



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

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

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النشرة السنوية



مارس 2013



United Arab Emirates

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

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النشرة السنوية



مارس 2013

تم إعداد وطباعة هذا التقرير

حسب دليل نشر البيانات
الإحصائية وميثاق
الممارسات الفضلى
لإعداد الإحصاءات الرسمية في
دولة الإمارات العربية المتحدة

© ربيع الآخر، 1434هـ - مارس، 2013.

جميع الحقوق محفوظة.

في حالة الاقتباس، يرجى الإشارة إلى هذه المطبوعة كالتالي:

المركز الوطني للإحصاء، 2013. الأرقام القياسية لأسعار المستهلك:
النشرة السنوية، 2012.

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
حديثّة ذات جودة عالية، تساهم
في صنع القرارات ورسم السياسات
وتقييم الأداء

القيم

الموضوعية
الإبداع

الأمانة
العمل الجماعي

الدقة
الصدق

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، لمساهمتهم في التعاون لإنجاح المسح.

لقد تم تخطيط وتنفيذ مسح الأرقام القياسية لأسعار المستهلك 2012، بقيادة فريق فني من المركز الوطني للإحصاء، وبدعم من الحكومة الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة ممثلةً بمجلس وزرائها الموقر.

فريق العمل

إعداد التقرير



عبد العفو جمعة

نادية الجابري

الخرائط



أدهم مكي

المراجعة الأولية والنهائية



عبد العفو جمعة

علي سالم بوهارون

الإشراف العام



عبد القادر المساوي بني هاشم

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، 2007/04/01 - 2008/03/31.

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 2012.

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 ودراساتها والاطلاع على تغيرات أسعارها على فترات منتظمة، وقد قام المركز بجهود حثيثة من أجل توفير الإطار المناسب للسلع والخدمات، التي تمثل مجموعها 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 مجموعها سلة المستهلك الإماراتي، وتجدر الإشارة أنه يتم حالياً جمع أسعار المستهلك لهذه السلع والخدمات بشكل منتظم.

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 2012، 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 2013

راشد خميس السويدي
المدير العام

المختصرات

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

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	الفصل
12	قائمة الجداول	
13	قائمة الأشكال البيانية	
14	قائمة الخرائط	
15	الملخص التنفيذي	
21	مقدمة	الفصل الأول:
22	1.1: أهداف مسح الأسعار	
22	2.1: الشمول	
23	3.1: إطار الأسعار	
23	4.1: تبويب السلع والخدمات	
24	5.1: استخدامات الرقم القياسي	
25	6.1: هيكلية النشرة	
27	المفاهيم والمصطلحات	الفصل الثاني:
31	النتائج الرئيسية	الفصل الثالث:
32	1.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2012	
33	2.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2012	
34	3.3: حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2012	
37	المنهجية	الفصل الرابع:
38	1.4: اختيار العينة	
38	2.4: جمع بيانات الأسعار ومصادرها	
38	3.4: تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار	
39	4.4: طريقة حساب الرقم القياسي	
39	5.4: الأهمية النسبية للسلع والخدمات (أوزان الترجيح)	

تابع / قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	الفصل
41	جودة البيانات	الفصل الخامس:
42	1.5: دقة البيانات	
45	2.5: ملاحظات فنية أخرى	
47		الجداول
61		الخرائط

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
48	الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية، 2012	1
49	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2007 - 2012	2
50	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2011 - 2012	3
51	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية 2011 - 2012	4
52	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ 2011 - 2012	5
52	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الملابس والأحذية 2011 - 2012	6

تابع / قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
7	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن 2011 - 2012	53
8	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية 2011 - 2012	53
9	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات 2011 - 2012	54
10	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم 2011 - 2012	55
11	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المطاعم والفنادق 2011 - 2012	56
12	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويح والثقافة 2011 - 2012	57
13	الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات المتنوعة 2011 - 2012	58

قائمة الأشكال البيانية

الرقم	الشكل	الصفحة
1	الرقم القياسي لأسعار المستهلك في الدولة خلال الأعوام، 2008 - 2012	32
2	الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2012	34
3	الأهمية النسبية لمجموعات الإنفاق الرئيسية داخل سلة المستهلك لعام 2007	35

قائمة الخرائط

الرقم	الشكل	الصفحة
1	معدل التضخم خلال عام 2012 مقارنة بعام 2011	62
2	معدل التضخم خلال عام 2011 مقارنة بعام 2010	63
3	معدل التضخم خلال عام 2012 مقارنة بعام الأساس 2007	64

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.

وفيما يلي أهم النتائج (عام 2012 مقارنة بعام 2011 و عام الأساس 2007) :

حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2012
مقارنة بعام 2011 على النحو الآتي :

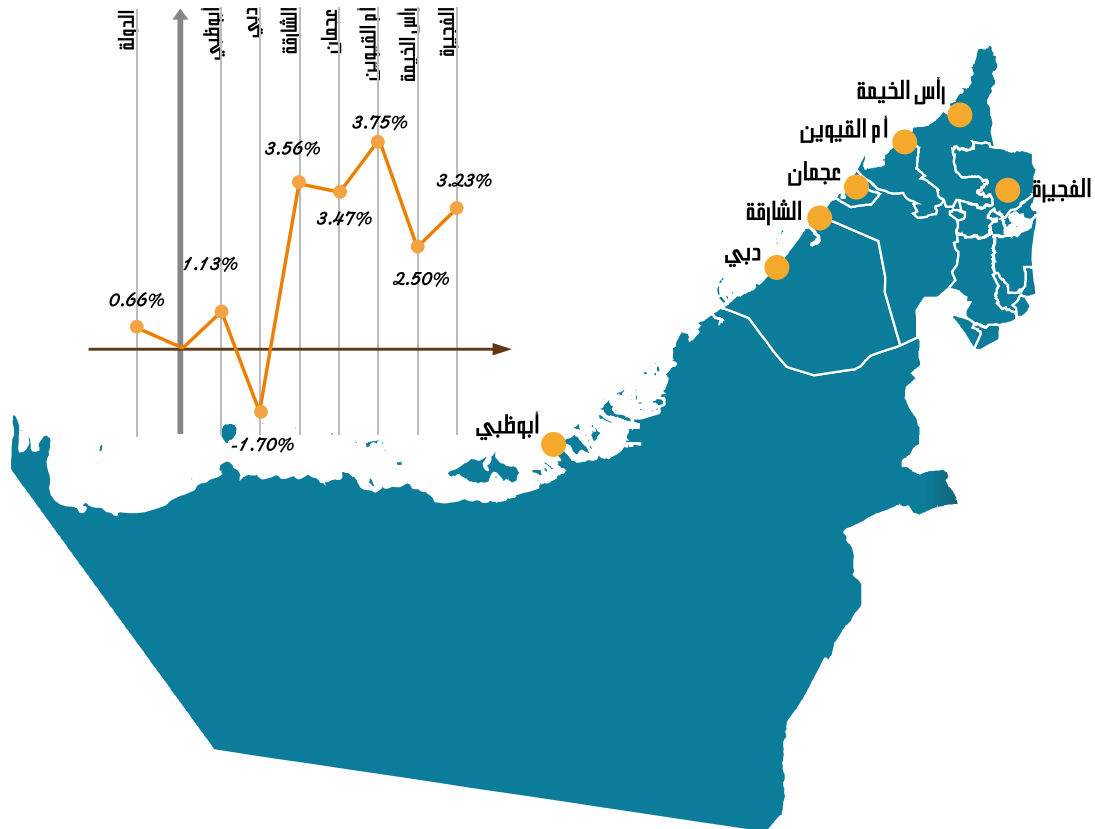
1

2012

2011

الدولة بنسبة	0.66 %
أبوظبي بنسبة	1.13 %
دبي بنسبة	- 1.70 %
الشارقة بنسبة	3.56 %
عجمان بنسبة	3.47 %
أم القيوين بنسبة	3.75 %
رأس الخيمة بنسبة	2.50 %
الفجيرة بنسبة	3.23 %

