



الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النشرة السنوية 2015

إبريل 2016

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

رجب 1437 هـ، إبريل 2016.

جميع الحقوق محفوظة.

في حالة الاقتباس يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي:

الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، 2016م — الأرقام القياسية لأسعار المستهلك: النشرة السنوية، 2015.

جميع المراسلات توجه إلى:

الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء — إدارة النشر الإحصائي — قسم المعلومات ونشر البيانات.

ص.ب : 127000، دبي — دولة الإمارات العربية المتحدة.

هاتف: +971 4 3191333 فاكس : +971 4 3273535

البريد الإلكتروني : info@fcsa.gov.ae الموقع الإلكتروني : www.fcsa.gov.ae

شكر وتقدير

تتقدم الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء 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.

تنويه لمستخدمي بيانات هذه النشرة

- 1- نظراً للفتاوت 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، وفي العدد القادم سيتم تحديث سنة الأساس لتكون للعام 2014 بالاعتماد على نتائج بيانات مسح دخل وإنفاق الأسرة الذي نفذته الهيئة.
- 3- تم جمع بيانات الأسعار من الإمارات الشمالية الخمس (الشارقة، عجمان، رأس الخيمة، أم القيوين، الفجيرة) من قبل الهيئة، فيما تم جمع البيانات في كل من إمارتي أبو ظبي ودبي، من خلال مركز الإحصاء -أبو ظبي، 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 2015.

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 سعت الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء خلال الأعوام الماضية إلى إيجاد سلة معيارية للمستهلك، وذلك تمهيداً لرصدها ودراساتها والاطلاع على تغيرات أسعارها على فترات منتظمة. وقد قامت الهيئة بجهود حثيثة من أجل توفير الإطار المناسب للسلع والخدمات، التي مثلت بمجموعها أساس نظام الأسعار والأرقام القياسية. وقد باشرت الهيئة نشاطها في هذا المجال في شهر إبريل من عام 2007، حيث تمكنت من جمع البيانات عن آلاف السلع والخدمات خلال العام. وبعد دراسة مستفيضة لهذه السلع والخدمات، قامت الهيئة بتثبيت مجموعات رئيسية من السلع والخدمات، لتكون بمجموعها سلة المستهلك. ويتم حالياً جمع أسعار المستهلك لهذه السلع والخدمات بشكل منتظم.

وقد قامت الهيئة برصد 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، على أن يتم تحديث بيانات الأوزان لتكون للعام 2014 بدلاً من عام 2007 وذلك بالاعتماد على نتائج مسح دخل وإنفاق الأسرة لعام 2014.

ويسر الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء أن تقدم نشرة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك عن عام 2015، ونأمل الاستفادة من مقترحات وتقييمات الباحثين والمهتمين لهذا الجهد المتواضع، حتى نستفيد من التجربة للنشرات القادمة، حيث تسعى الهيئة إلى توفير البيانات الإحصائية حول الأرقام القياسية بشكل منتظم، بهدف توفير البيانات اللازمة لأغراض الدراسة والتحليل وخدمة صناع القرار. وبكل تأكيد سوف تقوم الهيئة بتطوير هذه النشرة على ضوء مقترحات وتقييمات الباحثين والمهتمين بهذا الشأن.

والله الموفق،

عبد الله لوتاه
المدير العام

المختصرات

:EU	الاتحاد الأوروبي.
:ISIC-3	التصنيف الصناعي القياسي الدولي لكافة الأنشطة الاقتصادية (التنقيح الثالث) الصادر عن الأمم المتحدة.
:AED	الدرهم الإماراتي.
:FCSA	الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء.
: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
	قائمة الجداول.
	قائمة الأشكال البيانية.
	الملخص التنفيذي.
23	مقدمة
23	1.1: أهداف مسح الأسعار.
23	2.1: الشمول.
24	3.1: إطار الأسعار.
24	4.1: تبويب السلع والخدمات.
25	5.1: استخدامات الرقم القياسي.
26	6.1: هيكلية التقرير.
27	المفاهيم والمصطلحات
29	النتائج الرئيسية
29	1.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2015.
30	2.3: الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة خلال عام 2015.
31	3.3: حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2015.
33	المنهجية
33	1.4: اختيار العينة.
33	2.4: جمع بيانات الأسعار ومصادرها.
34	3.4: تدقيق ومراجعة بيانات الأسعار.
34	4.4: طريقة حساب الرقم القياسي.
34	5.4: الأهمية النسبية للسلع والخدمات (أوزان الترجيح).
37	جودة البيانات
37	1.5: دقة البيانات.
41	2.5: ملاحظات فنية أخرى.
43	الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
45	جدول 1: الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية، عام 2015
46	جدول 2: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية، 2007-2015
47	جدول 3: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية، 2014-2015
48	جدول 4: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية، 2014-2015
49	جدول 5: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ، 2014-2015
50	جدول 6: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الملابس والأحذية، 2014-2015
51	جدول 7: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن، 2014-2015
52	جدول 8: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية، 2014-2015
53	جدول 9: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات، 2014-2015
54	جدول 10: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم، 2014-2015
55	جدول 11: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات المطاعم والفنادق، 2014-2015
56	جدول 12: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويح والثقافة، 2014-2015

