

**منهجية**

**الرقم القياسي لأسعار المستهلك 2015**

**المحتويات**

|  |  |
| --- | --- |
| خلفية عامـة عــن الأرقام القياسية | 3 |
| المجتمع المستهدف وإطار المسح | 4 |
| عينة المسح | 5 |
| مراحل المسح | 6 |
| الوثائق الرئيسية للمسح | 7 |
| العاملين بالمسح | 9 |
| مرحلة العمـل الميدانــي | 9 |
| مرحلة تجهيز البيانات |  11 |
| التعاريف  |  12  |
| الخطط التحسينية |  13  |

**أولاً: خلفية عامـة عــن الأرقام القياسية**

* 1. **مقـدمة**

تستخدم الأرقام القياسية في التطبيقات الاحصائية في مجال الدراسات الاقتصادية، حيث يمكن التعرف من خلالها على الاحوال الاقتصادية للدول المختلفة، من خلال تحليل الدراسات التي تتم بواسطة الأرقام القياسية، كذلك للمساعدة في التنبؤ بما يمكن ان يحدث للمتغيرات المختلفة في المستقبل.

كذلك يقيس الرقم القياسي التطورات على اسعار واحجام وقيم مختلف انواع الاحصاءات، فمثلاً: الرقم القياسي للأسعار يقيس التغير الذي يطرأ على الأسعار بين فترة واخرى، والرقم القياسي للإنتاج يقيس التغير على الانتاج لصناعة ما بين فترات مختلفة، كذلك الحال للرقم القياسي للتجارة الخارجية يقيس حركة الصادرات والواردات سواءً من حيث الحجم او الكمية بين فترة وأخرى.

ولم تعد تطبيقات الأرقام القياسية مقتصرة على الاقتصاديين في تحليلاتهم بل اصبحت وسيلة في ايدي المهتمين بالعلوم الاجتماعية والادارية والعلوم المتخصصة الاخرى المختلفة لإجراء المقارنات والتحليلات والتوقعات المستقبلية.

لذا يمكن القول ان الرقم القياسي مؤشر يستخدم في التحليل الاحصائي لقياس التغيرات التي تطرأ على اي ظاهرة عبر الزمن يمكن التعبير عنها رقمياً.

ومن الجدير ذكره ان الارقام القياسية لأسعار المستهلك التي يتم تركيبها في مركز دبي للإحصاء روعي عند تركيبها التقيد بالمعايير والمفاهيم المعدة مـن قبل الهيئات الدولية والوطنية. وذلك من اجل:

* إمكانية المقارنة بين إمارات الدولة
* امكانية المقارنة مع الدول الأخرى

**2.1 أهداف الرقم القياسي لأسعار المستهلك**

يعتبر الرقم القياسي لأسعار المستهلك من أحد أهم الأرقام القياسية، والتي تحرص المراكز الإحصائية على إصدارها، لذا يمكن تلخيص أهداف الرقم القياسي لأسعار المستهلك من أهمية استخداماتها، وهي كالتالي:

- يعتبر الرقم القياسي لأسعار المستهلك وسيلة إحصائية لقياس التغيرات في أسعار السلع والخدمات الاستهلاكية بين فترة وأخرى

- يستخدم الرقم القياسي لأسعار المستهلك ايضاً على نطاق واسع كمؤشر دقيق لقياس اتجاهات التضخم والانحسار الاقتصادي

- يستخدم الرقم القياسي لأسعار المستهلك كذلك كمقياس للتغيرات في القوة الشرائية للعملة

يعتبر الرقم القياسي للاسعار المستهلك بشكل عام أحد الأدوات الهامة المستخدمة في إعداد الحسابات القومية وذلك بتخليص الدخل والمجاميع القومية من أثر تغيرات الأسعار.