الدولة	أبوظبي	دبي	الشارقة	عجمان	أم القيوين	رأس الخيمة	الفجيرة
0.66%	1.13%	-1.70%	3.56%	3.47%	3.75%	2.50%	3.23%



حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2012
مقارنة بعام الأساس 2007 على النحو الآتي:

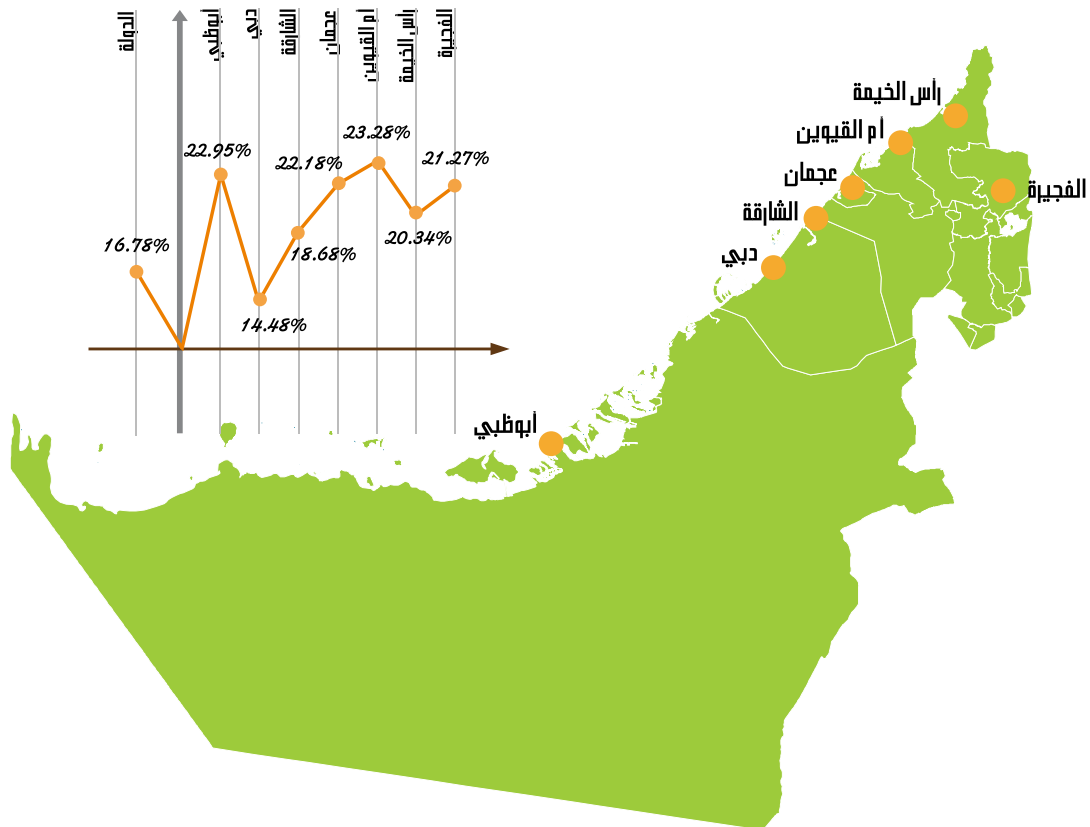
2

% 16.78	الدولة بنسبة
% 22.95	أبوظبي بنسبة
% 14.48	دبي بنسبة
% 18.68	الشارقة بنسبة
% 22.18	عجمان بنسبة
% 23.28	أم القيوين بنسبة
% 20.34	رأس الخيمة بنسبة
% 21.27	الفجيرة بنسبة

2012

2007

الدولة	أبوظبي	دبي	الشارقة	عجمان	أم القيوين	رأس الخيمة	الفجيرة
16.78%	22.95%	14.48%	18.68%	22.18%	23.28%	20.34%	21.27%



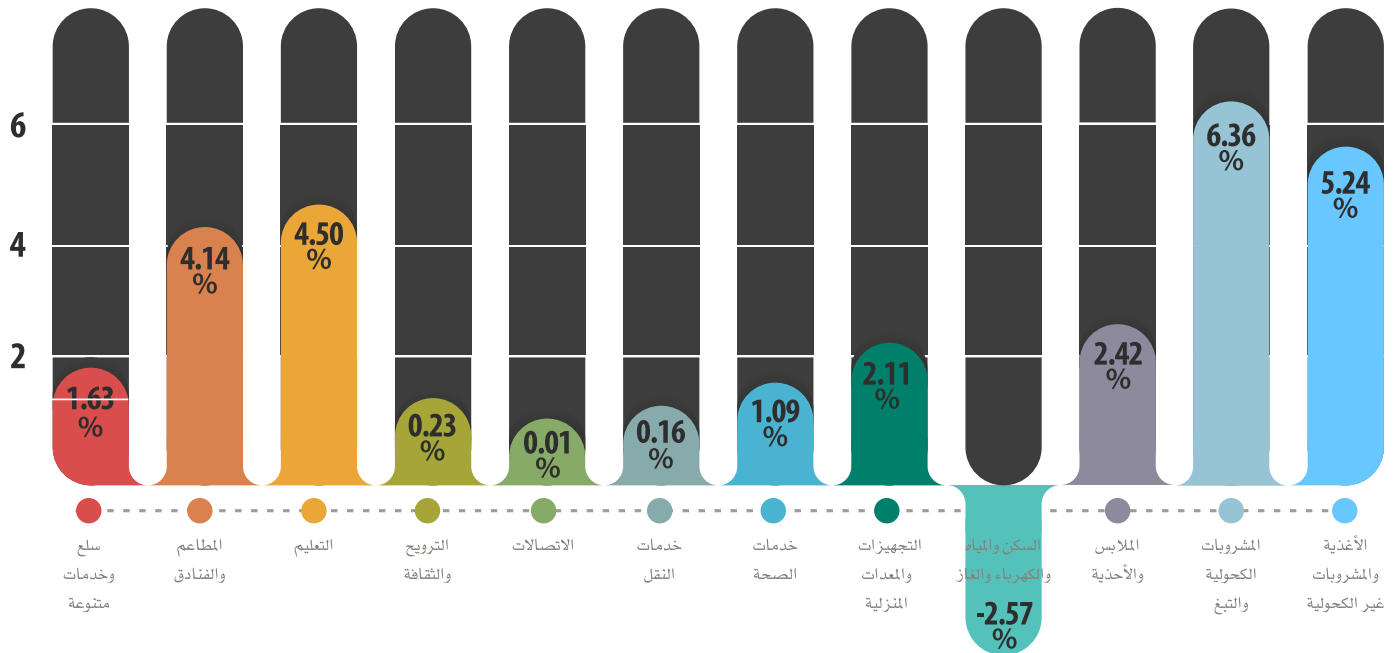
حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2012
مقارنة بعام 2011 على النحو الآتي:

3

5.24 %	الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة
6.36 %	المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة
2.42 %	الملابس والأحذية بنسبة
2.57 - %	السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة
2.11 %	التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة
1.09 %	خدمات الصحة بنسبة
0.16 %	خدمات النقل بنسبة
0.01 %	الاتصالات بنسبة
0.23 %	الترويح والثقافة بنسبة
4.50 %	التعليم بنسبة
4.14 %	المطاعم والفنادق بنسبة
1.63 %	السلع والخدمات المتنوعة بنسبة

2012

2011



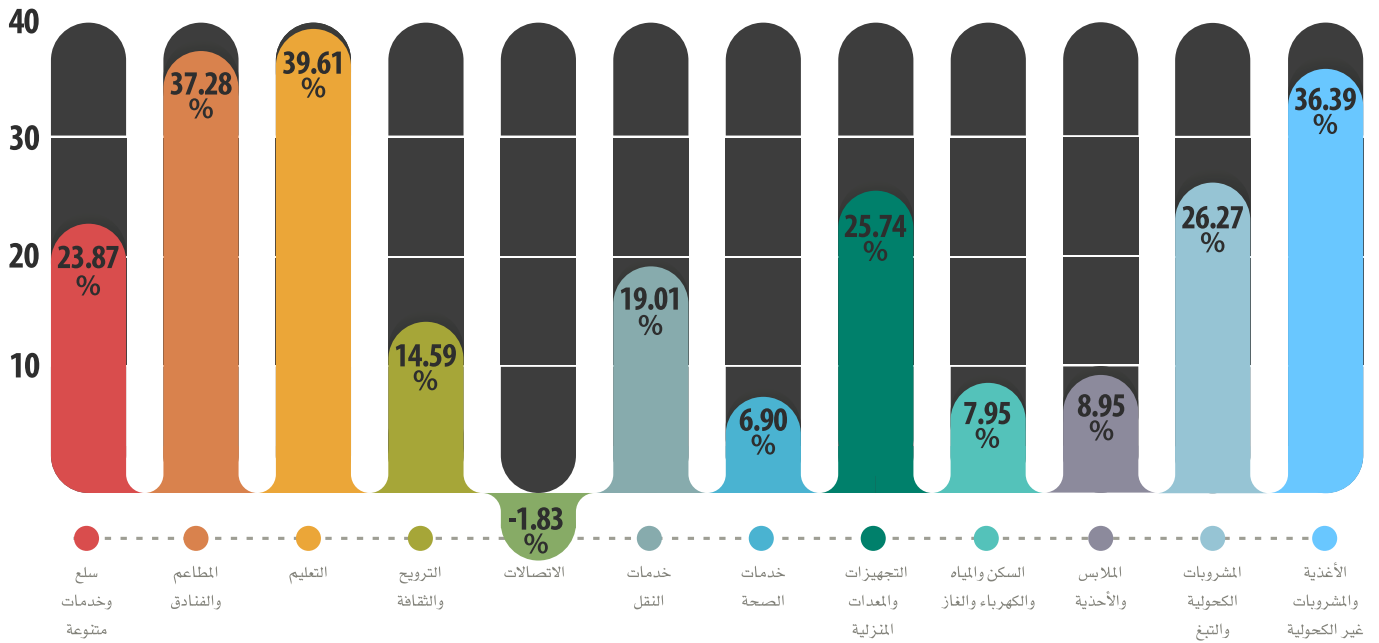
حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2012
مقارنة بعام 2007 على النحو الآتي:

4

36.39 %	الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة
26.27 %	المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة
8.95 %	الملابس والأحذية بنسبة
7.95 %	السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة
25.74 %	التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة
6.90 %	خدمات الصحة بنسبة
19.01 %	خدمات النقل بنسبة
1.83 - %	الاتصالات بنسبة
14.59 %	الترويج والثقافة بنسبة
39.61 %	التعليم بنسبة
37.28 %	المطاعم والفنادق بنسبة
23.87 %	السلع والخدمات المتنوعة بنسبة

2012

2007





الفصل الأول

مقدمة

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 2012 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 سواء 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 التصنيف 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. الترويح 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، والزيت والدهون، والفواكه والخضروات، والسكر والمنتجات السكرية، والشاي والبن والكافو، 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 تشمل 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.

استخدامات الرقم القياسي

5.1

يستخدم مؤشر الأسعار لمجموعة كبيرة من الأغراض، من أهمها:

1. تكيف 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.

هيكلية النشرة

6.1

- 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 الاستثمارات، 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

المفاهيم والمصطلحات

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.

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:

الرقم القياسي للأسعار:

هو وسيلة إحصائية لقياس التغيرات الحاصلة في أسعار السلع والخدمات بين فترتين زمنيتين.

القوة الشرائية للنقود:

هي كمية السلع والخدمات التي يمكن الحصول عليها بوحدة النقد.

معادلة لاسبير:

هي معادلة رياضية، وضعها عالم الإحصاء (لاسيبر) 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

النتائج الرئيسية

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2012 (سنة الأساس 2007=100)

1.3

يتضح من خلال البيانات المتوفرة عن حركة أسعار المستهلك خلال عام 2012، أن المتوسط السنوي لهذا العام، قد سجل ارتفاعاً بنسبة 0.66 % على مستوى الدولة مقارنة بالمتوسط السنوي لعام 2011. وهي نسبة أقل من الارتفاع الحاصل خلال عام 2011 عن عام 2010، والسبب الرئيسي لارتفاع الأسعار خلال عام 2012، 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، والملابس والأحذية.



كما تركز الارتفاع على السلع الأساسية، التي تمس حياة المستهلك اليومية، حيث كان هناك ارتفاع في أسعار الأغذية بشكل عام، وتحديدًا 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 التبغ وأسعار خدمات التعليم وأسعار خدمات المطاعم والفنادق، خلال عام 2012، بالإضافة إلى ارتفاع في معظم المجموعات الاستهلاكية الأخرى، وهذا ما دفع المؤشر العام للأسعار للارتفاع خلال العام، ولكن بحدّة أقل من الارتفاع الحاصل عام 2011، حيث أن انخفاض مجموعة السكن وملحقاته، 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 خلال العام، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة الاستيراد، وجفاف بعض المحاصيل الزراعية في بعض الدول المصدرة، الأمر الذي انعكس على ارتفاع أسعارها في الدولة.