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	الشكل
29	شكل 1: الرقم القياسي لأسعار المستهلك في الدولة خلال الأعوام، 2008-2015
31	شكل 2: الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الإمارة خلال عام 2015
32	شكل 3: الأهمية النسبية لمجموعات الإنفاق الرئيسية داخل سلة المستهلك لعام 2007



الملخص التنفيذي

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 تقوم الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء 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 2015 مقارنة بعام 2014 و عام الأساس 2007):

1. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2015 مقارنة بعام 2014 على النحو الآتي:

- الدولة بنسبة 4.07%.
- أبو ظبي بنسبة 5.35%.
- دبي بنسبة 3.99%.
- الشارقة بنسبة 3.38%.
- عجمان بنسبة 2.98%.
- أم القيوين بنسبة 2.31%.
- رأس الخيمة بنسبة 3.01%.
- الفجيرة بنسبة 1.74%.

2. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك خلال عام 2015 مقارنة بعام الأساس 2007 على النحو الآتي:

- الدولة بنسبة 25.75%.
- أبو ظبي بنسبة 35.41%.
- دبي بنسبة 24.66%.
- الشارقة بنسبة 26.33%.
- عجمان بنسبة 29.83%.
- أم القيوين بنسبة 30.91%.
- رأس الخيمة بنسبة 27.59%.
- الفجيرة بنسبة 26.49%.

3. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2015 مقارنة بعام 2014 على النحو الآتي:

- الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة 1.23%.
- المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة 1.18%.
- الملابس والأحذية بنسبة -1.26%.
- السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة 8.83%.
- التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة 2.24%.
- خدمات الصحة بنسبة 0.34%.
- خدمات النقل بنسبة 2.00%.
- الاتصالات بنسبة 0.13%.
- الترويح والثقافة بنسبة 0.06%.
- التعليم بنسبة 3.76%.
- المطاعم والفنادق بنسبة 2.67%.
- سلع وخدمات متنوعة بنسبة 2.17%.

4. حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الأقسام الرئيسية خلال عام 2015 مقارنة بعام الأساس 2007 على النحو الآتي:

- الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة 44.88%.
- المشروبات الكحولية والتبغ بنسبة 50.28%.
- الملابس والأحذية بنسبة 7.68%.
- السكن والمياه والكهرباء والغاز بنسبة 21.47%.
- التجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة 35.24%.
- خدمات الصحة بنسبة 8.15%.
- خدمات النقل بنسبة 24.29%.
- الاتصالات بنسبة -1.18%.
- الترويح والثقافة بنسبة 16.54%.
- التعليم بنسبة 59.26%.
- المطاعم والفنادق بنسبة 45.43%.
- سلع وخدمات متنوعة بنسبة 30.10%.



الهيئة الاتحادية
للتنافسية والإحصاء

FEDERAL COMPETITIVENESS
AND STATISTICS AUTHORITY



United Arab Emirates

الفصل الأول

مقدمة

الفصل الأول

مقدمة

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

وتحتوي هذه النشرة على الأرقام القياسية لأسعار المستهلك لعام 2015 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 ورسمي 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 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 على مستوى الدولة، كما تم تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك لكل من أبو ظبي 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 تشمل مجموعة من السلع، تم وصفها بمزيد من التفصيل، بحيث تعطي وصفاً دقيقاً للمادة المراد جمع أسعارها، من حيث اسم السلعة المعروف، والماركة المشهورة، وبلد المنشأ، إضافة إلى الوزن المتداول. 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:

- تكييف الأجور والإعانات الحكومية وإعانات الضمان الاجتماعي للتعويض جزئياً أو كلياً عن التغيرات في تكلفة المعيشة.
- قياس متوسط تضخم الأسعار للقطاع الأسري برمته، حيث يستخدم المؤشر لإزالة أثر تضخم عناصر الإنفاق الاستهلاكي النهائي للأسر المعيشية في الحسابات القومية، وتخليص الدخل والمجاميع القومية من أثر تغيرات الأسعار.

- يستخدم كمؤشر لقياس معدلات التضخم والانحسار الاقتصادي.
- يستخدم من قبل عامة الناس كدليل يسترشد به، فيما يتعلق بميزانية الأسرة والبنود المكونة لها.
- يستخدم كمقياس للتغيرات في القدرة الشرائية للعملة.
- 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.
- يستخدم الرقم القياسي كمؤشر هام يعكس مدى التقدم والتطور، الذي يحدث للقطاع الإنتاجي في فترة زمنية مقارنة بأخرى.
- 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 التقرير

لقد تم تقسيم تقرير 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 التقرير.
- **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

الفصل الثاني

المفاهيم والمصطلحات

مصادر جمع البيانات:

هي المنشآت التي تجمع منها بيانات الأسعار للسلع والخدمات الخاصة بالمسح، كمحلات البيع بالتجزئة، مثل البقالات و(الهبير 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:

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

حيث: P_i يمثل المستوى العام للأسعار في سنة المقارنة.

P_{i-1} يمثل المستوى العام للأسعار للسنة السابقة.

