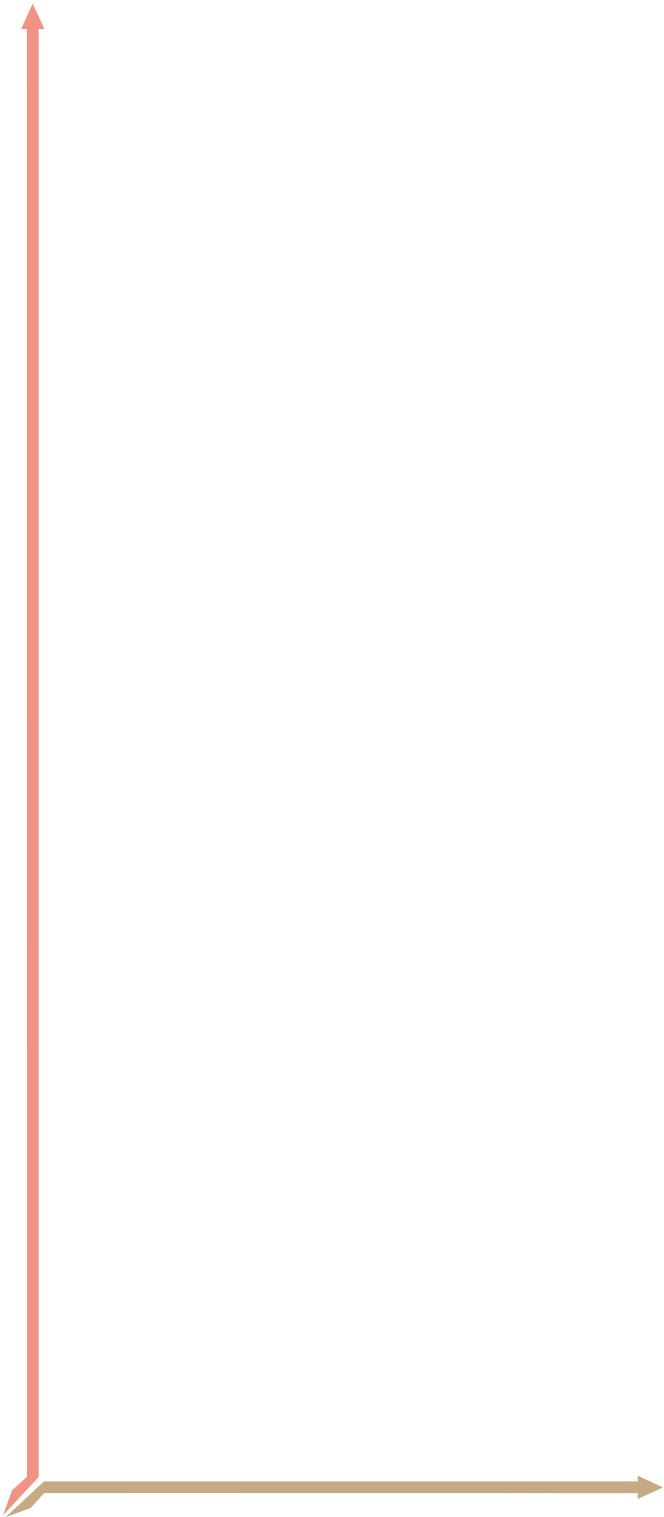
4.2 Editing and reviewing of data

By the end of data collection in all emirates, data are edited according to the following process:

- Logical revision to prices by comparing prices of goods and services with others in different sources and other emirates. Whenever a mistake is detected, it should be returned to the field for correction.
- Arithmetic revision of average of items prices in the emirates and the general average in all emirates.
- Field revision of a sample of collected items prices.