**ثانياً: المجتمع المستهدف وإطار المسح**

**1.2 المجتمع المستهدف**

دراسة اسعار مجموعة من السلع والخدمات الداخلة في نظام اسعار المستهلك، مبوبة حسب التصنيف الدولي للاستهلاك الفردي حسب الاغراض (COICOP) من اجل حساب الرقم القياسي وفق المجموعات التالية:

1. مجموعة الطعام والمشروبات
2. مجموعة التبغ
3. مجموعة الملابس وملبوسات القدم
4. مجموعة السكن، المياه، الكهرباء، الغاز والوقود
5. مجموعة الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية وإصلاحها
6. مجموعة الصحة
7. مجموعة النقـــل
8. مجموعة الاتصالات
9. مجموعة الترفيه والثقافة
10. مجموعة التعليم
11. مجموعة المطاعم والفنادق
12. مجموعة السلع والخدمات المتنوعة

**2.2 إطار عينة المسح**

تم الإستناد في عينة المسح على مصادر بيع السلع والخدمات الاستهلاكية، حيث قام المختصين باختيار المصادر التي توفر السلع والخدمات الداخلة في السلة مع مراعاه توفرها دائما، بحيث تكون هذه المصادر تغطي كافة المناطق في إمارة دبي.

**ثالثاً: عينة المسح**

**1.3 سحب وحدات العينة**

من المعروف أن مجموعة السلع والخدمات الداخلة في أسعار المستهلك تغطي طيفاً واسعاً من السلع والخدمات، وسيكون الحصول على أسعار المستهلك بطريقة الحصر الشامل لهذه السلع والخدمات مكلفاً للغاية بل قد يكون مستحيلاً. وفي الواقع العملي، جرت العادة على الاقتصار على عينة من مجموعات السلع الخدمات من عدد من المصادر لجمع أسعار المستهلك، وتبين في الواقع التطبيقي أنه إذا تم اختيار هذه المصادر بطريقة مناسبة، فستكون نوعية البيانات أفضل، بسبب الاستعانة بعدد محدود من جامعي البيانات الأكثر تخصصاً وتدريبهم ومراقبتهم بشكل أفضل. وفي هذا السياق يميز بين نوعين مختلفين العينات: النوع الأول، ويسمى العينات الاحتمالية ((Probability Sampling، وهي العينات التي يتم اختيارها بالطريقة العشوائية، ويكون لكل وحدة من وحداتها احتمالاً محددا مختلفا عن الصفر، ويمكن الاعتماد على نتائج هذه العينات لتعميمها على المجتمعات التي سحبت منها، وتحديد درجة الثقة بالنتائج وحساب الأخطاء المرتكبة. النوع الثاني، ويسمى العينات غير الاحتمالية (Non Probability Sampling) أو العمدية، وهي العينات التي لا تعتمد على مبادئ الاحتمالات، حيث يتم اختيار الوحدات المكونة للعينة بطريقة تحكمية أو شخصية. ونظرًا لعدم توفر أطر مكتملة لمصادر أسعار السلع والخدمات الاستهلاكية في اغلب الأحيان، والتعقيدات الخاصة بتصميم عينات احتمالية ممثلة للمجتمع المستهدف والتقنيات الخاصة بحساب أخطائها، فقد جرت العادة في التطبيقات العملية وفي العديد من الدول بالاعتماد على عينات غير احتمالية لجمع أسعار السلع والخدمات الاستهلاكية.

وحيث أن إمارة دبي تشكل منطقة جغرافية واحدة، ويوجد تماثل كبير في أسعار السلع والخدمات من المصادر المختلفة. قام مركز دبي للإحصاء بتطبيق نهج العينة الاحتمالية ونهج العينة غير الاحتمالية أو العمدية لجمع أسعار السلع والخدمات من محلات البيع بالتجزئة والأسواق المركزية ومحلات الخدمات، حيث تم اختيار الوحدات المكونة للعينة بطريقة تحكمية أو شخصية بما يضمن تغطية كافة اصناف السلع والخدمات الواردة في سلة المستهلك، ومدى توفر اسعار السلع بشكل دائم.

لقد بلغ عدد السلع والخدمات التي يتم تغطيتها 1967 سلعة وخدمة، تمثل السلع الاستهلاكية الداخلة في تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلك، يتم جمعها من 172 مصدر موزعة على معظم مناطق دبي، مع الأخذ بعين الإعتبار التوقيت الزمني لجمع الأسعار (الأسبوعية، الشهرية، والربع سنوية)

**رابعاً: مراحل المسح**

تضمنت مراحل المسح مجموعة من العمليات المتداخلة والمتكاملة التي قام بها فريق العمل إعتمادا على مراحل منهجية حوكمة وإدارة العمليات الإحصائية لإعداد خطة العمل والبرنامج الزمني لتنفيذه ولضمان إنجاز العمل ضمن أعلى معايير الجودة. وقد شملت على ما يلي:

 **1.4مرحلة التصميم**

شملت هذه المرحلة إعداد ومراجعة واعتماد الاستمارة الإحصائية الأولية كما يشمل تصميم العينة ومنهجيتها وإعداد وصف المتغيرات وتصميم واعتماد قواعد المطابقة والتدقيق والمراجعة والمنهجيات الخاصة بمعالجة البيانات والمخرجات للأنظمة الإحصائية

**4.2 مرحلة البناء**

تتضمن هذه المرحلة إعداد وتصميم واعتماد الاستمارة الإحصائية، وتطوير أنظمة لعملية إدخال الأسعار وحساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك، وتصميم وبناء جداول التقارير للأنظمة الإحصائية.

**4.3 مرحلة جمع البيانات الميدانية**

تتضمن مرحلة جمع البيانات الميدانية وهي من أهم وأكبر مراحل العمل في المسح، حيث تشمل على المرحلة التحضيرية والتي بتم خلالها تحديد الإطار وسحب وحدات العينة والتعرف عليها وكذلك وضع منهجية جمع البيانات الميدانية، كما تتضمن هذه المرحلة تنفيذ الدورات التدريبية والتنسيق مع سلطة المناطق المستهدفة في تنفيذ المسح. أيضا تتضمن المرحلة الميدانية والتي تشمل جمع البيانات الميدانية ورفع التقارير عن سير العمل، وتشمل التحقق من استيفاء الاستمارة وترقيمها وتفريغ الاستمارات في برنامج الإدخال وأرشفة الاستمارات الورقية.

 **4.4مرحلة معالجة البيانات**

تتضمن مرحلة معالجة البيانات والتي تشمل تصنيف وترميز المتغيرات وتطبيق قواعد التدقيق والمراجعة والتدقيق على البيانات واعتماد البيانات الخام وتعويض القيم المفقودة وربط المتغيرات من المصادر المتعددة من قسم تطوير النظم واحتساب الأوزان وحساب النتائج التجميعية من البيانات الرئيسية والفرعية، واعتماد قاعدة البيانات قبل النهائية.

**5.4 مرحلة التحليل**

تتضمن هذه المرحلة استخراج النتائج الأولية، واحتساب المؤشرات الأولية، والتدقيق الكلي للنتائج والمقارنة من الإحصاءات السابقة والتحقق من البيانات الأخرى المتوفرة، وتحليل النتائج، مراجعة النتائج وتطبيق مستويات سريتها، كما تشمل مراجعة النتائج وتطبيق مستويات سريتها، واعتماد النتائج النهائية، كما تشمل مراجعة النتائج النهائية واعتمادها، والتنسيق مع المعنيين الخارجيين لاعتماد النتائج النهائية، وفي هذه المرحلة يتم توثيق المنهجية العامة واساليب العمل المستخدمة واعتمادها.

**6.4 مرحلة النشر**

تتضمن المرحلة التأكد من تصاميم جميع المخرجات وقابليتها للنشر، والتنسيق مع المعنيين للاتفاق على النتائج المصرح نشرها وتحديد مستويات النشر، ومراجعة مستويات النشر واعتمادها، وبناء الحزم والتقارير الإحصائية في هذه المرحلة تعنى بنشر البيانات على الحزم التي تم تصميمها في مرحلة البناء، وتشمل نشر التقارير والاصدارات الاحصائية الكترونيا، وكذلك حصر الاخبار وتزويد وسائل الاعلام بأخبار وانشطة وفعاليات المركز، وادارة قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمركز، كما تشمل استلام وتوصيل طلبات مختلف الفئات المعنية، كما يتم التواصل مع المتعاملين بالرد على استفساراتهم بعد الانتهاء من نشر البيانات.

**7.4 مرحلة التقييم**

في هذه المرحلة التي تأتي في نهاية المشروع يتم تقييم العملية الاحصائية بالتنسيق مع الجهات الداخلية والمعنية، وكذاك وضع خطة تحسينية بالتنسيق مع الجهات الداخلية المعنية واعتمادها.

**خامساً: الوثائق الرئيسية للمسح**

تضمنت وثائق المسح كل من استمارات جمع البيانات وبرنامج حساب الرقم وجداول المخرجات لعرض النتائج.

**1.5 استمارة المسح**

تم إعداد استمارة بسيطة لجمع البيانات لكل مصدر من مصادر البيع، بحيث تتضمن الاستمارة اسم المصدر رمز المجموعة السلعية الفرعية مع وصفها، ورقم السلعة، ووصف السلعة، والرمز التجاري (الباركود)، بلد المنشأ، والوحدة للسلعة ووحدتها بالإضافة خانة للسعر حيث يقوم الباحث بتسجيل السعر عند زيارة المصدر.



**2.5 ترميز البيانات**

تم ترميز البيانات حسب التصنيف الدولي للاستهلاك الفردي حسب الغرض (COICOP) من اجل حساب الرقم القياسي وفق المجموعات الرئيسية ثم المجموعات الفرعية حسب الحد الثاني ثم الثالث والرابع كما هو موضح في المثال التالي

**مثال:**

|  |  |
| --- | --- |
| **الرمز (COICOP)** | **وصف القسم/ المجموعة/ الفئة / السلعة / الصنف** |
| 01  | مجموعة الطعام والمشروبات |
| 01.1 |  الطعام |
| 01.1.1  |  الخبز والحبوب ومنتجاتها  |
| 01.1.1.1 |  الأرز |
| 01.1.1.1.01 |  أرز بسمتي هندي |

**سادساً: العاملين بالمسح**

**1.6 الهيكل الوظائفي للعاملين بالمسح**

تم تنظيم العاملين الذي شاركوا في العمل الفني والإداري والميداني للمسح على النحو التالي:

* **المشرف العام الفني للمسح:** ومن أبرز مهامه إعداد كافة المنهجيات الفنية المرتبطة بالدراسة "المنهجية المتكاملة، منهجية التدقيق، منهجية استخراج النتائج ... الخ"، كما أنه المرجع الوحيد لأية تعليمات فنية متعلقة بأسئلة ومفاهيم وتعاريف ومتغيرات استمارة الدراسة وأية جوانب وأمور فنية أخرى مرتبطة به، هذا بالإضافة إلى تدريب العاملين المشتركين بالمسح وإعداد واستخراج النتائج.
* **الباحثين:** بلغ العدد 7 باحثين، وتشمل مهام الباحث تنفيذ عملية جمع البيانات والتأكد من استيفاء جميع البيانات في الاستمارة قبل مغادرة المنفذ وكذلك تدقيق البيانات المستوفاة في الميدان ثم إدخال البيان في البرنامج الإدخال والمعد لحساب الرقم. والتدقيق المبدئي على منطقية البيانات.

**2.6 اختيار الباحثين وتدريبهم**

بما أن الباحثين العاملين في المسح من موظفي القسم لذا تم اختيار 7 للعمل في المسح على مختلف مستوياتهم الإشرافية والتنفيذية حسب عدة أسس من بينها الخبرة السابقة. كما تم وضع خطة تدريب العاملين في المسح وتدربيهم قبل البدء في المسح وتنفيذ مرحلة جمع البيانات من الميدان، وشملت

التدريب التعريف بالمسح وأهدافه والبيانات المراد جمعها وآلية الجمع. كما تم تدريبهم عمليا على برنامج الإدخال.

**سابعاً: مرحلة العمـل الميدانــي**

**1.7 تنظيم العمل الميداني**

تعتبر مرحلة التجهيز والتنفيذ الميداني من المراحل التي يجب ان تنال الرعاية الشاملة لكافة التفاصيل، ولضمان تحقيق أعلى مستوى ممكن من الدقة والجودة في البيانات، يتم تصميم برنامج للسيطرة النوعية على البيانات ميدانياً، وذلك من خلال:

- تدريب الكوادر البشرية العاملة على تنفيذ المشروع ميدانياً وإدارياً.

-توفير سلسلة من الإجراءات الإدارية والميدانية اللازمة لتحقيق مستوى عال من الدقة، عن طريق:

أ. دراسة التقارير الواردة من الميدان والرد على الاستفسارات مباشرة.

ب. عقد اجتماعات دورية مع الباحثين الميدانيين لمناقشة آرائهم بخصوص السلع والخدمات المدرجة في سلة السلع وأسعارها في المصادر المختلفة.

ج. المتابعة المستمرة لأداء الباحثين ميدانياً.

 د. إجراء المقارنات والمطابقات لأسعار السلع التي يتم اختيارها عشوائياً لاختبار أداء الباحثين الميدانيين.

-الفحوص الميدانية للإطار:

1. الفحوص الميدانية الإشرافية وتشمل: -

 أ. الزيارة الميدانية للمصادر

 ب. الفحص بصيغة البديل

 ج. فحص الترابط الداخلي للبيانات

2. الفحوص الميدانية في مرحلة التدقيق والمراجعة الميدانية النهائية للاستمارة.

3. ضبط حركة الاستمارة ميدانياً ومكتبياً.

وتجدر الإشارة بانه يجب تأسيس قاعدة معلومات تساعد على فحص مستوى جودة البيانات ميدانياً، مما يضمن اختصار الوقت والجهد الذي يبذله الطاقم الإشرافي على المشروع.

بعد أن يتم جمع البيانات من الميدان، تتم عملية مراجعة منطقية لهذه البيانات من قبل الباحثين، ثم يتم بعد ذلك إدخال بيانات الأسعار في برنامج الإدخال المصممة بحيث تشمل بيانات كافة السلع والخدمات إضافة إلى أسماء المصادر التي يتم جمع بيانات الأسعار منها ثم يتم بعد ذلك استخراج المتوسطات العامة على حد السلعة.

**2.7 أسلوب جمع البيانات**

يكون جمع البيان من خلال الزيارة الميدانية لمصادر البيع في المرة الأولى، وبعد تعريف الشخص المسؤول في المصدر عن المسح وأهدافه يتم الاتفاق معه بآليه جمع البيان المفضل لدية (ميدانيا/ هاتفيا/ إلكترونيا)، وذلك لتسهيل عمليه الجمع على الباحث والمسؤول في المصدر. بحيث يتم جمع أسعار السلع والخدمات بشكل شهري لمعظم المجموعات السلعية وربعي لبعض المجموعات الاخرى، أما السلع المتقلبة الأسعار كالمواد الغذائية الطازجة فيتم جمع أسعارها بشكل أسبوعي. كما يقوم الباحث بمراجعة الاسعار ومنطقيتها بين مصادر البيع المختلفة والفترات الزمنية المختلفة، والتأكد من دقة بعض الاسعار من خلال المراجعة الميدانية، وكذلك التخلص من بعض الاسعار الشاذة غير المطابقة للسلسلة المنطقية لحركة الاسعار.

**3.7 التدقيق الميداني**

عند الزيارة الميدانية لجمع البيان يشمل استمارة الجمع الأسعار السابقة، لكي يتمكن الباحث من معرفة دقة البيان المدلى به، وبعد الانتهاء من عملية الجمع قبل مغادرة المنفذ يقوم الباحث بالتدقيق على كافة البيانات والتأكد منها.

**ثامناً: مرحلة تجهيز البيانات**

**1.8 التجهيز المكتبي**

بعد أن يتم جمع البيانات من الميدان، تتم عملية المراجعة المنطقية لهذه البيانات من قبل الباحثين.

ويمكن تلخيص عمليات التدقيق المكتبي من خلال التأكد من الامور التالية:

* الأسعار تمثل الشهر المطلوب
* الأسعار بالعملة المطلوبة
* الأسعار جمعت من كافة المصادر المطلوبة
* إجراء استعراض سريع لمنطقية الأسعار المسجلة
* عدم اجراء أية تغيير على وصف السلعة أو وحدة القياس أو السعر دون علم مشرف الفني للمسح
* عدم تبديل المصدر دون علم مشرف الفني للمسح
* وصول كافة البيانات من كافة المصادر

وفي حالة عدم توافق السعرين يقوم الباحث بالنزول للميدان مرة أخرى للتأكد من السعر، ومن ثم يتم إدخال أسعار السلع على برنامج إدخال الأسعار للشهر المطلوب ومراجعة إدخالها.

**2.8 التجهيز الالكتروني**

إعداد برنامج متكامل للأسعار يعمل على مرحلتين الأولى برنامج لإدخال الأسعار الشهرية ويقوم باستخراج التقارير لمتوسطات الأسعار (شهرية -ربع سنوية -سنوية) لكافة السلع والخدمات في سلة المستهلك، والثاني برنامج لحساب واستخراج الأرقام القياسية لأسعار المستهلك (شهرية -ربع سنوية -سنوية) لكافة المجموعات السلعية.

**3.8 عرض ونشر النتائج**

يتم استخراج النتائج حال الانتهاء من احتساب الأرقام القياسية، ليتم عرضها في جداول خاصة، ورسوم بيانية، مع العلم ان عملية نشر البيانات يجب ان تتم وفق الضوابط التي تم الاتفاق عليها في مستويات السرية آخذة بعين الاعتبار معايير وضوابط محددة تأخذ وهي ما يلي:

* ضوابط خاصة بسرية البيانات
* ضوابط خاصة بالحد التي يتم النشر عليه
* ضوابط خاصة بمعايير النشر الدولية فيما لو كان الاحصاء ملتزم دولياً به

كما يتم استخراج النتائج النهائية على مرحلتين الأولى: استخراج متوسطات الأسعار لكافة السلع والخدمات (شهرية -ربع سنوية -سنوية) والثانية: استخدام مخرجات المرحلة الأولى لاستخراج الأرقام القياسية لأسعار المستهلك وبدورية (شهرية -ربع سنوية -سنوية) وذلك على شكل جداول وتقارير ومن ثم يتم نشرها في شكل نشرات وتقارير دورية وتوفير تلك المخرجات بعدة طرق من أهمها:

1. الموقع الالكتروني لمركز دبي للإحصاء.

2. النظام الإحصائي الذكي لإمارة دبي.

3. التطبيق الذكي للمركز.

4. الأخبار الصحفية الدورية.

5. نظام مؤشرات دبي الإحصائية.

6. ملخصات لأهم النتائج في مواقع التواصل الاجتماعي للمركز.

**تاسعاً: التعاريف الرئيسية**

تم إعداد التعاريف والتصانيف المستخدمة في هذا المسح بالاعتماد على المعايير الدولية الصادرة عن الأمم المتحدة وبعض وكالاتها المتخصصة وبحسب ما هو متعارف عليه في مركز دبي للإحصاء.

**مصادر البيانات:**

وهي المنشآت التي تجمع منها بيانات الأسعار للسلع والخدمات الخاصة بكل مجموعة سلعية كمحلات البيع بالتجزئة (مثل الجمعيات التعاونية والسوبر ماركت ومحلات بيع الأقمشة والملابس والأثاث .... الخ)، ومحلات الخدمات (مثل المطاعم والمقاهي، والمستشفيات، والمدارس الخاصة، والأطباء ..... الخ)، إضافة إلى الوحدات السكنية الخاصة بالإيجارات ... الخ

**سعر المستهلك:**

هو السعر الذي يدفعه المستهلك مقابل حصوله على سلعة أو خدمة للاحتياجات الأسرية.

**المجموعة السلعية:**

هي المجموعة الحقيقية للسلع والخدمات التي يقوم المستهلك بالإنفاق عليها للأغراض المعيشية.

**معادلة لاسبير :**

هي معادلة رياضية وضعها عالم الإحصاء لاسبير لاحتساب الأرقام القياسية للأسعار وذلك بقسمة أسعار سنة المقارنة على أسعار سنة الأساس، وبالترجيح بكميات سنة الأساس.

**الرقم القياسي للأسعار:**

هو متوسط التغيرات المتناسبة في أسعار مجموعة معينة من السلع والخدمات بين فترتين زمنيتين.

**فترة الأساس:**

هي الفترة الزمنية التي يتم مقارنة الفترة الجارية بها.

**أسعار فترة الأساس:**

هي أسعار السلع والخدمات في فترة ما والتي يتم مقارنة الأسعار الجارية بها.

**الأهمية النسبية:**

هي النسبة المئوية لأهمية السلع والخدمات داخل سلة المستهلك.

**عاشرا: الخطط التحسينية**

* تحديث قائمة السلع والخدمات في سله المستهلك
* متابعة تحديث المنهجيات والتصنيفات المعتمدة دوليا