الرقم القياسي للأسعار:

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 (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

الفصل الثالث

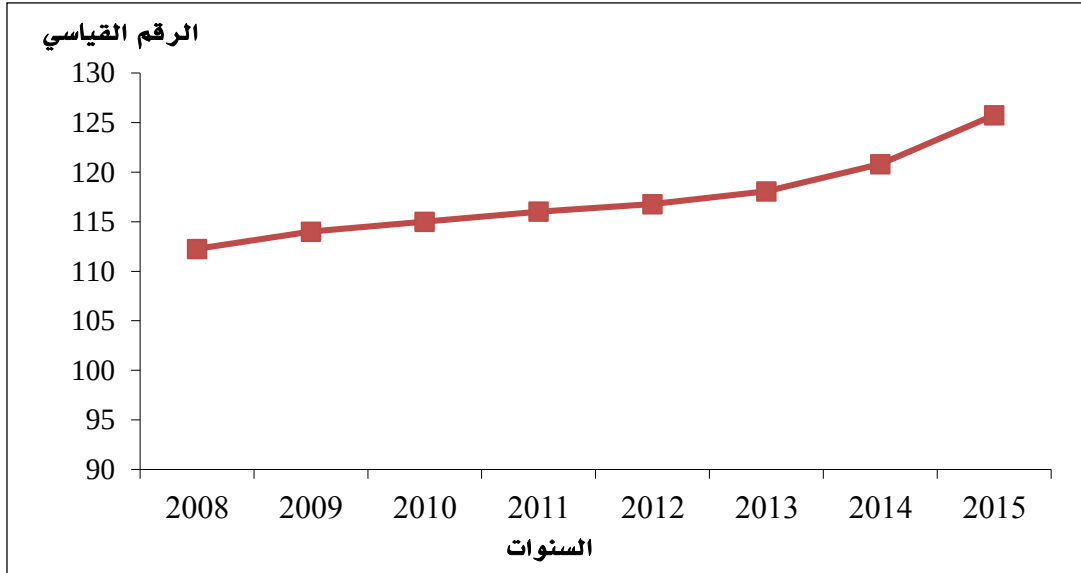
النتائج الرئيسية

1.3 الأرقام القياسية لأسعار المستهلك خلال عام 2015 (سنة الأساس 2007=100)

يتضح من خلال البيانات المتوفرة عن حركة أسعار المستهلك خلال عام 2015، أن المتوسط السنوي لهذا العام، قد سجل ارتفاعاً بنسبة 4.07% على مستوى الدولة مقارنة بالمتوسط السنوي لعام 2014. وهي نسبة أعلى من الارتفاع الحاصل خلال عام 2014 عن عام 2013، والسبب الرئيسي لارتفاع الأسعار خلال عام 2015، يعود لارتفاع أسعار مجموعات كل من التعليم، والترويج والثقافة، والأغذية والمشروبات غير الكحولية، والتجهيزات والمعدات المنزلية، والنقل، والصحة، والمشروبات الكحولية والتبغ، والمطاعم والفنادق، والسكن، والاتصالات، والسلع والخدمات المتنوعة.

شكل 1: الرقم القياسي لأسعار المستهلك في الدولة خلال الأعوام 2008 - 2015

(سنة الأساس 2007=100)



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 والدواجن والبيض، والأسماك، فهذه السلع كان لها تأثير على الرقم القياسي، نظراً لارتفاع وزنها في سلة المستهلك.

ويمكن ملاحظة ارتفاع أسعار السلع الغذائية وأسعار ايجارات السكن وأسعار التبغ وأسعار خدمات التعليم وأسعار خدمات المطاعم والفنادق، خلال عام 2015، بالإضافة إلى ارتفاع في معظم المجموعات الاستهلاكية الأخرى، وهذا ما دفع المؤشر العام للأسعار للارتفاع خلال العام وبحدة أكبر من الارتفاع الحاصل عام 2014.

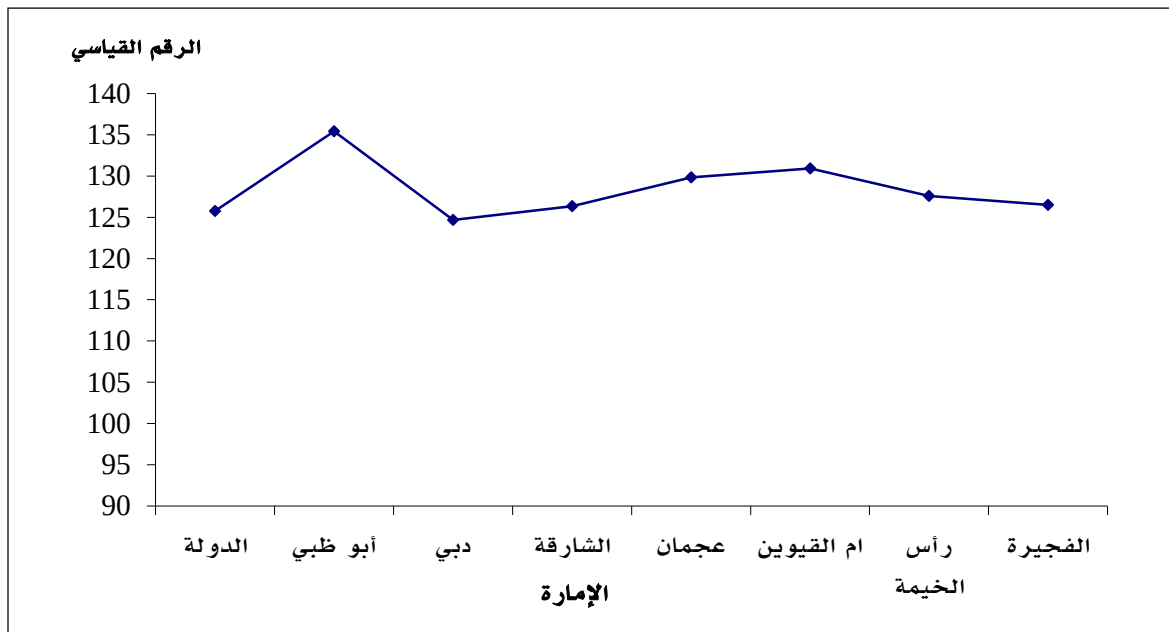
2.3 الأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى الإمارة عام 2015 (سنة الأساس 2007=100)