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2012 (سنة الأساس 2007=100)

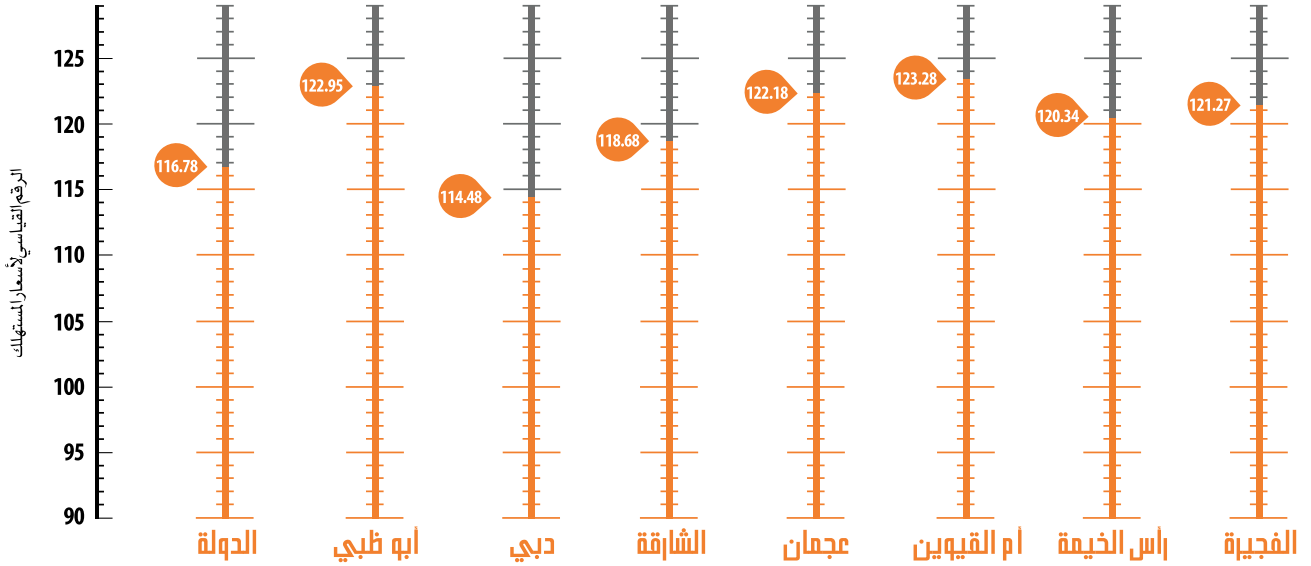
2.3

سجلت الأسعار في أم القيوين ارتفاعاً بنسبة 3.75 %، بسبب ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والمشروبات الكحولية والتبغ، والملابس والأحذية. وسجلت الأسعار في عجمان ارتفاعاً مقداره 3.47 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والمشروبات الكحولية والتبغ، والملابس والأحذية. أما الأسعار في رأس الخيمة فقد سجلت ارتفاعاً مقداره 2.50 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والمشروبات الكحولية والتبغ، والملابس والأحذية. كما سجلت الأسعار في الفجيرة ارتفاعاً مقداره 3.23 %، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والمشروبات الكحولية والتبغ، والملابس والأحذية. وسجلت الأسعار في الشارقة ارتفاعاً مقداره 3.56 % خلال العام 2012 نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من الأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتعليم، والمشروبات الكحولية والتبغ، والملابس والأحذية.

هذا ولقد سجلت الأسعار في أبوظبي ارتفاعاً بنسبة 1.13 % خلال عام 2012 مقارنة مع عام 2011، أما دبي فقد شهدت انخفاضاً بنسبة 1.70 %.

شكل 2

الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2012



حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2012 (سنة الأساس 2007=100)

3.3

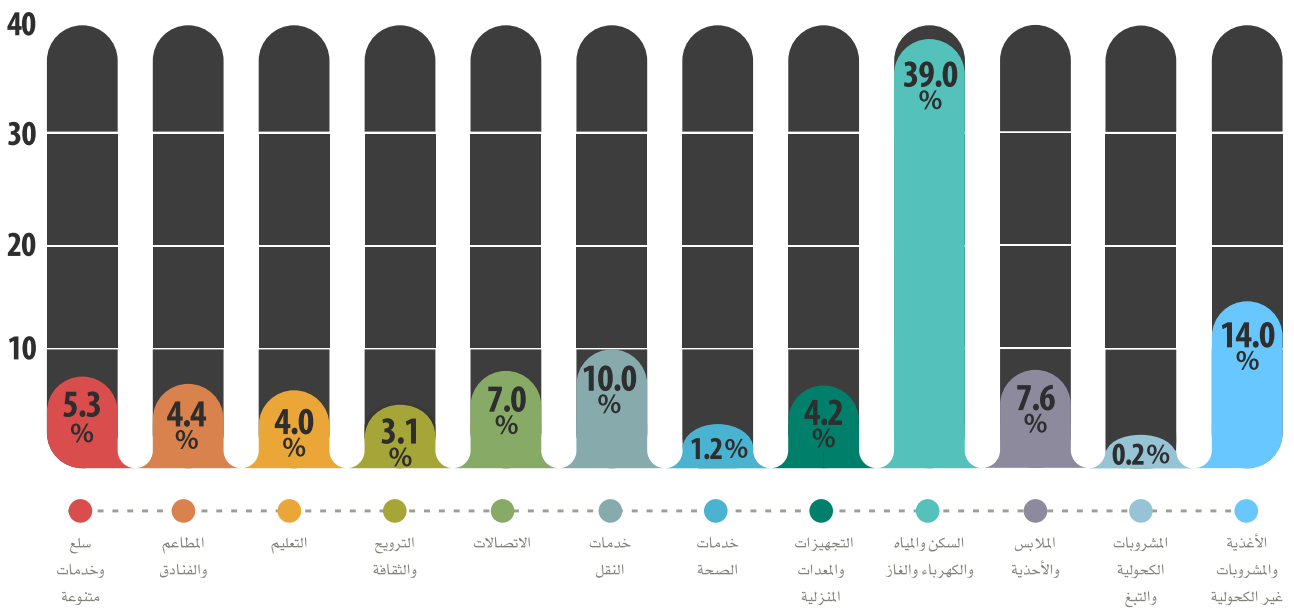
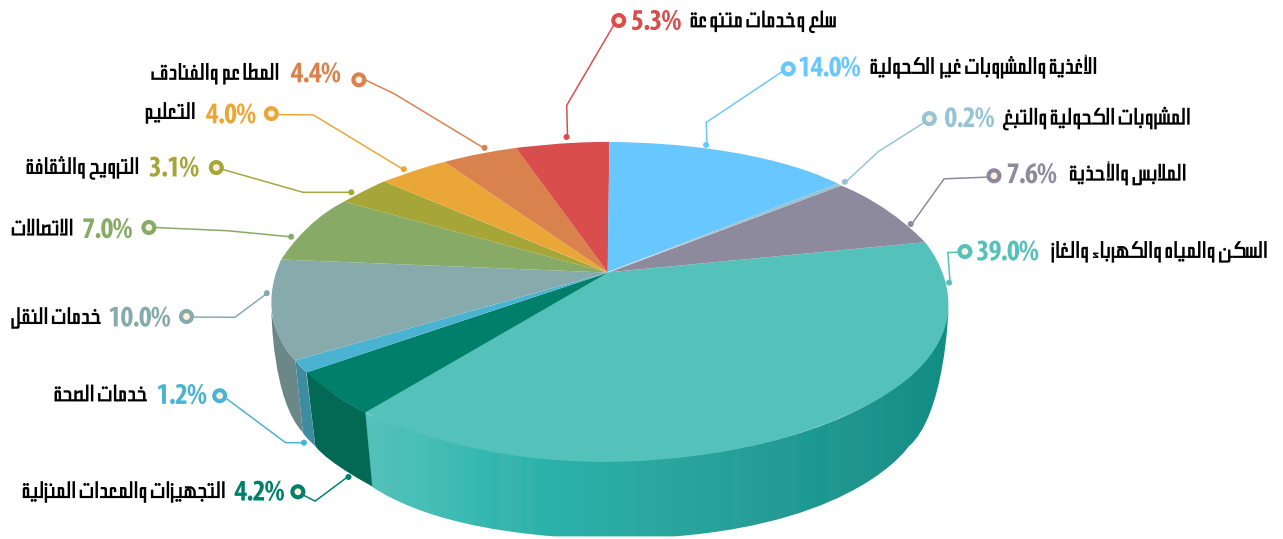
بلغ معدل الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الدولة للعام 2012 ما مقداره 116.78، مقارنة بـ 116.01 خلال عام 2011، وعليه يكون معدل التضخم العام لأسعار المستهلك لعام 2012 (0.66 %)، وهو أقل مما كان عليه في عام 2011.