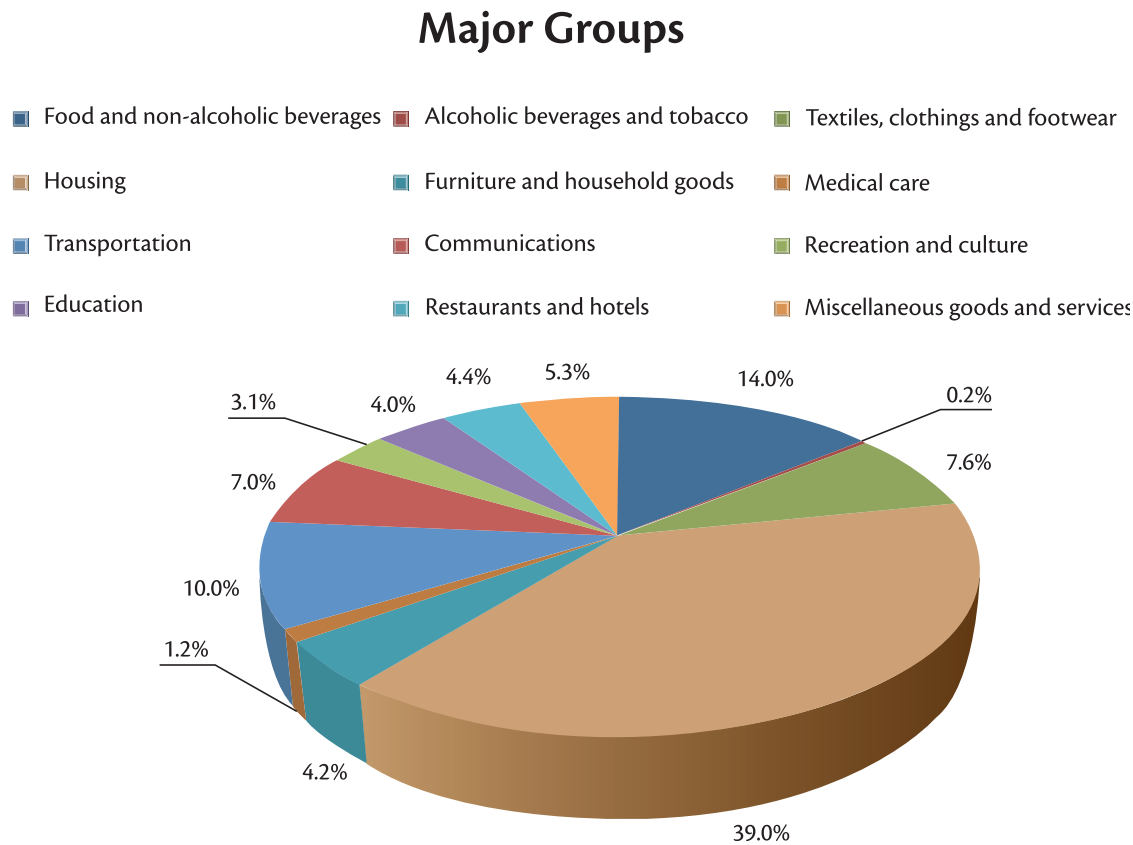
4.3 Calculation of price indices

The price indices are calculated using Laspeyres Equation. This equation applies weighting through base-period quantities. According to this equation, the index for each commodity is calculated first, then for each group until it becomes possible to calculate the general price index.



plays a pivotal role in influencing the movement of the general index of consumer prices in the UAE, in addition to other commodity groups, such as clothing, footwear.

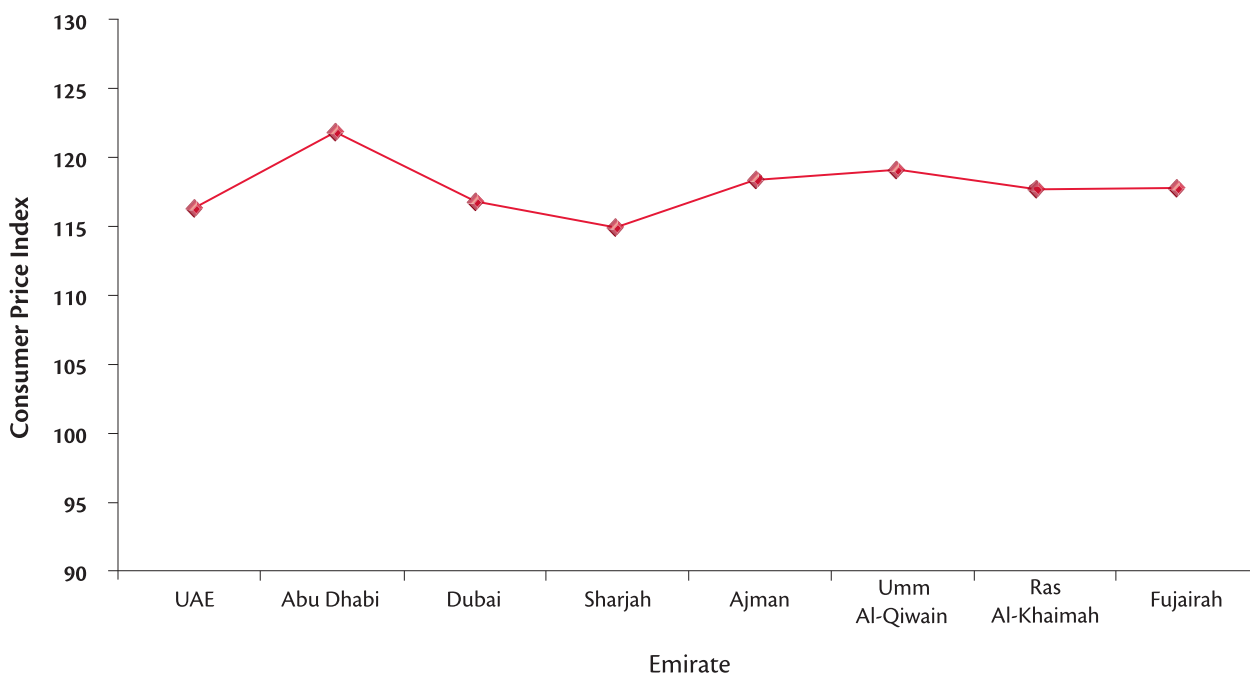
Figure3: The relative importance of major groups of expenditure within the consumer basket for the year 2007



Fujairah, a stable increase of 3.00%, resulting primarily from prices increase in food and non-alcoholic beverages, education, and housing, prices in **Sharjah** recorded an increase of 1.66% during the year 2011, resulted primarily from prices increase in food and non-alcoholic beverages, education, and transport services.

Prices in **Abu Dhabi** has been recorded an increase by 1.88% in 2011 compared with 2010, while **Dubai** has seen an increase of 0.52%.

Figure 2: Consumer price index by emirate, for the year 2011



3.3 The Consumer Price Index by main groups during 2011 (Base year 2007 = 100)

Average index of consumer prices at the state level for 2011 was 116.01.00, compared with 115.00 in 2010, and therefore the rate of general inflation of consumer prices for 2011 (0.88%), which is the same rate recorded in 2010.

The inflation in consumer prices in 2011 compared to 2010, is due to the rise in the prices of each of education by 3.65%, recreation and culture by 4.57%, food and non-alcoholic beverages by 5.87%, health care by 0.46%, furniture and household goods by 3.60%, transportation by 3.74%, alcoholic beverages and tobacco by 2.15%, miscellaneous goods and services by 3.90%, restaurants and hotels by 0.75%, and communications by 0.04%. In contrast, the following groups reduced, housing by 2.43%, and clothing and footwear by 1.87%.

The decline in some major groups making up the consumer basket, which has a high relatively importance compared to other commodity groups, as a group of housing, which accounts for approximately 38% of the consumer basket, which

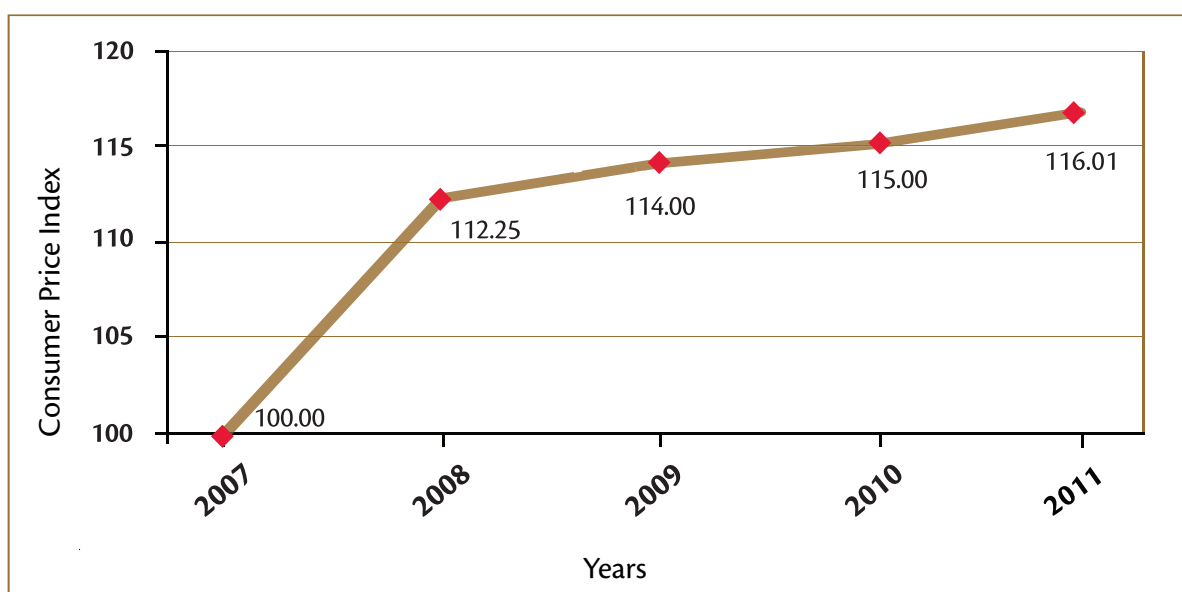
Chapter Three

Main Findings

3.1 The Consumer Price Index during 2011: (Base year 2007 = 100)

The annual consumer price index in the United Arab Emirates for 2011 increased by 0.88% compared with the previous year, and it is the same percentage change in the prices reported in 2010. The growth in CPI 2011 was due to the increase in the prices of education, recreation and culture, food and non- alcoholic beverages items, furniture and household goods, transportation, communications, medical care, alcoholic beverages and tobacco, miscellaneous goods and services, and restaurants and hotels.

Figure1: Consumer price index in the UAE for the period, 2007-2011



3.2 The Consumer Price Index by emirate during 2011: (Base year 2007 = 100)

Prices reported in **Ras Al-Khaimah** have shown an increase of 3.04%, resulting mainly from prices increase in food and non-alcoholic beverages, Textiles, clothing and footwear, Furniture and household goods, Recreation and culture, and education, while prices in **Umm Al- Qiwain** reported a rise of 5.29%, due to the high prices of food and non-alcoholic beverages, recreation and culture, transport services, and education, and prices in **Ajman** reported an increase of 3.53%, resulting mainly from prices increase in food and non-alcoholic beverages, transport services, and furniture and household goods, as recorded prices in

The base time:

Refers to the period with which the current period is compared.

Consumer basket:

The categories of classified goods and services used by the consumer.

Weights:

They reflect the relative weights of commodities and services within the consumer basket or in the economy.

Base prices:

Refers to the prices of goods and services in a period with which current prices are compared.

Percentage change in price index:

It is the change on the index, calculated by dividing the price index of a particular period by the price index of another comparison period multiplied by one hundred then subtracting one hundred.

Chapter Two

Concepts and Terminologies

Data sources:

The data sources are the establishments which data on prices of goods and services related to the survey, are collected from, they include hypermarkets, supermarkets, groceries, cloth stores, restaurants, hospitals, public service institutions, private schools and physicians.

Inflation:

The overall general upward price movement of goods and services in economy. The inflation is calculated according to the following equation:

$$\text{Inflation rate} = \frac{P_i}{P_{i-1}} \times 100$$

where: P_i is the general price level in the comparison year.

P_{i-1} is the general level of prices of the previous year.

Price index:

It is a statistical tool used for measuring changes in prices of purchased goods and services during different temporal intervals.

Purchasing power of money:

The value of money as measured by the quantity and quality of goods and services it can buy.

Laspeyres equation:

An equation used for calculating price indices, which measures comparative period prices in relation to base period prices multiplied by proportional weight of commodity or goods groups throughout the base year.

Consumer price index:

It is a table containing the consumer price index during the current period compared with the previous period.

Consumer price:

A price paid by a household to gain a commodity or service.

1.4 Report Structure

The report is divided into five chapters as follows:

- **Chapter One:** Comprises an introduction to the prices survey and price indices including the survey program and objectives, the use of price indices and report structure.
- **Chapter Two:** Presents the main concepts and terminologies used in the report with a brief description for each of them.
- **Chapter Three:** Presents the main findings of the prices survey.
- **Chapter Four:** Presents the methodology of the fieldwork in terms of questionnaire, sample and fieldwork data collection activities. In addition, the chapter discusses data processing and tabulation.
- **Chapter Five:** Addresses the quality of the data and findings through discussing the main remarks on the fieldwork as well as comments and remarks on the tables.
- **Statistical Tables:** Presents the main findings at the level of the United Arab Emirates.

Chapter One

Introduction

NBS has begun its activities of collecting data on the prices of consumer for establishing updated indices since the beginning of 2007. This effort has been initiated in conjunction with the launching of the first Emirates Income and Expenditure Survey, which allows for calculating the appropriate weights needed for calculating the (CPI). Price collection for thousands of commodities and services from the all emirates of the state leads to the establishment of the consumer basket (CB). This basket, once identified and proved to be stable, is studied on a regular basis.

This bulletin includes Consumer Price Indices for the year 2011.

1.1 Project Objectives

The prices survey provides mainly the following:

- Data on consumer price indices in the United Arab Emirates (UAE), and for each emirate.
- Data on prices and indices time series, to serve the policies and decision makers.
- Measuring the inflation rates in the UAE.

1.2 Coverage

Prices are collected from 250 outlets distributed among all emirates, (COICOP) used for the classification of consumer commodities. The total number of commodities included in calculating consumer price indices amounted to 1000 commodities.

The year 2007 was used as the base year in the UAE. CPI produced separate indices for the whole state, Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al-Qiwain, Ras Al- Khaimah, and Fujairah.

1.3 Uses of Price Indices

Price indices are usually used as a tool for measuring changes in prices of goods and services and monitoring price trends, market conditions and cost of living. However, the price indices do not reflect other factors affecting costs of living, e.g., quality and quantity of purchased goods. Thus, it is considered as one of many indicators which can be used for examining the costs of living. On the other hand, the price indices are widely used for measuring inflation rates and economic recession.

• Housing by	- 2.43 %.
• Furniture and household goods by	3.60 %.
• Medical care by	0.46 %.
• Transportation by	3.74 %.
• Communications by	0.04 %.
• Recreation and culture by	4.57 %.
• Education by	3.65 %.
• Restaurants and hotels by	0.75 %.
• Miscellaneous goods and services by	3.90 %.

4. Consumer price indices by major groups of expenditure during 2011 compared with 2007 as follow:

• Food and non- alcoholic beverages by	29.60 %.
• Alcoholic beverages and tobacco by	18.73 %.
• Textiles, clothing and footwear by	6.38 %.
• Housing by	10.80 %.
• Furniture and household goods by	23.14 %.
• Medical care by	5.75 %.
• Transportation by	18.82 %.
• Communications by	- 1.84 %.
• Recreation and culture by	14.33 %.
• Education by	33.60 %.
• Restaurants and hotels by	31.82 %.
• Miscellaneous goods and services by	21.88 %.

Executive Summary

Price Indices are usually used as a tool for measuring changes in prices of goods and services and monitoring price trends, market conditions and cost of living. However, the Price Indices do not reflect other factors affecting costs of living, e.g., quality and quantity of purchased goods. Thus, it is considered as one of many indicators which can be used for examining the costs of living. On the other hand, the Price Indices are widely used for measuring inflation rates and economic recession.

The main results (2011 compared with 2010 and the base year 2007):

1. Consumer price indices during 2011 compared with 2010 as follow:

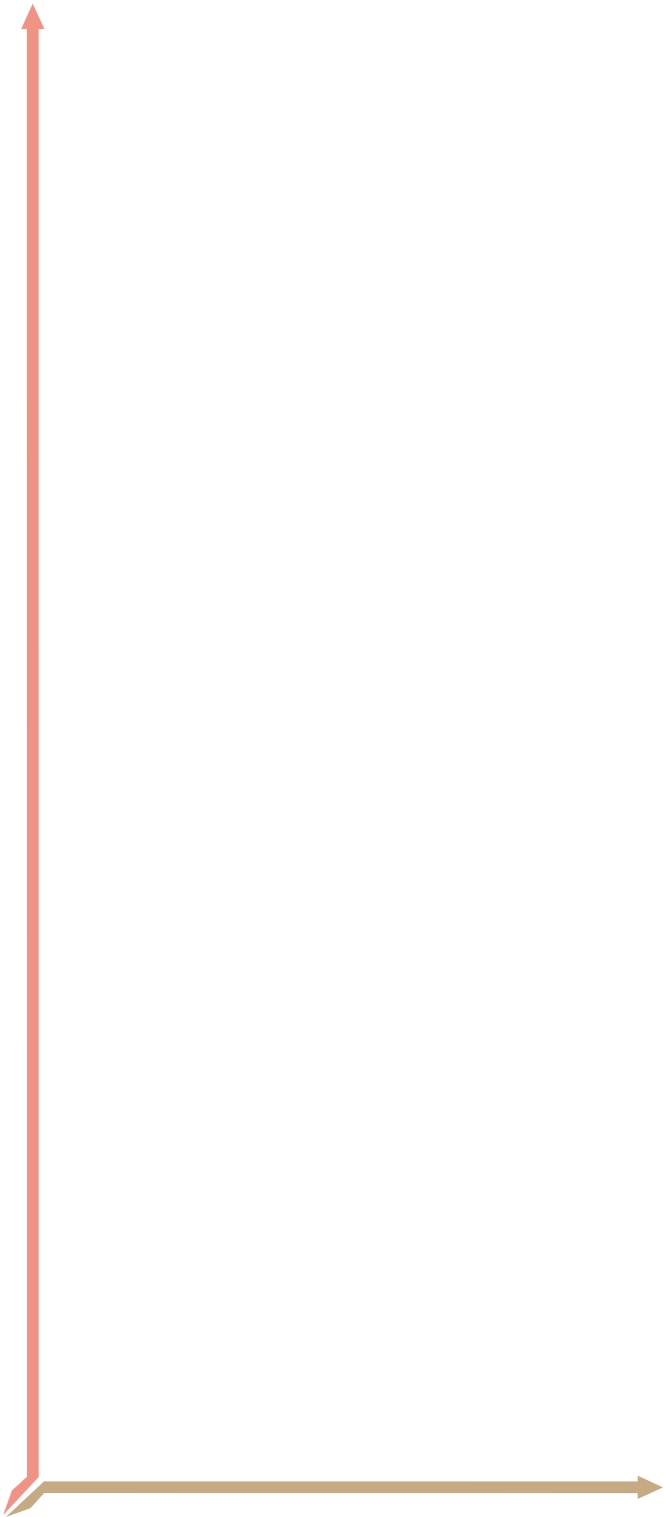
• UAE by	0.88 %.
• Abu Dhabi by	1.88 %.
• Dubai by	0.52 %.
• Sharjah by	1.66 %.
• Ajman by	3.53 %.
• Umm Al- Qiwain by	5.29 %.
• Ras Al-Khaimah by	3.04 %.
• Fujairah by	3.00 %.

2. Consumer price indices during 2011 compared with 2007 as follow:

• UAE by	16.01 %.
• Abu Dhabi by	21.57 %.
• Dubai by	16.47 %.
• Sharjah by	14.61 %.
• Ajman by	18.07 %.
• Umm Al- Qiwain by	18.82 %.
• Ras Al-Khaimah by	17.41 %.
• Fujairah by	17.48 %.

3. Consumer price indices by major groups of expenditure during 2011 compared with 2010 as follow:

• Food and non- alcoholic beverages	5.87 %.
• Alcoholic beverages and tobacco by	2.15 %.
• Textiles, clothing and footwear by	- 1.87 %.



List of Figures

Figure		Page
1	Consumer Price Index in the UAE for the Period, 2007-2011	(23)
2	Consumer Price Index by Emirate, 2011	(24)
3	The Relative Importance of Major Groups of Expenditure within the Consumer Basket for the Year, 2007	(25)

List of Maps

Figure		Page
1	Inflation Rate during 2011 compared with 2010	52
2	Inflation Rate during 2011 compared with the base year 2007	53
3	Inflation Rate during 2010 compared with 2009	54

List of Tables

Table		Page
1	Monthly Consumer Price Indices and the Annual Average in the UAE by Major Groups of Expenditure, 2011	38
2	Yearly Consumer Price Indices in the UAE by Major Groups of Expenditure, 2007 –2011	39
3	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Major Groups of Expenditure, 2010-2011	40
4	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Food and Non-Alcoholic Beverages Groups, 2010-2011	41
5	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Alcoholic Beverages & Tobacco Groups, 2010-2011	42
6	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Textiles, Clothing & Footwear Groups, 2010-2011	42
7	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Housing Groups, 2010-2011	43
8	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Furniture and Household goods Groups, 2010-2011	43
9	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Transportation and Communications Groups, 2010-2011	44
10	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Medical Care and Education Groups, 2010-2011	45
11	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Restaurants and Hotels Groups, 2010-2011	46
12	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Recreation and Culture Groups, 2010-2011	47
13	Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Miscellaneous goods and Services Groups, 2010-2011	48

Table of Contents

Subject	Page
List of Tables	(14)
List of Figures	(15)
List of Maps	(15)
Executive Summary	(17)
Chapter One	Introduction
	1.1 Project Objectives
	1.2 Coverage
	1.3 Uses of Price Indices
	1.4 Report Structure
Chapter Two	Concepts and Terminologies
Chapter Three	Main Findings
	3.1 The Consumer Price Index during 2011
	3.2 The Consumer Price Index by Emirate during 2011
	3.3 The Consumer Price Index by Main Groups during 2011
Chapter Four	Methodology
	4.1 Data Collection
	4.2 Editing and Reviewing of Data
	4.3 Calculation of Price Indices
	4.4 Weighting System
Chapter Five	Data Quality
	5.1 Data Accuracy
	Maps
	Tables

Abbreviations

EU:	European Union
ISIC – 3:	International Standard of Industrial Classification (version - 3).
AED:	Arab Emirate Dirham.
NBS:	National Bureau of Statistics.
UAE:	United Arab Emirates.
SNA93:	System of National Accounts.
WB:	World Bank.
CB:	Consumer Basket.
CPI:	Consumer Price Index.
UN:	United Nations.
COICOP:	Classification of Individual Consumption by Purpose.

Preface

The National Bureau of Statistics (NBS) is working hard to develop an appropriate frame for goods and services which enables the production of the Consumer Price Index, for the United Arab Emirates.

Price Indices are usually used as a tool for measuring changes in prices of goods and services and monitoring price trends, market conditions and standard of living. However, the Price Indices are considered one of many indicators which can be used for examining the cost of living. On the other hand, the Price Indices are widely used for measuring inflation rates and economic recession.

Therefore the National Bureau of Statistics (NBS) worked hard during the previous years to find a standard basket of consumer price index and in preparation for the monitoring, study and see the changes in their prices at regular intervals. NBS did efforts to provide the appropriate framework for goods and services, which represented the basis of a whole system of prices and indices. NBS has initiated its activities in this area in April of 2007, where it was able to collect data on thousands of goods and services during the year. After a thorough examination of these goods and services, he has installed the main groups of goods and services to be a consumer basket of whole UAE. The NBS is currently collecting consumer prices for these goods and services on a regular basis.

The NBS is pleased to issue this report for the year 2011; this report represents the consumer price indices. NBS began producing statistical reports on prices since the beginning of the year 2008 on a regular basis.

NBS produces statistical data on indices numbers that are needed by data users, decision makers, planners, and researchers. In the meantime, we encourage users of Price Indices to provide us with their comments and suggestions in order to make the necessary improvements in our work.

March 2012

Rashed Al-Suweidi
General Director

Notes to Users

1. Due to variations in prices, weights and the final detail of goods between the different emirates, the CPI has been calculated separately for each of the different emirates. Therefore, the term CPI for the whole state has been calculated by using the geometric mean of prices of goods and services weighted by the relative importance of each emirate.
2. Indices contained in this bulletin are calculated using the average prices of goods and services, the components of the consumer basket in 2007, and the weights used in constructing the index number have been derived from the data of the household income and expenditure survey in the State, which was carried out by the Bureau on 14,000 families during the period 01/04/2007 to 31/03/2008.
3. Price data were collected from the five Northern Emirates (Sharjah, Ajman, Umm Al-Quwein, Ras Al-Khaimah, and Fujairah) by the National Bureau of Statistics, while data were collected in each of the emirates of Abu Dhabi and Dubai, through the Statistics Centre - Abu Dhabi and Dubai Statistics Center.
4. Prices of goods and services are collected in **Arab Emirate Dirham (AED)**, and the monthly average exchange rate of the US \$ for the year 2011 is 3.67.

Team Work

- **Report Preparation**

Abdalafu Jomaa

- **Statistical Dissemination Standard**

Halima Al Mehrezi

Suha Abudia

- **Graphic Design**

Nesreen Tahoun

- **Maps**

Adham Makky

- **Preliminary Review**

Abdalafu Jomaa

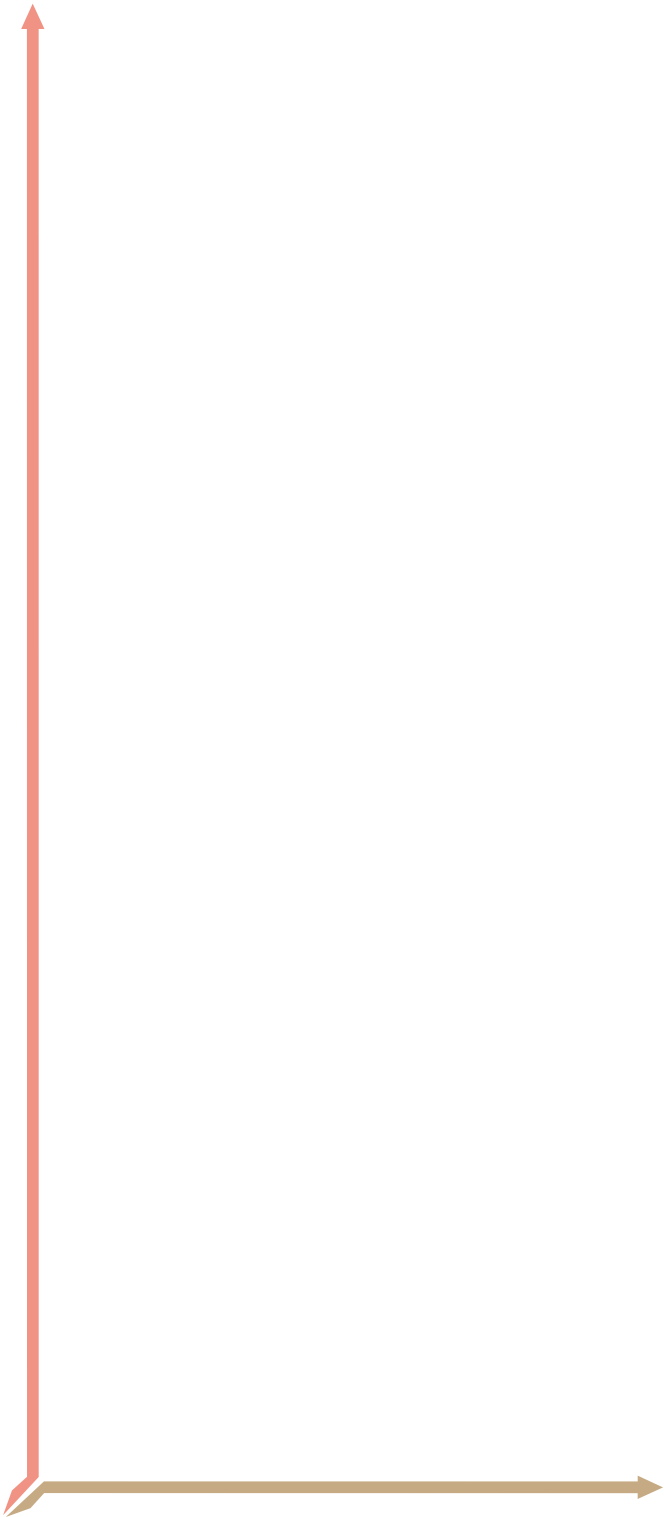
- **Final Review**

Abdulqader Al- Musawi

- **Overall Supervision**

Rashed Al-Suwaidi

Director General

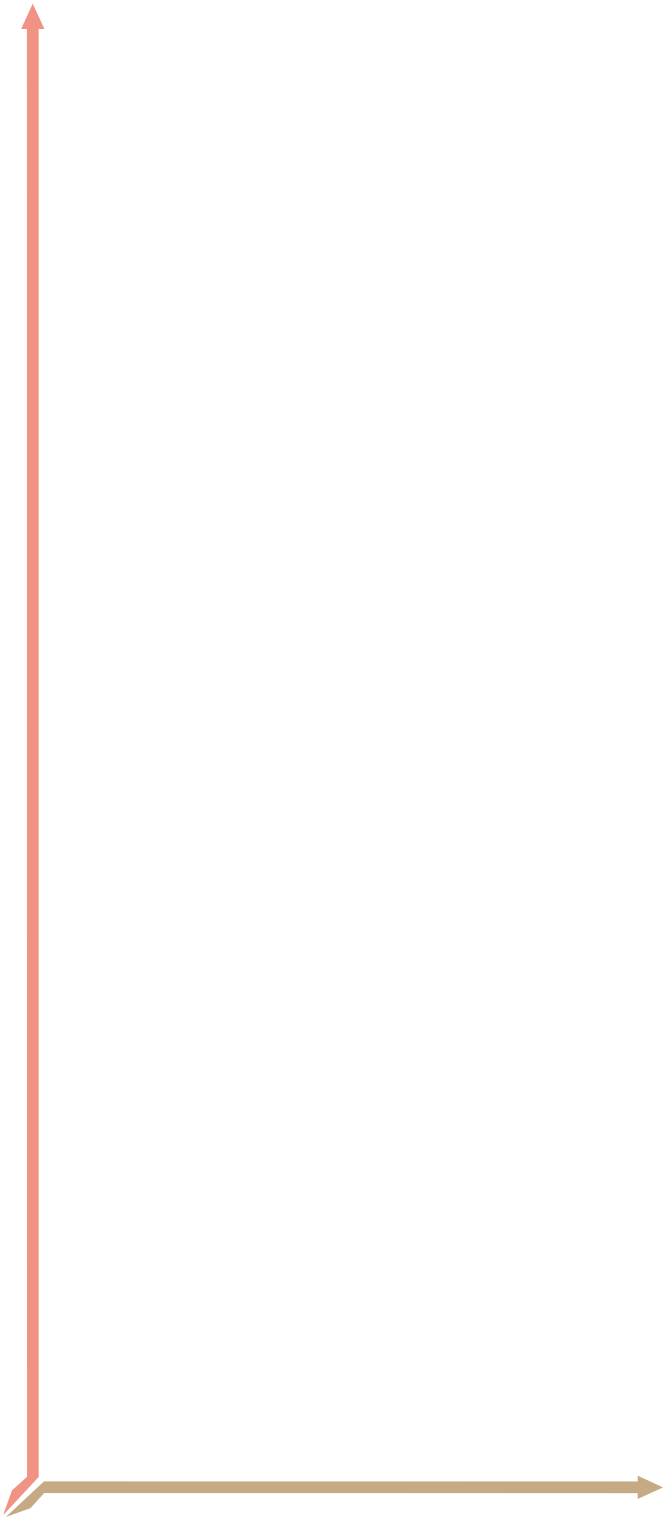


Acknowledgment

The National Bureau of Statistics (NBS) would like to thank all institutions, owners and managers who responded to the prices survey instrument. We were very grateful for their generous contribution of time and understanding during the fieldwork, and for Statistics Center - Abu Dhabi and Dubai Statistics Center, and the national team of indices, for their contribution in cooperation for the success of the survey.

The planning and implementation of the prices and indices 2011 survey, led by a technical team from the National Bureau of Statistics, and with generous financial support from the federal government of United Arab Emirates represented by The Cabinet.

On this occasion, NBS extends special thanks to those who contributed funding and the success of this survey for their valuable contribution to the implementation of this project.



Vision

Establishing a Modern and efficient National Statistical System

Mission

Providing an Up-to-Date High Quality Statistical Data and Information,
which Contribute in Decision making, Policy Design and Performance
Evaluation

Values

Credibility
Team Work
Creativity

Accuracy
Honesty
Objectivity

PAGE NUMBERS OF ENGLISH TEXT ARE PRINTED IN SQUARE BRACKETS. TABLES ARE PRINTED IN THE ARABIC ORDER (FROM RIGHT TO LEFT).

This Report has been Prepared and Printed according to the Statistical
Data Dissemination Manual and Code of Practice for UAE Official
Statistics

© March, 2012

All rights reserved.

In Case of Quotation, Please Refer to the Report as Follows:

National Bureau of Statistics, 2012. *Consumer Price Indices: Annual Bulletin, 2011*

All correspondence should be directed to:

National Bureau of Statistics - Statistical Dissemination Dept. - Information and
Data Dissemination Division.

P.O. Box 93000 Abu Dhabi, United Arab Emirates.

Tel: +971 2 5592000

Fax: +971 2 5592999

E-Mail: info@nbs.gov.ae

Web-site: www.uaestatistics.gov.ae



United Arab Emirates

United Arab Emirates National Bureau of Statistics

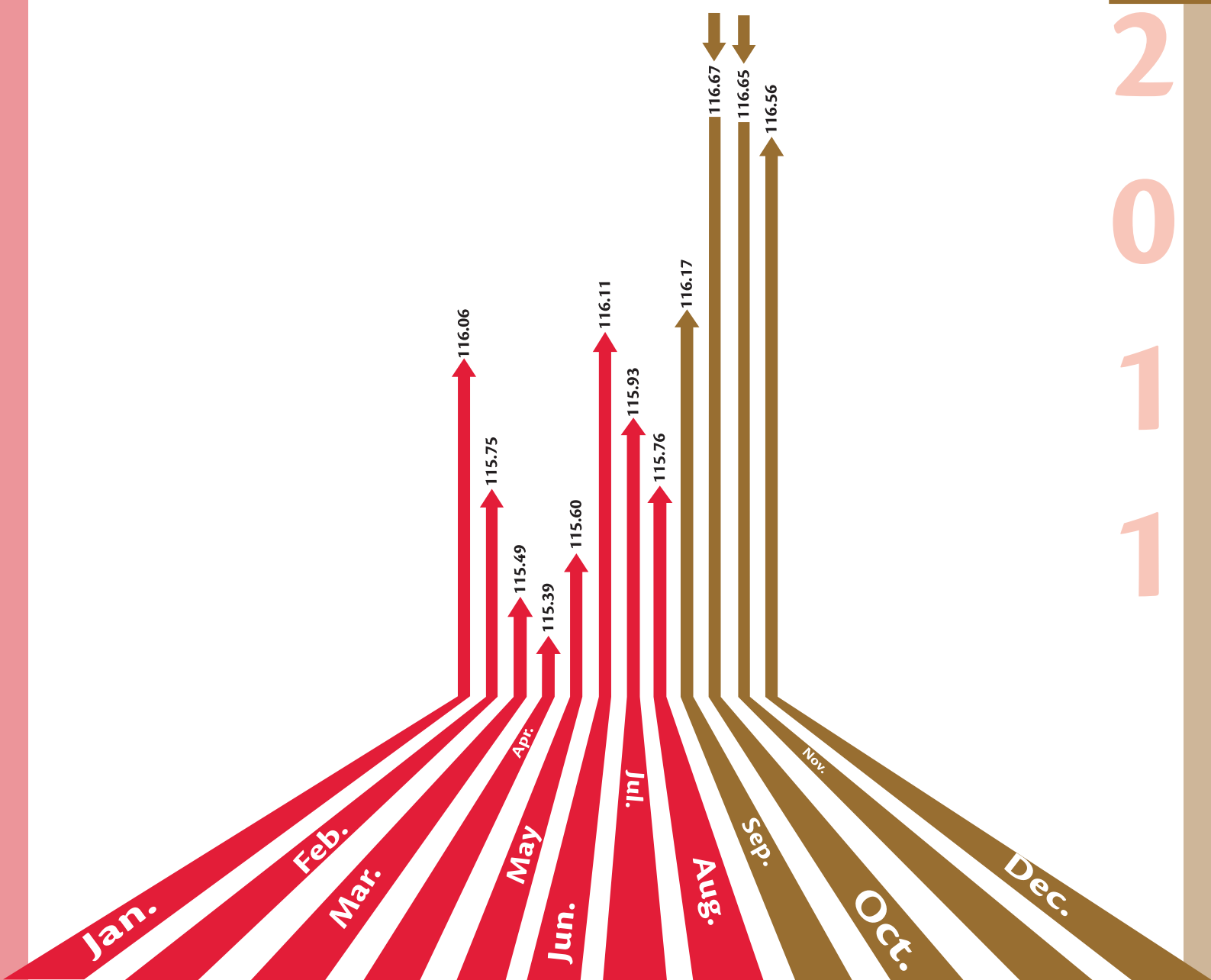
Consumer Price Indices Annual Bulletin, 2011

March, 2012



UNITED ARAB EMIRATES دولة الإمارات العربية المتحدة
NATIONAL BUREAU OF STATISTICS المركز الوطني للإحصاء

Consumer Price Indices Annual Bulletin 2011



2011