سجلت الأسعار في أم القيوين ارتفاعاً بنسبة 2.31%، بسبب ارتفاع أسعار مجموعات كل من السكن، والتعليم، والمطاعم والفنادق. وسجلت الأسعار في الشارقة ارتفاعاً مقداره 3.38% خلال العام 2015 نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من السكن، والتعليم، والمطاعم والفنادق. وسجلت الأسعار في عجمان ارتفاعاً مقداره 2.98%، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من السكن، والتعليم، والمطاعم والفنادق. أما الأسعار في رأس الخيمة فقد سجلت ارتفاعاً مقداره 3.01%، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من السكن، والتعليم، والمطاعم والفنادق. كما سجلت الأسعار في الفجيرة ارتفاعاً مقداره 1.74%، نتج بصورة رئيسية عن ارتفاع أسعار مجموعات كل من السكن، والتعليم، والمطاعم والفنادق.

هذا ولقد سجلت الأسعار في أبو ظبي ارتفاعاً بنسبة 5.35% خلال عام 2015 مقارنة مع عام 2014، أما دبي فقد شهدت ارتفاعاً بنسبة 3.99%.

شكل 2: الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب الإمارة عام 2015

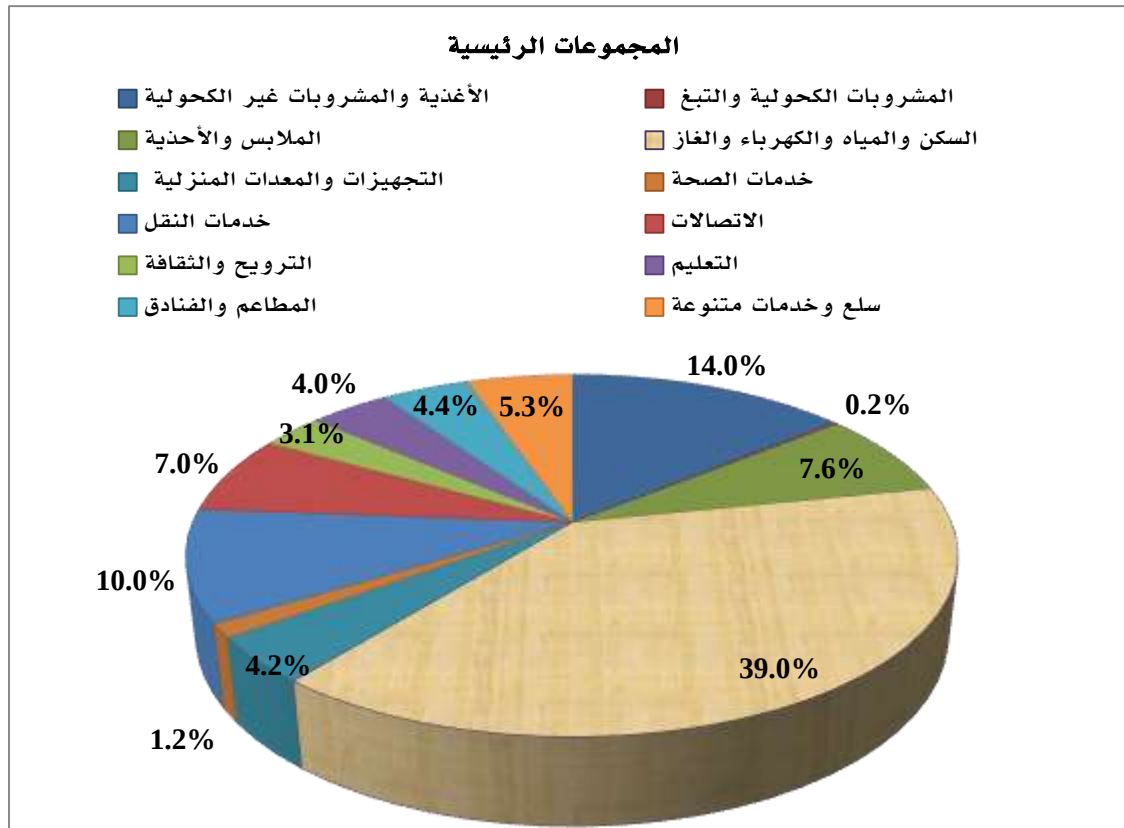
(سنة الأساس 2007=100)