ويعود التضخم في أسعار المستهلك في عام 2012 (مقارنة بعام 2011) إلى الارتفاع في أسعار المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة 6.36 %، والأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة 5.24 %، والتعليم بنسبة 4.50 %، والمطاعم والفنادق بنسبة 4.14 %، والملابس والأحذية بمقدار 2.42 %، والتجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة 2.11 %، والسلع والخدمات المتنوعة بنسبة 1.63 %، وخدمات الصحة بنسبة 1.09 %، والترفيه والثقافة بنسبة 0.23 %، وخدمات النقل بنسبة 0.16 %، والاتصالات بنسبة 0.01 %، وفي المقابل انخفضت مجموعة السكن بنسبة 2.57 %.

ويلاحظ 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، أدت الى الحد من تفاقم معدل التضخم خلال العام.

شكل 3

الأهمية النسبية لمجموعات الإنفاق الرئيسية داخل سلة المستهلك لعام 2007







الفصل الرابع

المنهجية

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(الهابير 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 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.

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، وتجدر الإشارة هنا إلى أن المركز الوطني للإحصاء بدأ منذ نهاية عام 2012 في جمع البيانات باستخدام تكنولوجيا الأجهزة الكفية بدلاً من النظام الورقي.

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 (المناسب 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:

الأوزان الترجيحية	أقسام الإنفاق الرئيسية
13,936	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
218	المشروبات الكحولية والتبغ
7,580	الملابس والأحذية
39,334	السكن والمياه والكهرباء والغاز
4,208	التجهيزات والمعدات المنزلية
1,124	خدمات الصحة
9,941	خدمات النقل
6,932	الاتصالات
3,067	الترويح والثقافة
4,004	التعليم
4,348	المطاعم والفنادق
5,308	سلع وخدمات متنوعة
100,000	الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك



الفصل الخامس

جودة البيانات

جودة البيانات

دقة البيانات

1.5

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 والمرتبطة 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 الاستثمارة من حيث التدقيق ومنطقية البيانات.
- تم التحقق من فاعلية البرنامج من خلال إدخال استثمارات 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 الاستثمارات 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 السلعية. 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

وايجاد سلع بديلة بمنهجية خاصة لاستبدال هذه السلع، فعند التأكد من أن بعض أصناف السلع، قد اختلفت بشكل نهائي، يتم عندها الاستبدال بأصناف جديدة مشابهة لها من حيث النوع، أي أنها تدرج تحت نفس السلعة، 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 للصنف 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:

حيث:

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

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

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

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

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

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



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:

حيث:

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

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

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

$$P_c = \text{سعر السلعة الجديدة في الشهر الحالي.}$$

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

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.

ملاحظات فنية أخرى

2.5

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



جدول 1 : الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2012
سنة الأساس (100=2007)

Table 1: Monthly Consumer Price Indices and the Annual Average by Major Groups of Expenditure, 2012

Major Groups of Expenditure	التوسط	ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيو	مايو	أبريل	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	116.78	117.26	117.24	117.29	117.39	116.86	116.47	116.51	116.54	116.30	116.21	116.39	116.91	الرقم القياسي العام	
Food and soft drinks	136.39	137.84	138.08	139.29	140.16	137.92	135.33	135.51	135.87	133.98	134.61	133.80	134.31	الأغذية والمشروبات غير الكحولية	
Beverages and tobacco	126.27	142.99	142.99	123.33	123.33	123.33	123.33	123.33	123.33	122.58	122.58	122.03	122.17		المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	108.95	109.18	109.19	108.63	108.45	108.67	108.60	108.60	109.05	109.03	108.79	109.06	110.11		
Housing	107.95	107.47	107.44	107.42	107.42	107.87	107.87	107.89	107.96	107.96	107.98	108.70	109.48	السكن والمياه والكهرباء والغاز	
Furniture and household goods	125.74	126.26	125.91	125.83	126.01	125.50	125.38	125.47	125.27	125.47	125.41	125.56	126.76		التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	106.90	107.19	107.12	107.12	107.00	106.93	106.90	106.94	106.94	106.89	106.79	106.82	106.20		
Transportation	119.01	119.48	119.27	119.20	119.06	119.05	119.02	118.96	118.94	118.98	118.65	118.57	118.95	خدمات النقل	
Communications	98.17	98.20	98.19	98.20	98.19	98.19	98.20	98.16	98.16	98.16	98.10	98.14	98.20		الاتصالات
Recreation and culture	114.59	115.26	115.49	115.49	115.49	114.41	114.09	114.09	114.09	114.09	114.09	114.18	114.28		
Education	139.61	145.00	145.00	145.00	145.00	136.92	136.92	136.92	136.92	136.92	136.92	136.92	136.92	التعليم	
Restaurants and hotels	137.28	138.81	138.69	138.70	138.68	138.68	138.70	138.79	136.98	136.88	133.80	134.11	134.55		المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	123.87	124.57	124.40	124.20	124.20	123.46	123.38	123.64	123.74	124.08	124.21	123.73	122.87		

Source: National Bureau of Statistics.

الصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 2 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2007-2012

Table 2: Yearly Consumer Price Indices by Major Groups of Expenditure, 2007-2012

Major Groups of Expenditure	2012	2011	2010	2009	2008	2007	مجموعات الإنفاق الرئيسية
All items of consumer price index	116.78	116.01	115.00	114.00	112.25	100.00	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	136.39	129.60	122.42	117.20	116.27	100.00	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	126.27	118.73	116.23	114.78	103.72	100.00	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	108.95	106.38	108.40	114.06	119.77	100.00	الملابس والأحذية
Housing	107.95	110.80	113.56	113.90	113.43	100.00	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	125.74	123.14	118.86	113.56	106.97	100.00	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	106.90	105.75	105.26	106.18	107.77	100.00	خدمات الصحة
Transportation	119.01	118.82	114.54	110.79	105.74	100.00	خدمات النقل
Communications	98.17	98.16	98.12	104.15	100.96	100.00	الاتصالات
Recreation and culture	114.59	114.33	109.33	104.40	105.24	100.00	الترويح والثقافة
Education	139.61	133.60	128.89	119.25	108.55	100.00	التعليم
Restaurants and hotels	137.28	131.82	130.84	129.70	123.68	100.00	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	123.87	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 لأسعار المستهلك السنوية للتغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2012-2011

Table 3: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Major Groups of Expenditure, 2011-2012

Major Groups of Expenditure	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات الإنفاق الرئيسية
All items of consumer price index	0.66	116.78	116.01	الرقيم القياسي العام
Food and soft drinks	5.24	136.39	129.60	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	6.36	126.27	118.73	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	2.42	108.95	106.38	الملابس والأحذية
Housing	-2.57	107.95	110.80	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	2.11	125.74	123.14	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	1.09	106.90	105.75	خدمات الصحة
Transportation	0.16	119.01	118.82	خدمات النقل
Communications	0.01	98.17	98.16	الاتصالات
Recreation and culture	0.23	114.59	114.33	الترويح والثقافة
Education	4.50	139.61	133.60	التعليم
Restaurants and hotels	4.14	137.28	131.82	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	1.63	123.87	121.88	سلع وخدمات متنوعة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 4 : الأرقام القياسية لأسعار المستهلك السنوية للأغذية والمشروبات غير الكحولية 2012-2011