3.3 حركة الرقم القياسي لأسعار المستهلك حسب المجموعات الرئيسية على مستوى الدولة خلال عام 2015 (سنة الأساس 2007=100)

بلغ معدل الرقم القياسي لأسعار المستهلك على مستوى الدولة للعام 2015 ما مقداره 125.75، مقارنة بـ 120.84 خلال عام 2014، وعليه يكون معدل التضخم لعام 2015 لأسعار المستهلك 4.07%، وهو أعلى مما كان عليه في عام 2014. ويعود التضخم في أسعار المستهلك في عام 2015 مقارنة بعام 2014 إلى الارتفاع في أسعار التعليم بنسبة 3.76%، والتجهيزات والمعدات المنزلية بنسبة 2.24%، والسكن بنسبة 8.83%، والمشروبات الكحولية والتبغ بنسبة 1.18%، ومجموعة السلع والخدمات المتنوعة بنسبة 2.17%، والأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة 1.23%، وخدمات النقل بنسبة 2.00%، والمطاعم والفنادق بنسبة 2.67%، والترفيه والثقافة بنسبة 0.06%، والاتصالات بنسبة 0.13%، وخدمات الصحة بنسبة 0.34%. في حين انخفضت أسعار مجموعة الملابس والأحذية بمقدار 1.62%.

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





الفصل الرابع المنهجية

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(الهيبر 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 تقوم الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء بجمع بيانات الأسعار من الإمارات الشمالية الخمس فقط، بينما يقوم كل من مركز الإحصاء - أبوظبي، ومركز دبي للإحصاء، بجمع البيانات من إمارتي أبوظبي ودبي، وتزويد المركز 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، وتجدر الإشارة هنا الى ان الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء بدأت منذ نهاية العام 2012 بجمع البيانات باستخدام تكنولوجيا الاجهزة 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، وقريباً سيتم تحديث سنة الأساس لتصبح للعام 2014.

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
0.218	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



الفصل الخامس جودة البيانات

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 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 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 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 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 تندرج 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 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 أدت 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:

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

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

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

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

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.

2.5 ملاحظات فنية أخرى

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

1. يتم 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.



الجداول Tables

جدول 1: الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك والمتوسط السنوي حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2015
Table 1: Monthly Consumer Price Indices and the Annual Average by Major Groups of Expenditure, 2015
(سنة الأساس 100=2007 Base Year)

Major Groups of Expenditure	المتوسط Average	ديسمبر Dec.	نوفمبر Nov.	أكتوبر Oct.	سبتمبر Sep.	أغسطس Aug.	يوليو Jul.	يونيو Jun.	مايو May	إبريل Apr.	مارس Mar.	فبراير Feb.	يناير Jan.	مجموعات الإنفاق الرئيسية
All items of consumer price index	125.75	127.05	126.53	126.97	127.58	127.19	126.03	125.66	125.27	124.94	124.71	123.60	123.49	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	144.88	145.61	146.85	147.87	149.52	146.11	146.83	144.84	143.76	141.75	141.86	142.05	141.45	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	150.28	150.28	150.28	150.28	150.28	150.28	150.28	150.17	150.17	150.17	150.47	150.66	150.10	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	107.68	109.42	108.78	109.78	108.25	104.99	106.08	105.72	106.98	108.35	107.81	107.66	108.31	الملابس والأحذية
Housing	121.47	124.50	122.80	122.61	122.48	122.37	122.30	122.14	121.16	120.89	120.72	117.97	117.71	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	135.24	135.08	134.81	134.61	135.21	134.84	134.99	135.00	135.86	135.71	135.66	135.55	135.58	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	108.15	108.10	108.11	108.10	108.10	108.08	108.05	108.12	108.15	108.15	108.27	108.15	108.41	خدمات الصحة
Transportation	124.29	120.95	121.50	124.48	129.84	135.82	122.76	122.72	122.91	122.78	122.72	122.51	122.46	خدمات النقل
Communications	98.82	98.78	98.81	98.79	98.82	98.83	98.82	98.82	98.82	98.83	98.84	98.84	98.84	الاتصالات
Recreation and culture	116.54	116.62	116.68	116.66	116.64	116.51	116.51	116.51	116.28	116.48	116.49	116.50	116.63	الترويح والثقافة
Education	159.26	162.76	162.76	162.76	162.76	157.56	157.56	157.56	157.56	157.56	157.43	157.43	157.43	التعليم
Restaurants and hotels	145.43	147.02	146.59	146.61	146.58	146.51	146.05	145.97	146.01	145.32	143.23	142.53	142.79	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	130.10	130.18	130.11	130.30	130.07	130.23	130.21	130.37	130.34	130.14	129.50	129.74	129.99	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 2: الأرقام القياسية الشهرية لأسعار المستهلك حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية 2007 - 2015
Table 2: Consumer Price Indices by Major Groups of Expenditure, 2007 - 2015

Major Groups of Expenditure	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	مجموعات الإنفاق الرئيسية
All items of consumer price index	125.75	120.84	118.07	116.78	116.01	115.00	114.00	112.25	100.00	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	144.88	143.11	140.07	136.39	129.60	122.42	117.20	116.27	100.00	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	150.28	148.53	144.27	126.27	118.73	116.23	114.78	103.72	100.00	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	107.68	109.45	109.22	108.95	106.38	108.40	114.06	119.77	100.00	الملابس والأحذية
Housing	121.47	111.62	108.23	107.95	110.80	113.56	113.90	113.43	100.00	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	135.24	132.28	126.91	125.74	123.14	118.86	113.56	106.97	100.00	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	108.15	107.78	107.32	106.90	105.75	105.26	106.18	107.77	100.00	خدمات الصحة
Transportation	124.29	121.85	120.20	119.01	118.82	114.54	110.79	105.74	100.00	خدمات النقل
Communications	98.82	98.70	98.15	98.17	98.16	98.12	104.15	100.96	100.00	الاتصالات
Recreation and culture	116.54	116.47	115.58	114.59	114.33	109.33	104.40	105.24	100.00	الترويح والثقافة
Education	159.26	153.48	147.12	139.61	133.60	128.89	119.25	108.55	100.00	التعليم
Restaurants and hotels	145.43	141.65	139.94	137.28	131.82	130.84	129.70	123.68	100.00	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	130.10	127.32	123.60	123.87	121.88	117.31	115.68	112.06	100.00	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 3: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الإنفاق الرئيسية
2015 - 2014

Table 3: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Major Groups of Expenditure, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Major Groups of Expenditure	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات الإنفاق الرئيسية
All items of consumer price index	4.07	125.75	120.84	الرقم القياسي العام
Food and soft drinks	1.23	144.88	143.11	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Beverages and tobacco	1.18	150.28	148.53	المشروبات الكحولية والتبغ
Textiles, clothing and footwear	-1.62	107.68	109.45	الملابس والأحذية
Housing	8.83	121.47	111.62	السكن والمياه والكهرباء والغاز
Furniture and household goods	2.24	135.24	132.28	التجهيزات والمعدات المنزلية
Medical care	0.34	108.15	107.78	خدمات الصحة
Transportation	2.00	124.29	121.85	خدمات النقل
Communications	0.13	98.82	98.70	الاتصالات
Recreation and culture	0.06	116.54	116.47	الترويح والثقافة
Education	3.76	159.26	153.48	التعليم
Restaurants and hotels	2.67	145.43	141.65	المطاعم والفنادق
Miscellaneous goods and services	2.17	130.10	127.32	سلع وخدمات متنوعة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 4: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية 2014 - 2015

Table 4: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Food and Non-Alcoholic Beverages Groups, 2014 – 2015

Base Year(100=2007 سنة الأساس)

Food and Non-Alcoholic Beverages Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Food and Non-Alcoholic Beverages Groups	1.24	144.88	143.11	الأغذية والمشروبات غير الكحولية
Cereals and their products	- 0.74	129.31	130.28	الحبوب ومنتجاتها
Meat & poultry	2.98	145.88	141.66	اللحوم والدواجن
Fish	1.72	203.37	199.92	الأسماك
Milk products and eggs	2.73	116.99	113.88	منتجات الألبان والبيض
Oils and fats	5.85	128.20	121.12	الزيوت والدهون
Fruits	- 0.99	143.37	144.81	الفواكه
Vegetables	0.03	172.68	172.63	الخضروات
Sugar and sugar products	1.41	136.27	134.38	السكر ومنتجاته
Spices	- 0.29	164.64	165.12	التوابل
Tea, coffee and cocoa	- 0.05	131.75	131.81	الشاي والبن والكاكاو
Beverages and soft drinks	1.46	123.13	121.37	المشروبات والمرطبات

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 5: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب المشروبات الكحولية والتبغ 2014 - 2015

Table 5: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Alcoholic Beverages and Tobacco Groups, 2014 – 2015

Base Year(100=2007 سنة الأساس)

Alcoholic Beverages and Tobacco Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات المشروبات الكحولية والتبغ
Alcoholic beverages & tobacco	1.21	150.28	148.49	المشروبات الكحولية والتبغ
Alcoholic beverages	0.74	132.92	131.95	المشروبات الكحولية
Cigar	- 6.75	122.64	131.51	السيجار
Cigarettes	2.66	160.04	155.90	السجائر

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 6: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الملابس والأحذية
2015 - 2014

Table 6: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Textiles, Clothing & Footwear Groups, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Textiles, Clothing & Footwear Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات الملابس والأحذية
Textiles, Clothing & Footwear	-1.62	107.68	109.45	الملابس والأحذية
Men's clothing	-3.16	109.70	113.28	الملابس الرجالية
Clothing accessories	-3.20	74.56	77.02	لواحق الملابس
Women's clothing	-5.31	95.18	100.52	الملابس النسائية
Fabrics and tailoring expenses	-13.93	101.35	117.75	الأقمشة ومصارييف التفصيل
boys and girls clothing	-3.06	105.38	108.71	الملابس البنائية والولادية
Footwear	4.88	83.54	79.66	الأحذية

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 7: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السكن
2015 - 2014