Table 4: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Food and Non-Alcoholic Beverages Groups, 2011-2012

Food and Non-Alcoholic Beverages Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Food and non-alcoholic beverages groups	5.24	136.39	129.60	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Cereals and their products	4.24	132.04	126.67	الحبوب ومنتجاتها
Meat & poultry	8.66	144.64	133.12	اللحوم والدواجن
Fish	8.63	163.58	150.59	الأسماك
Milk products and eggs	0.14	109.72	109.57	منتجات الألبان والبيض
Oils and fats	3.17	126.66	122.77	الزيوت والدهون
Fruits	-0.20	136.21	136.49	الفواكه
Vegetables	8.04	145.03	134.23	الخضروات
Sugar and sugar products	4.67	134.43	128.43	السكر ومنتجاته
Spices	13.22	167.70	148.12	التوابل
Tea, coffee and cocoa	6.51	126.25	118.54	الشاي والبن والكاكاو
Beverages and soft drinks	0.31	119.32	118.96	المشروبات والمربطات

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 5: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المشتريات الكحولية والتبغ

Table 5: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Alcoholic Beverages & Tobacco Groups, 2011-2012

Alcoholic Beverages and Tobacco Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات المشتريات الكحولية والتبغ
Alcoholic beverages & tobacco	6.36	126.27	118.73	المشروبات الكحولية والتبغ
Alcoholic beverages	0.07	122.07	121.99	المشروبات الكحولية
Cigar	2.28	125.84	123.04	السيجار
Cigarettes	8.80	127.37	117.07	السجائر

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

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

Table 6: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Textiles, Clothing & Footwear Groups, 2011-2012

Textiles, Clothing & Footwear Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات الملابس والأحذية
Textiles, clothing & footwear	2.42	108.95	106.37	الملابس والأحذية
Men's clothing	1.04	108.08	106.97	الملابس الرجالية
Clothing accessories	-4.12	75.40	78.64	لواحق الملابس
Women's clothing	1.59	104.06	102.43	الملابس النسائية
Fabrics and tailoring expenses	12.12	109.41	97.58	الأقمشة ومصاريف التفصيل
boys and girls clothing	-0.13	111.59	111.74	الملابس البنائية والولادية
Footwear	7.10	91.24	85.19	الأحذية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 7: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن 2012-2011

Table 7: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Housing Groups, 2011-2012

مجموعات السكن	نسبة التغير %	2012	2011
السكن			
الإيجارات	-2.57	107.96	110.80
قيمة صيانة المسكن	-2.90	107.17	110.37
قيمة استهلاك المياه	-0.02	140.00	140.03
قيمة استهلاك الكهرباء	0.90	109.17	108.20
قيمة استهلاك الغاز	-1.27	100.78	102.08
قيمة استهلاك السائل	-0.36	182.02	182.67
الوقود الجاف أو الصلب	-2.98	121.18	124.90
الوقود الجاف أو الصلب	-0.73	121.63	122.52

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 8: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع المنزلية 2012-2011

Table 8: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Furniture and household goods Groups, 2011-2012

مجموعات السلع المنزلية	نسبة التغير %	2012	2011
السلع المنزلية			
الأثاث والسجاد والمفارش	2.11	125.74	123.14
الأدوات والتجهيزات الكهربائية	1.47	98.75	97.32
الأواني والأدوات المنزلية	-3.62	101.08	104.88
الأدوات الصغيرة والواحد المتنوعة	-14.36	116.92	136.52
مواد النظافة المنزلية	16.45	171.62	147.38
الخدمات المنزلية	2.14	126.03	123.39
الخدمات المنزلية	4.81	132.52	126.44

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 9: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات 2012-2011

Table 9: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Transportation and Communications Groups, 2011-2012

مجموعات النقل والاتصالات	2011	2012	نسبة التغير %	Transportation and Communications Groups
النقل	118.82	119.01	0.16	Transportation
السيارات الخاصة	101.03	101.97	0.93	Private cars
الدراجات النارية	82.80	77.03	-6.97	Motorcycles
الإطارات	126.62	127.24	0.49	Tires
قطع الغيار	111.17	114.47	2.97	Spare parts
بطاريات	160.19	169.51	5.82	Batteries
خدمات صيانة وتصلح	125.42	121.75	-2.92	Maintenance and repair services
البنزين	124.04	124.31	0.22	Gasoline
الديزل	133.17	125.37	-5.85	Diesel
الزيت	123.42	125.25	1.48	Oils
نفقات تعليم قيادة السيارات	108.38	101.46	-6.39	Driving lessons expenses
مصاريف تسجيل وسائل النقل الشخصية	101.77	110.24	8.32	Registration fees of personal transport
النقل بالحافلات	128.17	128.78	0.47	Bus transport
النقل بسيارات الأجرة	107.95	109.42	1.36	Taxi transport
النقل الجوي	102.52	107.24	4.60	Air transport
الاتصالات	98.16	98.17	0.01	Communications
نفقات خدمات الهواتف الثابتة	113.02	113.61	0.52	Expenses of fixed line services
شراء أجهزة الهواتف النقالة	66.92	59.97	-10.39	Purchase of mobile phones
نفقات خدمات الهواتف النقالة	89.18	89.10	-0.09	Expenses of mobile services
مصاريف الإنترنت داخل المنزل	109.53	109.57	0.03	Expenses of home Internet
رسوم خدمات بريدية	123.43	123.88	0.36	Fees for postal services

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 10 : الأرقام القياسية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم 2012-2011

Table 10: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Medical Care and Education Groups, 2011-2012

Medical Care and Education Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات خدمات الصحة والتعليم
Medical care	1.09	106.90	105.75	الصحة
Medicines and vitamins	1.81	106.58	104.69	أدوية وفيتامينات
Other pharmaceutical products	-0.11	110.11	110.24	منتجات صيدلانية أخرى
Eyeglasses and contact lenses	5.10	134.21	127.70	النظارات الطبية والعدسات اللاصقة
Doctors fees	-17.84	91.87	111.83	مصاريف أطباء
Dentists fees	-8.81	75.22	82.48	مصاريف أطباء الأسنان
Expenses of medical tests and X-ray	4.85	120.54	114.96	مصاريف التحاليل الطبية والأشعة
Costs of hospitalization at government hospitals	-14.81	55.07	64.65	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الحكومية
Costs of hospitalization at private hospitals	-1.22	94.05	95.21	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الخاصة
Education	4.50	139.61	133.60	التعليم
Education fees within the State	4.41	139.25	133.37	رسوم التعليم داخل الدولة
Tutorial fees	10.38	164.61	149.13	دروس خصوصية

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 11 : الأرقام القياسية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المطاعم والفنادق 2012-2011

Table 11: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Restaurants and Hotels Groups, 2011-2012

Restaurants and Hotels Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات المطاعم والفنادق
Restaurants and hotels	4.14	137.28	131.82	المطاعم والفنادق
Meals in restaurants	7.37	145.93	135.91	وجبات داخل المطاعم
Meals and carryout restaurants	0.55	129.10	128.40	وجبات ومطابخ خارجية من المطاعم
Expenditure on fresh juices	5.69	153.72	145.45	الإففاق على العصائر الطازجة
Expenditure on hot and cold beverages	-3.47	107.93	111.81	الإففاق على المشروبات الساخنة والباردة
Expenses of hotel	7.96	123.21	114.12	نفقات خاصة بالفنادق

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.

جدول 12 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويح والثقافة 2012-2011

Table 12: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Recreation and Culture Groups, 2011-2012

Recreation and Culture Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات الترويح والثقافة
Recreation and culture	0.23	114.59	114.33	الترويح والثقافة
TVs	-2.21	116.16	118.78	أجهزة التلفزيون
Reader (D.V.D)	-1.94	158.66	161.80	قارئة أقراص (D.V.D)
Receivers	-1.44	95.96	97.37	أجهزة الاستقبال
Cameras and display images machinery	-0.95	89.62	90.48	كاميرات وآلات عرض الصور
Camcorders	-2.84	137.56	141.57	كاميرات الفيديو
Movies & photography supplies	0.41	160.98	160.32	أفلام ومستلزمات التصوير
Acidification of movies and extracting images	-5.39	105.08	111.06	تحميض أفلام واستخراج الصور
Flowers and plants	4.89	112.37	107.13	الزهور والنباتات
Toys	-5.34	100.00	105.64	ألعاب الأطفال
Expenditure on theaters, cinemas and concerts	0.72	117.16	116.32	الإنفاق على المسارح ودور السينما والحفلات
Expenditure on the clubs	0.31	115.00	114.65	الإنفاق على النوادي
Expenditure on museums and zoos	1.09	134.57	133.12	الإنفاق على المتاحف وحدائق الحيوان
Subscribe to satellite channels	-2.30	109.37	111.95	الاشتراك في القنوات الفضائية
Expenditure on books	0.28	120.11	119.78	الإنفاق على الكتب
Expenditure on newspapers	1.00	101.00	100.00	الإنفاق على الصحف
Expenditure on magazines	-0.50	135.53	136.22	الإنفاق على المجلات
Textbooks	2.39	131.09	128.03	كتب دراسية
Pencils and liquid and dry pens	6.72	295.00	276.43	أقلام الرصاص والحبر السائل والجاف
Rulers and erasers	3.04	183.02	177.62	المسطر والمحايات
Ink, paper and notebooks	-0.31	123.00	123.38	الحبر والورق والدفاتر
Brush painting and drawing tools	2.56	261.84	255.30	فرشاة الرسم وأدوات الرسم
Computer	-0.61	97.70	98.30	الحاسوب
Costs of weddings and grief	-0.46	105.87	106.36	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 2011-2012

Table 13: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Miscellaneous goods and Services Groups, 2011-2012

Miscellaneous goods and Services Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات السلع والخدمات المتنوعة
Miscellaneous goods and services	1.63	123.87	121.88	السلع والخدمات المتنوعة
Men's shaving	1.52	107.79	106.18	الحلاقة الرجالية
Women's salon services	-1.75	133.23	135.60	خدمات الصالونات النسائية
Perfumes	2.77	116.28	113.14	العطور
Cosmetics	-5.34	129.94	137.27	أدوات التجميل
Shaving tools and materials	3.89	114.37	110.08	أدوات ومواد الحلاقة
Electrical drying and haircutting machines	1.20	99.52	98.34	آلات تجفيف وحلاقة الشعر الكهربائية
Fresheners and body odor remover	-1.12	107.91	109.13	معطرات الجسم ومزيل الرائحة
Hair or body oils	2.45	120.24	117.37	زيوت الشعر أو الجسم
Oud & Incense	0.58	96.30	95.75	العود والبخور
Creams of all kinds	0.20	102.83	102.63	الكريمات بأنواعها
Powder	14.09	131.30	115.08	بودرة
Henna	5.13	99.02	94.19	الحناء
Hair dyes	4.82	109.08	104.07	أصباغ الشعر
Accessories	-3.68	106.84	110.92	أكسسوارات
Brushes and toothpaste	-0.37	142.10	142.63	فرش ومعجون الأسنان
Shampoo and toilet soap	3.81	119.55	115.17	الشامبو وصابون الحمام
Diapers	3.72	178.33	171.93	حفاضات الأطفال
Tissues	1.23	121.01	119.54	المحارم الورقية
Women's towels	-4.12	91.84	95.79	الفوط النسائية
Toilet tissues	13.31	226.36	199.77	محارم التواليت
Gems and jewelry	7.12	251.16	234.46	الأحجار الكريمة والمصوغات
Watches	-1.57	113.46	115.27	ساعات اليد
Clothing and hand bags and similar	-2.79	100.10	102.98	حقائب الملابس واليد وما شابهها
School bags	3.08	68.99	66.93	حقائب مدرسية
Sunglasses	2.19	117.72	115.20	النظارات الشمسية

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

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.
... يتبع

تابع/ جدول 13 : الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات المتنوعة 2011-2012

Cont'd./ Table 13: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Miscellaneous goods and Services Groups, 2011-2012

Miscellaneous goods and Services Groups	نسبة التغير %	2012	2011	مجموعات السلع والخدمات المتنوعة
Fees for issuing and renewal of passport	1.54	99.21	97.71	رسوم استخراج وتجديد جواز السفر
Other expenditures	2.89	107.30	104.28	نفقات أخرى
Fees for issuing health cards	2.64	111.66	108.79	رسوم استخراج البطاقات الصحية
Health insurance	-0.69	100.28	100.97	التأمين الصحي
Cost of insurance services	0.48	113.70	113.15	تكلفة خدمات التأمين
Office costs to bring employment	10.62	150.08	135.67	تكاليف مكاتب جلب العمالة

Source: National Bureau of Statistics.

المصدر: المركز الوطني للإحصاء.



WWW

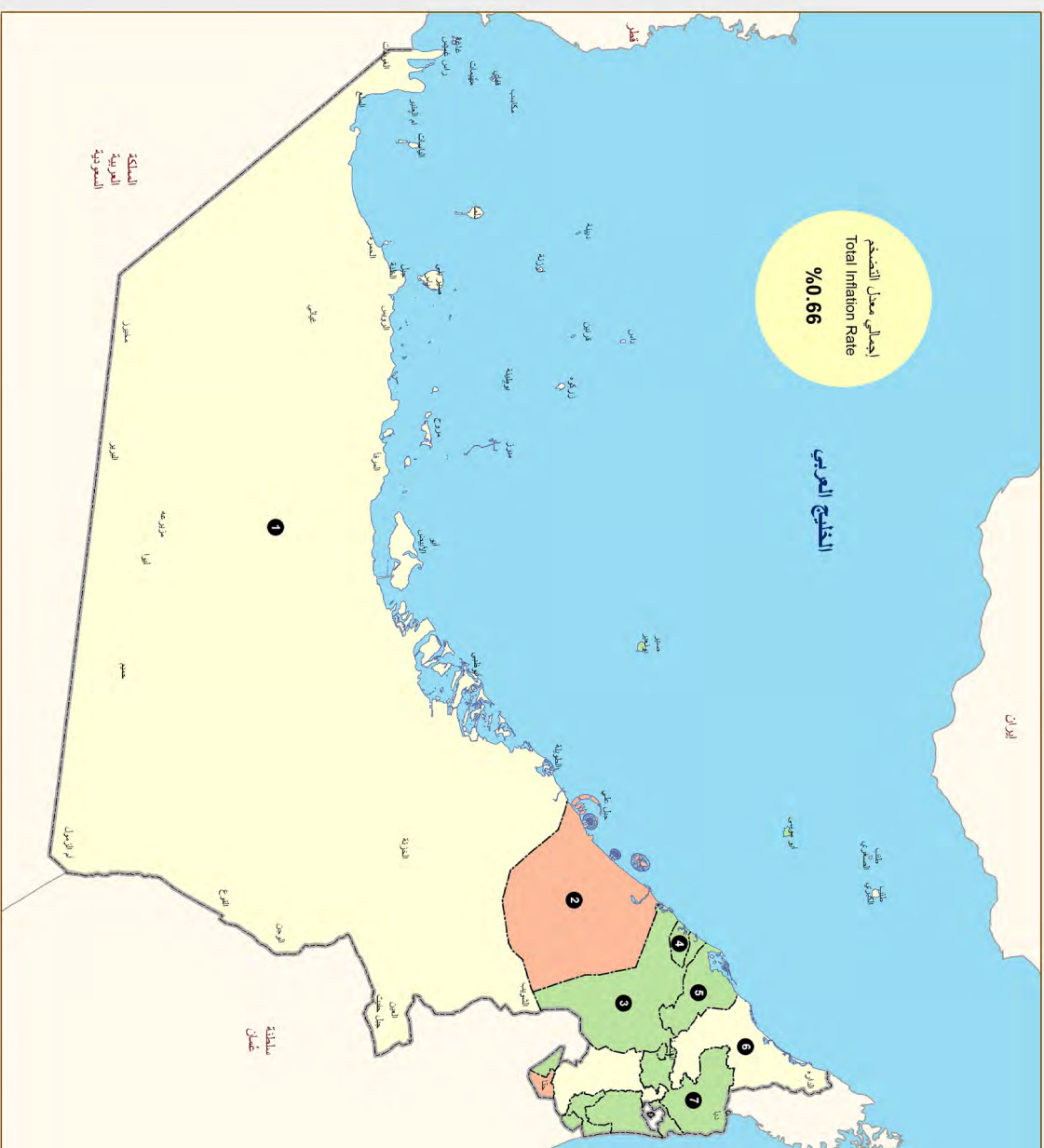
@



الخرائط

INFLATION RATE DURING 2012 COMPARED WITH 2011

معدل التضخم خلال عام 2012 مقارنة بعام 2011



الترتيب	Emirate	معدل التضخم Inflation Rate	مصدر العملة
1	Abu Dhabi	1.13	الدرهم
2	Dubai	-1.7	ر.ي
3	Sharjah	3.56	الدينار
4	Ajman	3.47	الدينار
5	Umm Al-Quwain	3.75	الدينار
6	Ras Al-Khaimah	2.5	الدينار
7	Fujairah	3.23	الدينار

معدل التضخم خلال عام 2012 مقارنة بعام 2011 حسب الإمارة

Inflation Rate during 2012 Compared with 2011 by Emirate

معدل التضخم خلال عام 2012 مقارنة بعام 2011 حسب الإمارة

Legend

دليل الخريطة

معدل التضخم (%)
Inflation Rate (%)

Inflation Rate (%)

Less

1-3.

More

Abstract

مقارنة بعام 2011

during 2012 Co

10

[illegible]

1000

4

al-Quw ain

- Khaimah

7

O

الوطني للإحصاء

מחיר: 150,000 ₪

1000000

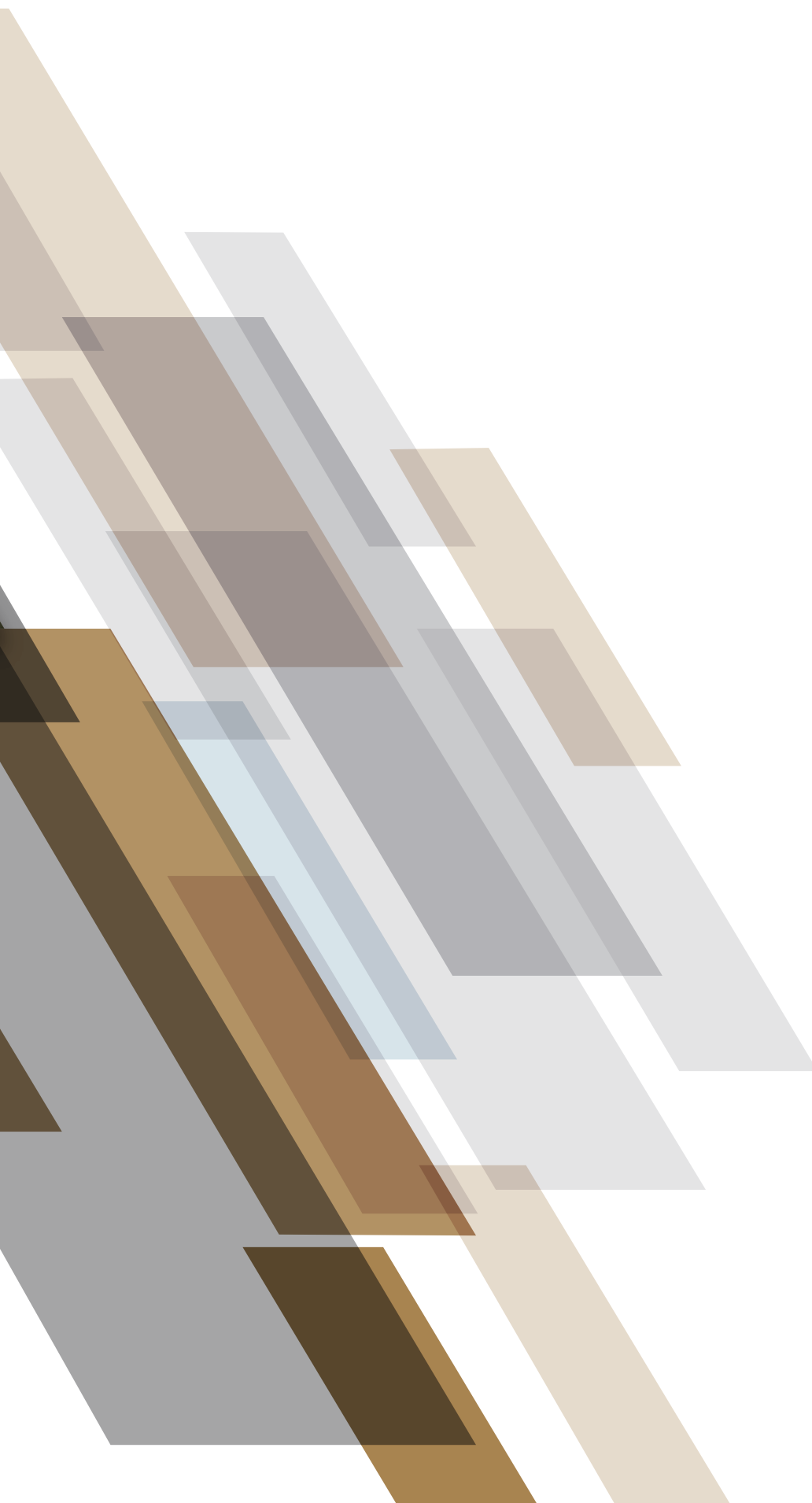
NATIONAL BUREAU

1000

二

This map is not Considered as reference for the political boundaries

لا تعتبر هذه الخريطة مرجعا للحدود السياسية



ص.ب. 93000 أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة

هاتف : +971 2 5592000

فاكس : +971 2 5592999

الموقع الإلكتروني : uaestatistics.gov.ae