Table 7: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Housing, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Housing Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات السكن
Housing	8.83	121.47	111.62	السكن
House Rent	8.05	120.17	111.22	الإيجارات
Value of housing maintenance	0.00	140.00	140.00	قيمة صيانة المسكن
Value of water consumption	2.39	111.80	109.19	قيمة استهلاك المياه
Value of electricity consumption	23.55	124.52	100.79	قيمة استهلاك الكهرباء
Value of gas consumption	- 0.16	193.17	193.49	قيمة استهلاك الغاز
Liquid fuel	- 0.84	122.71	123.75	الوقود السائل
Dry or solid fuel	11.48	147.07	131.93	الوقود الجاف أو الصلب

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 8: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات التجهيزات
والمعدات المنزلية 2014 - 2015

Table 8: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Furniture
and household goods Groups, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

مجموعات التجهيزات والمعدات المنزلية	2014	2015	نسبة التغير %	Furniture and household goods Groups
التجهيزات والمعدات المنزلية	132.28	135.24	2.24	Furniture and household goods
الأثاث والسجاد والمفارش	100.78	98.88	-1.88	Furniture, carpets and bedspreads
الأدوات والتجهيزات الكهربائية	122.59	127.98	4.40	Tools and electrical equipment
الأواني والأدوات المنزلية	121.66	115.14	-5.35	Utensils and household equipment
الأدوات الصغيرة واللواحق المتنوعة	177.10	171.49	-3.17	Small tools and miscellaneous accessories
مواد النظافة المنزلية	134.16	137.99	2.85	Household cleaning materials
الخدمات المنزلية	138.94	144.04	3.67	Household Services

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 9: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات النقل والاتصالات
2015 - 2014

Table 9: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by
Transportation and Communications, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Transportation and Communications Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات النقل والاتصالات
Transportation	2.00	124.29	121.85	النقل
Private cars	2.16	104.20	101.99	السيارات الخاصة
Motorcycles	- 0.27	82.58	82.80	الدراجات النارية
Tires	0.00	127.24	127.24	الإطارات
Spare parts	- 0.13	120.71	120.87	قطع الغيار
Batteries	-3.63	148.72	154.32	بطاريات
Maintenance and repair services	1.25	130.73	129.12	خدمات صيانة وتصلح
Gasoline	3.06	128.18	124.37	البنزين
Diesel	-12.85	106.17	121.83	الديزل
Oils	1.31	150.98	149.02	الزيوت
Driving lessons expenses	5.44	123.11	116.75	نفقات تعليم قيادة السيارات
Registration fees of personal transport	3.11	115.60	112.11	مصاريف تسجيل وسائل النقل الشخصية
Bus transport	- 4.75	127.47	133.83	النقل بالحافلات
Taxi transport	2.91	131.61	127.89	النقل بسيارات الأجرة
Air transport	-14.76	97.94	114.90	النقل الجوي
Communications	0.13	98.82	98.70	الاتصالات
Expenses of fixed line services	0.00	113.61	113.61	نفقات خدمات الهواتف الثابتة
Purchase of mobile phones	- 4.96	55.80	58.71	شراء أجهزة الهواتف النقالة
Expenses of mobile services	0.00	89.10	89.10	نفقات خدمات الهواتف النقالة
Expenses of home Internet	1.18	115.12	113.78	مصاريف الإنترنت داخل المنزل
Fees for postal services	0.00	123.88	123.88	رسوم خدمات بريدية

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 10: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات خدمات الصحة والتعليم والمطاعم والفنادق 2014 - 2015

Table 10: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Medical Care, Education and Restaurants and Hotels, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Medical Care, Education and Restaurants Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات خدمات الصحة والتعليم والمطاعم والفنادق
Medical care	0.31	108.11	107.78	الصحة
Medicines and vitamins	0.95	106.94	105.94	أدوية وفيتامينات
Other pharmaceutical products	1.79	118.91	116.82	منتجات صيدلانية أخرى
Eyeglasses and contact lenses	- 6.22	126.73	135.14	النظارات الطبية والعدسات اللاصقة
Doctors fees	1.28	118.21	116.72	مصاريف أطباء
Dentists fees	0.72	109.07	108.29	مصاريف أطباء الأسنان
Expenses of medical tests and X-ray	- 2.28	112.59	115.21	مصاريف التحاليل الطبية والأشعة
Costs of hospitalization at government hospitals	- 2.82	66.08	67.99	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الحكومية
Costs of hospitalization at private hospitals	3.80	101.44	97.72	تكاليف الإقامة والعلاج بالمستشفيات الخاصة
Education	3.76	159.26	153.48	التعليم
Education fees within the State	3.77	159.05	153.28	رسوم التعليم داخل الدولة
Tutorial fees	3.46	173.67	167.86	دروس خصوصية
Restaurants and hotels	2.67	145.43	141.65	المطاعم والفنادق
Meals in restaurants	4.26	156.16	149.77	وجبات داخل المطاعم
Meals and carryout restaurants	0.64	134.53	133.68	وجبات وطلبات خارجية من المطاعم
Expenditure on fresh juices	1.16	160.05	158.21	الإنفاق على العصائر الطازجة
Expenditure on hot and cold beverages	2.68	121.94	118.76	الإنفاق على المشروبات الساخنة والباردة
Expenses of hotel	4.15	128.61	123.48	نفقات خاصة بالفنادق

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 11: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات الترويح والثقافة 2014 - 2015

Table 11: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by Recreation and Culture, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100) Base Year

Recreation and Culture Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات الترويح والثقافة
Recreation and culture	0.06	116.54	116.47	الترويح والثقافة
TVs	0.00	116.16	116.16	أجهزة التلفزيون
Reader (D.V.D)	0.00	158.66	158.66	قارئ أقراص (D.V.D)
Receivers	-13.27	64.96	74.89	أجهزة الاستقبال
Cameras and display images machinery	0.00	89.62	89.62	كاميرات وآلات عرض الصور
Camcorders	0.00	137.56	137.56	كاميرات الفيديو
Movies & photography supplies	0.00	160.98	160.98	أفلام ومستلزمات التصوير
Acidification of movies and extracting images	3.16	112.05	108.62	تحميض أفلام واستخراج الصور
Flowers and plants	1.36	119.38	117.78	الزهور والنباتات
Toys	0.00	100.00	100.00	ألعاب الأطفال
Expenditure on theaters, cinemas and concerts	0.00	117.16	117.16	الإنفاق على المسارح ودور السينما والحفلات
Expenditure on the clubs	0.00	115.00	115.00	الإنفاق على النوادي
Expenditure on museums and zoos	0.00	134.57	134.57	الإنفاق على المتاحف وحدائق الحيوان
Subscribe to satellite channels	0.60	132.70	131.90	الاشتراك في القنوات الفضائية
Expenditure on books	0.00	120.11	120.11	الإنفاق على الكتب
Expenditure on newspapers	0.00	103.00	103.00	الإنفاق على الصحف
Expenditure on magazines	0.12	154.72	154.53	الإنفاق على المجلات
Textbooks	1.84	137.56	135.08	كتب دراسية
Pencils and liquid and dry pens	0.00	295.00	295.00	أقلام الرصاص والحبر السائل والجاف
Rulers and erasers	0.00	183.02	183.02	المسطرة والمحايات
Ink, paper and notebooks	0.00	123.00	123.00	الحبر والورق والدفاتر
Brush painting and drawing tools	0.00	261.84	261.84	فرشاة الرسم وأدوات الرسم
Computer	0.00	97.70	97.70	الحاسوب
Costs of weddings and grief	0.00	105.87	105.87	تكاليف الأفراح والأحزان

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.

جدول 12: الأرقام القياسية السنوية لأسعار المستهلك ونسب التغير حسب مجموعات السلع والخدمات
المتنوعة 2014 - 2015

Table 12: Yearly Consumer Price Indices and the Percentage Changes by
Miscellaneous goods and Services Groups, 2014 – 2015

(سنة الأساس 2007=100 Base Year)

Miscellaneous goods and Services Groups	نسبة التغير %	2015	2014	مجموعات السلع والخدمات المتنوعة
Miscellaneous goods and services	2.17	130.10	127.34	السلع والخدمات المتنوعة
Men's shaving	1.27	103.46	102.16	الحلاقة الرجالية
Women's salon services	1.12	141.73	140.16	خدمات الصالونات النسائية
Perfumes	5.25	123.23	117.08	العطور
Cosmetics	0.99	137.42	136.08	أدوات التجميل
Shaving tools and materials	1.29	114.68	113.22	أدوات ومواد الحلاقة
Electrical drying and haircutting machines	- 5.76	95.59	101.43	آلات تجفيف وحلاقة الشعر الكهربائية
Fresheners and body odor remover	2.20	125.14	122.44	معطرات الجسم ومزيل الرائحة
Hair or body oils	1.47	125.32	123.50	زيوت الشعر أو الجسم
Oud & Incense	0.49	85.41	85.00	العود والبخور
Creams of all kinds	1.32	107.58	106.18	الكريمات بأنواعها
Powder	1.44	145.71	143.64	بودرة
Henna	- 2.46	98.72	101.21	الحناء
Hair dyes	1.41	113.70	112.11	أصباغ الشعر
Accessories	- 2.71	103.58	106.46	أكسسوارات
Brushes and toothpaste	3.53	174.21	168.27	فرش ومعجون الأسنان
Shampoo and toilet soap	- 2.92	124.71	128.45	الشامبو وصابون الحمام
Diapers	2.90	193.66	188.19	حفاضات الأطفال
Tissues	- 0.97	123.58	124.80	المحارم الورقية
Women's towels	0.17	96.75	96.59	الفوط النسائية
Toilet tissues	- 0.52	220.14	221.29	محارم التواليت
Gems and jewelry	- 8.53	176.69	193.16	الأحجار الكريمة والمصوغات
Watches	0.07	114.85	114.77	ساعات اليد
Clothing and hand bags and similar	- 3.68	109.29	113.46	حقائب الملابس واليد وما شابهها
School bags	4.43	89.67	85.86	حقائب مدرسية
Sunglasses	- 2.29	99.53	101.86	النظارات الشمسية
Fees for issuing and renewal of passport	0.00	99.37	99.37	رسوم استخراج وتجديد جواز السفر
Other expenditures	0.00	107.30	107.30	نفقات أخرى "
Fees for issuing health cards	2.40	128.38	125.37	رسوم استخراج البطاقات الصحية
Health insurance	9.76	84.55	77.03	التأمين الصحي
Cost of insurance services	6.11	125.96	118.70	تكلفة خدمات التأمين
Office costs to bring employment	3.44	228.24	220.64	تكاليف مكاتب جلب العمالة

Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority.

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء.