



المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية
Arab Institute for Training and Research in Statistics

دورة تدريبية حول
احصاءات الأسعار والأرقام القياسية

15 كانون ثاني /يناير -15 كانون ثاني /يناير 2024

المحاضرة الاولى

مراجعة المفاهيم الأساسية

إعداد: ضرغام عبيدات
رئيس قسم الأسعار - الاحصاءات الاردنية



www.aitrs.org
info@aitrs.org

إحصاءات الأسعار •

أهمية الأسعار: تعتبر الأسعار من أهم المؤشرات الاقتصادية في جميع الدول على اختلاف انظمتها الاقتصادية والاجتماعية، حيث تستخدم في مجالات واسعة ومتعددة في الاقتصاد القومي، مثل التعاملات التجارية الداخلية والخارجية وفي مجال توزيع الموارد الاقتصادية بين القطاعات المختلفة وفي وضع السياسات الاقتصادية بعيدة المدى بالإضافة إلى تحليل الواقع الاقتصادي القائم. كما تلعب الأسعار دوراً أساسياً في نمط واتجاهات التجارة الدولية وتسترشد غالبية الدول النامية منها والمصنعة على حد سواء بالأسعار والية تغيراتها في وضع توزيع اقتصادي لاستثماراتها المختلفة، كما تعتمد هذه الدول على الأرقام القياسية لأسعار المستهلك وكذلك تكاليف المعيشة في تعديل وتحديد الرواتب والأجور. وانطلاقاً من هذه الأهمية للأسعار تقوم الأجهزة الإحصائية والمؤسسات المختصة الأخرى في مختلف الدول بجمع بيانات الأسعار بصورة دورية ودراسة أسعار السلع المختلفة المتداولة في أسواقها المحلية بصورة خاصة بالإضافة إلى واقع الأسعار في البلدان المجاورة والدول الأخرى.

مفهوم السعر:

يعرف السعر بأنه القيمة النقدية البديلة للوحدة الواحدة من السلعة أو الخدمة، أي القيمة السوقية للسلعة أو الخدمة، وهذه القيمة تتكون من تبادل السلع والخدمات في الأسواق التجارية ويعادلها مدى استفادة المستهلك من تلك السلع والخدمات. تتحدد الأسعار في الدول الرأسمالية وبقدر كبير من قبل المؤسسات في ضوء الاعتبارات الاقتصادية وظروف السوق التي تعمل في ظلها تلك المؤسسات وعلى هذا الأساس فإن السعر يلعب دوراً هاماً في مجال توزيع الموارد الإنتاجية بين القطاعات ويخضع لمبدأ تحقيق أعلى ربح ممكن، وليس بالضرورة للاعتبارات المرتبطة بتوفير السلع والخدمات الأساسية التي يحتاجها المواطنون،

أما في الدول الاشتراكية فإن السعر يمثل مكانة مهمة في مجمل العملية التخطيطية فهو يتحدد ضمن إطار تصور مركزي يخضع لاعتبارات اقتصادية واجتماعية وسياسية. وجدير بالذكر أن مقدار القيمة في الاقتصاد الاشتراكي يحدد بكمية العمل المجرد المصروف على إنتاج السلعة، وهي تقاس بدورها بمدة العمل أي وقت العمل.

ويلاحظ في النطاق العملي بان هناك صعوبات جمة تحيط بقياس القيمة بشكل دقيق، وخاصة قياس القيمة الفردية التي هي رهن بنفقات العمل الفردية المستتدة الى الوقت المتوسط لإنتاج البضاعة في مؤسسة معينة، وكذلك من زاوية القيمة الاجتماعية التي يجب ان تستند الى متوسط وقت العمل الضروري للمجتمع ككل والذي يتطلبه انتاج هذه البضاعة او تلك.

و عند ربط المفاهيم والمكونات اعلاه بقاعدة التكوين السعري العام
فيمكن ان نعمم على سبيل التبسيط ان السعر يتكون من:

1 .التكاليف التي تقسم بدورها الى:

أ. المستلزمات السلعية (أدوات ووسائل الإنتاج)

ب. الأجور

2 .هامش الربح

3 .الضرائب والرسوم الجمركية

مفهوم السياسة السعرية:

تمثل السياسة السعرية جملة المبادئ والإجراءات والأسس التي يتم في ضوءها تخطيط وتحديد الأسعار أو التأثير عليها بما يؤمن تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية.

والسياسة السعرية ليست غاية بحد ذاتها وإنما هي وسيلة لإقامة نظام سعري سليم، كما أنها تعتبر واحدة من السياسات الاقتصادية التي تتطلبها عملية التطور الاقتصادي. وعليه فإن السياسة السعرية بمفهومها الواسع تمثل كل الوسائل المباشرة وغير المباشرة للتأثير على هيكل الأسعار ومكوناتها بما فيه هيكل التكاليف والهوامش والرسوم والضرائب غير المباشرة والإعانات المالية في قطاعات اقتصادية معينة أو تحديد الأسعار والعلاقات السعرية بين المجموعات السلعية المختلفة.

العوامل المؤثرة على الأسعار

يفترض أن يكون السعر الذي يدفعه المستهلك لشراء سلعة معينة أو خدمة معادلاً للمنفعة التي يحصل عليها لقاء استعماله لتلك السلعة أو الخدمة، ومع ذلك فإن مستويات الأسعار تتغير عادة نتيجة لأسباب وعوامل مختلفة أهم تلك العوامل ما يلي:

• العوامل المكانية أو الجغرافية أو الإقليمية

توجد في العديد من البلدان فروق في أسعار السلع والخدمات نتيجة لبعدها أو قرب المناطق التي تباع فيها من مراكز الإنتاج مما يزيد أو يقلل من تكاليف النقل، وكذلك غالباً ما تكون هناك فروق كبيرة في الأسعار بين المناطق الحضرية والريفية أو بين المناطق السياحية والمناطق الصناعية.

• عوامل موسمية

يختلف سعر السلعة باختلاف الموسم والفترة التي تجمع فيها الأسعار، فهناك كثير من السلع وحتى الخدمات تتغير أسعارها في فصول من السنة عن أسعارها في فصول أخرى، وتعود أسباب هذه التغيرات الفصلية في الأسعار أما لاختلاف مصدر السلعة محلي أو مستورد أو إلى اختلاف تأثير البيئة على المنتجات الزراعية.

• عوامل التسعير المختلفة لنفس السلعة

يختلف عادة سعر نفس السلعة في التجمع السكني الواحد وذلك باختلاف مكان بيع السلعة واختلاف استخدام السلعة نفسها، وبالفعل يختلف سعر سلعة محددة فيما اذا بيعت في دكان مستقل او محلات تجارية صغيرة عن سعرها فيما اذا بيعت في المحلات الكبرى او الجمعيات التعاونية، اما من ناحية استخدام السلعة فهناك فارق بين سعر السلعة التي تباع للمستهلك كمادة نهائية وسعر نفس السلعة التي تباع كمادة وسيطة تدخل في عملية الانتاج.

• عوامل المرحلة التي يتحدد فيها السعر

يختلف سعر نفس السلعة باختلاف المرحلة التي يتحدد فيها السعر، فسعر المنتج يختلف عن سعر الجملة وسعر الجملة يختلف عن سعر المستهلك وهكذا.

• عوامل فروق المواصفات او الجودة

يختلف سعر السلعة باختلاف مواصفاتها، وفي حالات السلع ينبغي اعتبار الفروقات في التركيب المادي والعناصر والحجم والاسلوب والتغليف وخصائص التشغيل (مثلا القدرة والطاقة والسرعة وغيرها) على انها فروق مواصفات في السلعة.

وفي حال الخدمات تتصل الخصائص النوعية بالصفات مثل النشاطات المكونة للخدمات والظروف التي تقدم فيها الخدمات ومستويات المهارة والتدريب لدى الاشخاص الذين يؤدون الخدمات ... وغيرها.

الا انه وبالرغم من ان العلاقة بين فروق المواصفات وفروق الاسعار في مكان وزمان معين هي علاقة قوية جدا، فليس من الضروري ان ترافق كل الفروق في المواصفات فروق في الاسعار وليس كل فرق في الاسعار بالضرورة ناتج عن فروق في المواصفات.

• العوامل الاقتصادية (السياسات الاقتصادية)

يمكن حصر اهم السياسات و الاجراءات الاقتصادية المؤثرة على السعر بما يلي:

• السياسة المالية و الانفاقية

• السياسة الضريبية و الجمركية

• السياسة النقدية

• سياسة الاستيراد و التصدير

• سياسة دعم الاسعار

• سياسة الاجور و الرواتب

• الاجراءات النوعية

ان طبيعة هذه السياسات العامة (او الجزئية منها) تتحدد في ضوء الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للدولة، كما انها تؤثر بدرجات مختلفة على اسعار السلع والمجموعات السلعية المختلفة.

وحيث ان تركيزنا لا ينصب بشكل اساسي على تفاصيل هذه السياسات سيتم عرض توضيح مبسط للاتجاهات العامة لتاثير تلك السياسات على مستوى الاسعار.

• السياسة المالية والانفاقية

ان التوسع في تلك السياسة من جانبها الجاري والاستثماري من شأنه ان يخلق طلبا متزايدا بل وسريع على ما هو متاح من السلع والخدمات، وفي اغلب الاحيان يعجز العرض المحلي عن تلبية هذه الطلبات المتزايدة مما يؤدي الى اللجوء الى الاستيراد وما يلحقه من اثار تنعكس على المستوى العام للأسعار.

• السياسة الضريبية والجمركية

للسياسة الضريبية والجمركية اثر مباشر على الاسعار والقوة الشرائية، فالضرائب غير المباشرة والرسوم الجمركية على السلع تؤثر على هيكل السعر وتحديده. كما ان الضرائب على الدخل من شأنها ان تؤثر على القوة الشرائية المتاحة لدى الافراد فهي تحجب جزء من القوة الشرائية من التداول.

● السياسة النقدية

ترتبط السياسة النقدية بالاسعار من جوانب عديدة وتأخذ تأثيراتها اشكالا متعددة تلتقي جميعها في التأثير على حجم النقود في التداول.

اذ يمكن ان تستخدم هذه السياسة في تشجيع الافراد على الادخار او في تقليص التسهيلات المصرفية باشكالها المختلفة (زراعية، صناعية، ... وغيرها) وبالتالي تقليص حجم القوة الشرائية في التداول.

اذ يمكن ان تستخدم هذه السياسة في تشجيع الافراد على الادخار او في تقليص التسهيلات المصرفية باشكالها المختلفة (زراعية، صناعية، ... وغيرها) وبالتالي تقليص حجم القوة الشرائية في التداول.

ان السياسة النقدية المستخدمة في اطارها الانكماشى تخفف من ضغوطات الطلب على مستويات الاسعار والعكس يحدث اثناء انتهاج السياسات التوسعية.

• سياسة الدعم

ان سياسة الدعم هي في الجوهر اجراء سياسي اقتصادي لايمكن عزله عن السياسة الاقتصادية العامة للدولة، فهو يأخذ شكل نفقات مالية تتحملها الدولة مساهمة منها في تحقيق بعض الاهداف التنموية التي تحددها طبيعة المرحلة ولحل بعض المشاكل الصناعية والزراعية والاستهلاكية البارزة فيها.

ويمكن لسياسة الدعم ان تعتمد اساليب عديدة لتحقيق الغرض منها على سبيل المثال، منح اعفاءات ضريبية كشكل غير مباشر من اشكال الدعم ولفترة تكون عادة طويلة نسبيا قياسا الى الشكل المباشر او ترفع اسعار السلع الكمالية.

● سياسة الاستيراد والتصدير

ان للتجارة الخارجية ومستوى الاسعار العالمية عموما علاقة وثيقة بمستويات اسعار السلع المنتجة محليا وبمجمل العملية التنموية فدور اسعار التجارة الخارجية وخاصة اسعار المستوردات في التأثير على مستوى الاسعار المحلية يبرز حين الاعتماد على استيراد السلع الاستثمارية التي تستوجبها العملية التنموية والسلع الاستهلاكية المطلوبة لمواجهة حاجات السكان الأخذة في الزيادة.

اما اسعار التصدير فيجب استخدامها لتكون فعالة في تمويل عملية الاستيراد من خلال زيادة حجم الصادرات.

• سياسة الأجور والرواتب

ان لسياسة الاجور والرواتب ارتباطات وتأثيرات واضحة على الاسعار. فالاجر يمثل جزء من التكلفة، وبالتالي فان ارتفاع الاجور بنسبة اكبر من انتاجية العمل سيؤدي إلى ضغوطات تصاعدية على التكاليف والاسعار.

اما اذا كانت زيادة الانتاجية اكبر من زيادة الاجر فانه على نحو عام ليس من المتوقع ان يؤثر ذلك على السعر. ومن ناحية اخرى، فان زيادة الاجور تعني ارتفاع القدرة الشرائية لدى الافراد وفي حالة ثبات الاسعار تؤدي الى زيادة الطلب.

• الإجراءات النوعية

يقصد بهذه الاجراءات عموما تلك المرتبطة بتنظيم توزيع السلع والخدمات وعدم تركها لقوة السوق وذلك بهدف المحافظة على استقرار اسعارها ومن هذه الاجراءات نظام البطاقات او التوزيع المقنن بكميات محددة عند الشراء.

• العوامل الاجتماعية

تؤثر العوامل الاجتماعية على الأسعار واتجاهاتها من خلال ارتباط تلك العوامل بنمط الطلب على السلع والخدمات وتتحصر أهمها في ما يلي:

حجم وتركيب السكن (حسب العمر والجنس)

حركة السكان الداخلية والخارجية.

الأنماط الاستهلاكية المرتبطة بالأذواق والتقاليد الاجتماعية فزيادة حجم السكان وبمعدلات عالية وما يصاحبه من تغير في تركيبه ينتج عنه زيادة في حجم الطلب على السلع والخدمات كما ونوعا.

• العوامل السياسية

للاعتبارات السياسية دور بالغ الأهمية بالنسبة لأسعار بعض السلع كالنفط وغيرها من المواد الهامة.

• عوامل أخرى

هناك عوامل أخرى تؤثر في تحديد السعر كالبلد المنتج او منشأ السلعة، والماركة التجارية وما إلى ذلك.

الجوانب التي تتأثر بالسعر:

لا يتأثر السعر بالعوامل التي عرضناها فحسب بل انه من جانبه يؤثر على ميادين عديدة في الحياة الاقتصادية وعلى الفئات الاجتماعية بمستوياتها المعيشية ودخولها وأنماطها الاستهلاكية، ففي المجالات الاقتصادية للسعر اثر واضح في:

• تحقيق التوازن في السوق بين العرض والطلب

• توزيع الدخل

• انماط الاستهلاك

• تحديد كمية المبيعات

• تنظيم السلع في السوق وترتيبها حسب الجودة والنوعية

• توجيه التبادل السلعي بما يضمن المنفعة العامة لجميع الاطراف المعنية في عملية الانتاج

والتسويق.

دور السعر في توزيع الموارد وتأثيره على العرض والطلب

يتحدد السعر وحجم الانتاج عند مستوى التوازن، ويتم ذلك بدراسة وتحليل سلوك المنتجين (العرض) وسلوك المستهلكين (الطلب)، ولكي نفهم السعر التوازني يجب البدء اولا بتفسير كل من العرض والطلب والعلاقة بينهما وبين السعر.

الطلب:

الطلب على أي سلعة هو مقدار ما يطلب من تلك السلعة في مكان وزمان معينين، والطلب لا يتحدد بالرغبة للحصول على تلك السلعة فحسب انما ايضا بالقوة الشرائية للمستهلك (الرغبة والقدرة أي ما يعرف بالطلب الفعال)، لذا فان السعر يتحدد في تلك الرغبة ونقول ان زيادة السعر يؤدي الى انخفاض الطلب وعلى العكس فان الانخفاض في السعر سيزيد من الطلب، فالعلاقة بين السعر والطلب اذا ستكون علاقة عكسية فكمية السلع التي يرغب المستهلك في الحصول 8 عليها تزداد بانخفاض سعرها شريطة ان تبقى العوامل الاخرى ثابتة.

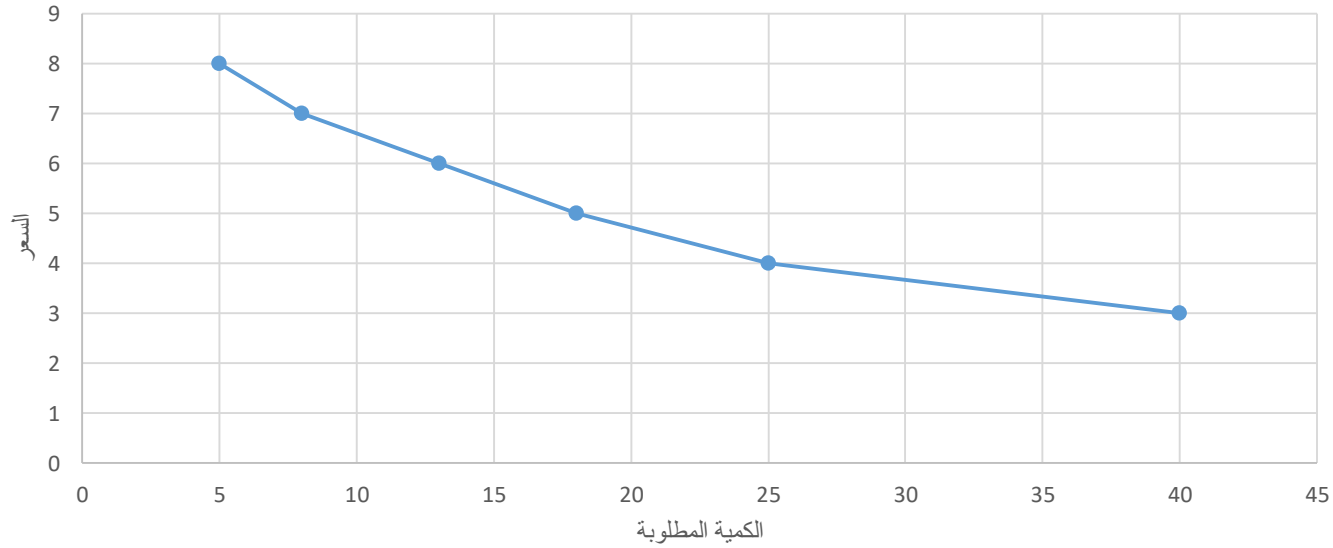
لقد اطلق الاقتصاديون على هذه العلاقة قانون الطلب، ولتوضيح هذا القانون نورد المثال التالي:

نفترض أن السعر الذي يحدده البائع لسلعة الأرز والكميات المطلوبة في ستة فترات
زمنية مختلفة هي كما في الجدول أدناه:

الكمية المعروضة	الكمية المطلوبة	السعر
34	5	8
30	8	7
24	13	6
18	18	5
12	25	4
2	40	3

بالاعتماد على العمودين الأول والثاني من الجدول يمكن رسم العلاقة بين كل من
السعر والطلب بمنحنى نطلق عليه منحنى الطلب كما في الشكل أدناه ومن هذا المنحنى
يمكن تقدير الطلب عند تحديد السعر في منحنى الطلب.

منحنى الطلب



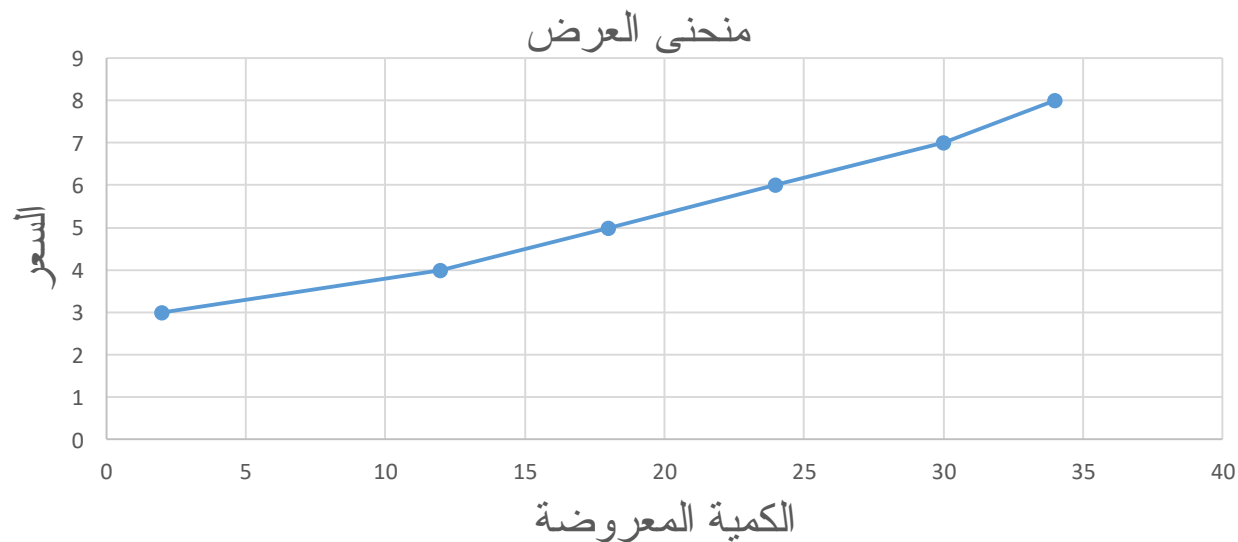
حيث نلاحظ من خلال الشكل انه:

- بانخفاض السعر يستطيع المستهلك شراء كميات اكبر من السلع.
- يتحول المستهلك الى السلعة التي ينخفض ثمنها نسبيا عن السلعة التي كان يشتريها.
- عند انخفاض السعر يستطيع المرء ان يحقق رغبات اضافية من السلعة.

العرض

ويقصد بالعرض الكمية من السلعة التي يقدمها المنتجون للبيع عند سعر معين وفي مكان وزمان معينين، ويتوقف العرض على القدرة الانتاجية كما يتوقف الطلب على المنفعة. ان العلاقة بين العرض والسعر هي علاقة طردية على العكس من العلاقة بين الطلب والسعر، حيث انه كلما زاد السعر زادت الكمية المعروضة للسلعة والعكس صحيح، غير ان هناك حالات لاينطبق عليها قانون العرض هذا.

العمودان الاول والثالث في الجدول السابق يوضحان العلاقة بين السعر والعرض، كما أن الشكل التالي يمثل هذه العلاقة:



بعد أن تم توضيح العلاقة بين السعر من جهة والعرض والطلب من جهة أخرى بشكل منفصل لكل منهما نورد توضيحاً لكيفية توازن السعر بتفاعل قوى العرض والطلب.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه كلما انخفض السعر زاد الطلب من السلعة، ولكن بالمقابل قل المعروض من تلك السلعة، وانخفاض المعروض من كميات السلع سيدفع المستهلك لكي يدفع سعر أعلى في سبيل الحصول على السعة وبالتالي سيغري المنتجين مرة أخرى بزيادة إنتاجهم، مما سيوفر كميات أكبر من السلع وبالتالي انخفاض الأسعار مرة أخرى تستمر العملية على هذا النحو حتى تصل الأمور إلى تحقيق التوازن السعري الذي تتساوى عنده الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة ويكون في هذه الحالة انعدام لحواجز زيادة العرض أو الطلب مع ثبات باقي العوامل الأخرى.

تم توضيح أن سعر التوازن يتحدد بتفاعل قوى العرض والطلب، ولكن سعر التوازن أيضاً قد يتغير إذا ما تغير كل من العرض والطلب في نفس الوقت وهذا التغير ينتج عن عدة عوامل منها:

• انتقال منحنى الطلب الى اليمين بكامله ما يعني ارتفاع السعر وزيادة الكميات المطلوبة من مسببات ذلك زيادة دخل المستهلك حيث سيزداد الطلب عند نفس مستويات الاسعار السابقة.

• وبالعكس فان انخفاض الطلب يؤدي الى تحول منحنى الطلب الى اليسار فينخفض السعر وينكمش العرض ومن اسبابه انخفاض الدخل او انخفاض اسعار السلع البديلة أو ارتفاع أسعار السلع المكملة.

• كذلك في حال زيادة العرض ينتقل منحنى العرض الى اسفل وهذا يعني انخفاض السعر ونمو الطلب وزيادة العرض اما بسبب تحسن الإنتاجية أو انخفاض أسعار عوامل الإنتاج الأخرى، وعلى العكس من ذلك يؤثر انخفاض العرض ويؤدي إلى انتقال منحنى العرض إلى الأعلى وهذا يعني ارتفاع الاسعار وانكماش الطلب.

نستطيع أن نلخص:

• السعر ينزح نحو الارتفاع في حال زيادة الكمية المطلوبة عن الكمية المعروضة من السلع والعكس صحيح.

• ان ازدياد الاسعار سيؤدي لاحقا الى انخفاض الطلب وزيادة العرض، والعكس في حال انخفاض السعر.

• ان السعر يتحرك بشكل دائم وينزح الى الاستقرار عندما تتساوى الكمية المطلوبة مع المعروضة.

• ان الدول تحاول تحديد الاسعار والتخطيط لها بأسلوب مبرمج ومخطط وفق اسس تعتمد على تكاليف الانتاج والظروف المحيطة بالعملية الإنتاجية، وتسترشد بأحوال العرض والطلب دون ان تخضع لها خضوعا كاملا، والتخطيط للاسعار يتطلب وجود جهة تساعد في دراسة توزيع السلع وتوفرها وظروف الانتاج والمنتجين.

المصادر الرئيسية لبيانات إحصاءات الأسعار

يتم جمع بيانات الأسعار من خلال احدى المصادر التالية:

• المصادر الميدانية

وتشمل على جمع البيانات الخاصة بالاسعار من الميدان من خلال الباحثين الميدانيين المكلفين بجمع الاسعار من مصادر ها المختلفة وفقا لمنهجية معينة.

• مصادر ونشرات دورية

للاسعار التي تصدر عن بعض الجهات من خلال نشرات بشكل دوري سواء في القطاع الاهلي او الحكومي والتي تقوم بالتسويق الفعلي للمنتجات والبضائع المحلية والمستوردة.

• مصادر تاريخية

تلك التي يعتمد فيها على التقارير والنشرات الصادرة عن الوزارات الرسمية وشبه الرسمية.

اهداف احصاءات الاسعار:

لابد للبيانات التي تجمع عن الاسعار ان تمثل الاسعار بشكل دقيق، كما ان البيانات التي تجمع عن الاسعار لا تقتصر فقط على أسعار السلع وإنما يجب أن توفر بيانات عن الكميات المباعة والمنتجة والمعروضة، وكل مايتعلق بدراسة المؤشرات ويمكن من خلال دراسة الاسعار تحقيق جملة من الاهداف منها:

• التعرف على اسعار السلع والخدمات في مراحل تداولها المختلفة وفي كافة المناطق قيد التغطية وخلال فترات زمنية ودورية منتظمة، حيث انه خلال جمع الأسعار بشكل منتظم لمراحل التسعير المختلفة ومن مصادر ثابتة ومعينة يمكن تمثيل اتجاهات الأسعار ومستويات الاستهلاك.

• مقارنة الاسعار وتتبع اتجاهاتها على اساس تباين الزمان والمكان ومراحل التداول مما يعطي الباحث صورة للتطورات التي تتم في هذا المجال بحيث يسهل تتبع التغيرات التي تطرا على الاسعار وأسبابها.

- تصويب الإنتاج المحلي والاستهلاك حيث ان عملية التقويم تتطلب بيانات للاسعار تكون كافية بواسطتها يمكن تحويل الكميات الى قيم نقدية يسهل مقارنتها وتقويمها.
- قياس هوامش الربح في مراحل التداول المختلفة او دراسة الحالة المالية لصناعات وقطاعات مختلفة.
- تتبع المستوى المعيشي للأفراد حيث أن زيادة الأسعار تؤثر بشكل سلبي على المستوى المعيشي والعكس صحيح من حيث ان انخفاض الاسعار يؤدي الى ارتفاع المستوى المعيشي.

اسلوب جمع بيانات الاسعار ميدانيا ان الاسلوب المتبع في اكثر الدول في جمع الاسعار هو اسلوب المعاينة، واتخاذ هذا الاسلوب له مبررات عدة، إذ لا يمكن جمع الأسعار لجميع السلع المتواجدة في الأسواق لتعددتها وللجهود والتكلفة المرتفعة المترتبة على ذلك، وفي الوقت ذاته يمكن أن توفر العينة بيانات اقرب الى الواقع وبتباين قليل يمكن تجاهله امام تلك التكلفة والجهود، هذا من جهة التغطية السلعية اما من ناحية التغطية السكانية والزمانية فلا نجد اية ضرورة لجمع الاسعار من جميع مناطق الدولة وعلى طول السنة خاصة اذا لم تكن هناك فوارق سعرية للسلع المدروسة. تبنى العينات على اساس تساوي الفرص للاسواق والسلع المساهمة في العينة وتساوي الاحتمالات في اشراك اية سلعة او سوق في العينة اضافة الى استقلالية الاختيار. وزيادة التجانس بين وحدات العينة يدفعنا الى تقسيم السلع الى مجموعات تقل الفوارق بين مفرداتها، كما يدفعنا الى توزيع العينة الى مختلف المواقع الجغرافية والازمنة.

ولهذا لا بد من وضع ضوابط معينة في اختيار العينة، سوف يتم التطرق اليها لاحقا.

وبعد اختيار العينة يتم توزيع الباحثين على المناطق المحددة لجمع الاسعار من المبحوثين او يتم تكليف المبحوثين بتوفير الاسعار من خلال استمارة معدة لهذا الغرض.

ومن الضروري أن تتضمن خطة جمع بيانات الاسعار على توفير بيانات تتعلق بالكميات المنتجة او المباعة من السلع وذلك من اجل حساب المتوسطات المرجحة للاسعار ولعكس مستويات الاسعار الفعلية في المناطق المدروسة، ومن الواضح ان تتناقص دورية الحصول على البيانات للاسعار مع ازدياد شمولية البيانات وتعقيدها، اي انه من المفيد الاخذ بعين الاعتبار الموازنة بين تكلفة الحصول على البيانات ودوريتها وذلك ضمن اطار تامين البيانات المطلوبة في موعدها المحدد ودلالاتها الاحصائية والاقتصادية المقبولة.

تصميم العينة:

من اجل الحصول على اسعار سلعية تمثل الواقع السعري في الأسواق وتستخدم من اجل حساب بعض المؤشرات الاقتصادية، مثل الأرقام القياسية لأسعار المستهلك أو لأسعار الجملة وكذلك في تخليص مكونات الدخل القومي من اثر تغيرات الاسعار، فان هناك مراحل لا بد من اتباعها.

مرحلة اختيار المناطق (طبقة التجمعات السكانية)

ليس من الضروري ان تجمع الاسعار من كل تجمع من التجمعات السكانية في الدولة المعنية، بل يكفي اختيار عدد من المناطق او التجمعات يتم اختيارها لتعكس فوارق الاسعار السلعية في البلد المدروس، وتختلف درجة توزيع التجمعات السكانية باختلاف الغاية من بيانات الاسعار وكذلك مستويات تجهيز ونشر البيانات، بالإضافة إلى الفوارق السعرية للسلع.

هذا ومن المعلوم انه لا يوجد اطار موحد يتبع من قبل الدول في اختيار العينة للمناطق التي تجمع فيها البيانات حول الأسعار، حيث يختلف الأمر باختلاف البلد المدروس، ولكن يلاحظ تركيز غالبية البلدان على المناطق الرئيسية والمدن الكبرى دون معالجة المناطق الريفية، حيث يتم جمع الاسعار من مراكز المدن الرئيسية ذلك نظرا للتكلفة المرتفعة في الحصول على بيانات من كافة تجمعات الدولة إضافة إلى أن معظم الأنشطة التجارية تتركز في تلك المناطق، ولكن التوصيات الحديثة تشير إلى ضرورة تمييز الأرياف وتضمينها في إحصاءات الأسعار نظرا لوجود اختلافات في مستويات الأسعار.

مراحل اختيار السلع:

يتم اختيار السلع الواجب جمع اسعارها وفق خطوات متتابعة هي:

• تحديد المجموعات السلعية واختيار المجموعات الجزئية ضمنها الممثلة للسلع في البلد بحيث تحقق شمولية تامة للفئات السلعية .

• تحديد محتويات كل مجموعة جزئية بشكل شامل .

• تحديد مكونات الفئات السلعية المتجانسة في هذه الخطوة يتم تحديد المجموعات السلعية ضمن الفئة الواحدة .

• تحديد مواصفات السلع ضمن الفئة الواحدة حيث يعتبر تحديد مواصفات السلع بشكل

دقيق من اهم العمليات في جمع بيانات الاسعار ، اذ ان تحديد وصف السلع بشكل واضح

ودقيق يساعد في الحصول على اسعار قابلة للمقارنة في كل المناطق ضمن البلد

المدرّوس وخلال الفترات الزمنية المختلفة، حيث ان الية دراسة الاسعار تتطلب التعامل

مع سلع ذات مواصفات ثابتة ومحددة .

خطوات اختيار مصادر البيانات في كل تجمع سكني:

يختلف أسلوب اختيار مصادر البيانات باختلاف الغاية من جمع الأسعار وكذلك من بلد لآخر، حيث أنه من المفيد أحيانا اختيار مصدر البيانات قبل اختيار مجموعة السلع الداخلة في العينة لبعض مسوح الأسعار إذ أن اختيار المنشآت أو لا سيكون عاملا هاما في اختيار السلع وبعض المؤشرات الأخرى المتعلقة بالقيمة والكمية، إذا أن إنتاج وبيع بعض السلع محصور في مناطق صغيرة كما أن بعض السلع تباع في مراكز ذات نشاط واحد.

هذا ومن الضروري أن يتم توفير إطار واضح للمصادر يتم من خلاله اختيار المنشآت حسب النشاط أو عدد العمال أو حجم المبيعات أو نوع المبيعات، وهذا يساعد على اختيار أفضل لمصادر البيانات ضمن المجموعات السلعية المطلوبة وجمع بيانات عنها.

كما أن هناك ضرورة وميزة لوجود المؤسسات الكبيرة الحجم في العينة كون تلك المؤسسات قادرة على توفير واعطاء ارقام واضحة ودقيقة وصحيحة بينما المؤسسات الصغيرة تعطي العينة بعدا أكثر تمثيلا للواقع المدروس.

أسلوب تسجيل البيانات:

هناك طريقتان لجمع البيانات عن الأسعار والكميات بغض النظر عن مستوى التقنية المستخدم في جمع البيانات، والاختلاف بينهما يكمن في التكلفة والدقة، فالأسلوب البسيط هو الأسلوب المباشر أي جمع البيانات باستخدام الباحثين المختصين في جمع الأسعار المرتبطين مع الأجهزة الإحصائية، حيث يتم الحصول على البيانات بالأسلوب المباشر وهو الأكثر شيوعاً في بيانات أسعار المستهلك، بينما الأسلوب الآخر والمتمثل في تعاون الجهة المدلية بالبيانات بحيث ترسل البيانات بشكل دوري إلى دائرة الإحصاءات العامة ضمن الية واتفاق محدد مسبقاً، بحيث ترسل كافة الأسعار أو قائمة مختارة وهذا يستخدم في الحصول على بيانات المنتجين ويعتمد نجاح هذا الأسلوب على مدى تعاون المبحوثين ورغبتهم واهتمامهم بتوفير البيانات.

للتوضيح نورد مثالا حول تجربة الأردن في جمع أسعار المستهلك:

المناطق والتمثيل الجغرافي:

تجمع الأسعار من مراكز المدن الرئيسية بحيث تم تقسيم المناطق إلى شمال ووسط وجنوب تم اختيار المدن الرئيسية لتمثيل هذه التجمعات، البالغ عددها 12 مدينة، نسبة

الفئات السلعية:

تم تصنيف السلع حسب نظام تصنيف السلع حسب الغرض من الاستخدام، والذي يقسم السلع إلى 12 مجموعة رئيسية.

تم اختيار الفئات السلعية والسلع ضمن المجموعات الرئيسية بناء على سلسلة مسوح انفاق واستهلاك الاسرة بحيث اعتمدت سنة 2006 سنة أساس تم تحديثها لتصبح العام 2010، وتم تحديثها حالياً لتصبح عام 2018 .

مصادر جمع البيانات:

فيما يخص مصادر جمع البيانات تم توزيع السلع على المصادر من خلال عينة مستهدفة تتوفر فيها السلع المطلوبة مع ضمان التمثيل الجغرافي بتوزيع مصادر السلع على كافة المواقع الجغرافية ضمن المدينة الواحدة مع ضمان تمثيل كافة احجام المصادر ضمن تلك التقسيمات.

من حيث دورية ووتيرة جمع الاسعار تم تقسيم السلع إلى مجموعات بناء على الدورية المطلوبة ووتيرة التغير في الاسعار ومستوى التباين والتذبذب من فترة لآخرى ومن مكان الى اخر بحيث هناك:

• سلع تجمع بشكل اسبوعي من اكثر من مصدر ضمن المدينة الواحدة مثل المواد الغذائية.

• واسعار تجمع بشكل شهرية وهي اكثر ثباتا من الأولى.

• سلع تجمع بشكل ربعي خلال العام مثل الخدمات.

• سلع تجمع اسعارها بشكل نصف سنوي مثل اقساط التعليم الجامعي.

• سلع تجمع بشكل سنوي وهي الاكثر ثباتا مثل اسعار السيارات.

حيث سيتم التطرق للتجربة الأردنية بشكل تفصيلي،

كما سيتم تقديم مثال تطبيقي لكافة مراحل العمل،

من خلال استعراض تجربة الرقم القياسي لأسعار المستهلك.

الأرقام القياسية

تعريف الأرقام القياسية:

الرقم القياسي هو أداة إحصائية لقياس التغير النسبي في قيم ظاهرة أو مجموعة من الظواهر من زمان إلى آخر أو من مكان إلى آخر.

وابسط أشكال الأرقام القياسية هو ما يعرف بمنسوب السعر وهو عبارة عن قسمة قيمة الظاهرة في فترة معينة أو مكان معين على قيمتها في فترة أخرى أو مكان آخر، ويطلق على الفترة التي ننسب إليها فترة الأساس والفترة التي ننسبها فترة المقارنة كذلك بالنسبة للمكان المنسوب إليه مكان الأساس والمكان الذي ننسبه مكان المقارنة.

تساعد الأرقام القياسية صانعي السياسات ومنتخذي القرارات والباحثين والدارسين ورجال الأعمال وغيرهم من المؤسسات والأفراد على مقارنة التغيرات في الأسعار أو الإنتاج أو التجارة الدولية والمحلية وغيرها من الظواهر مع بيانات مماثلة عن فترات زمنية مختلفة أو أمكنة مختلفة.

استخدامات الأرقام القياسية

هناك العديد من الاستخدامات للأرقام القياسية نلخص منها ما يلي:

1. مقارنة تكاليف المعيشة من زمن إلى آخر أو من مكان إلى آخر.
2. تحديد أجور العاملين والموظفين وتعديل الأجور وفقا لتطورات الأرقام القياسية.
3. المساهمة في تقرير سياسة الحكومة تجاه الضرائب على الاستهلاك والأجور.
4. تحديد سياسة الدولة تجاه مراقبة الأسعار والتدخل لحماية المستهلك أو المنتج.
5. الدلالة عن وجود التضخم النقدي.
6. حساب القوة الشرائية للوحدة النقدية.
7. حساب الأجر الحقيقي وتميزه عن الأجر الاسمي.
8. حساب الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة.
9. رغم أن أوسع نطاق لاستخدام الأرقام القياسية هو في حقل الاقتصاد والتجارة، إلا أن ذلك لا يمنع من تطبيق هذا المقياس على بقية فروع العلوم الاجتماعية والطبيعية، ففي التعليم مثلا تستخدم الأرقام القياسية لمقارنة مستوى ذكاء الطلاب في أماكن مختلفة أو على امتداد فترات زمنية مختلفة.

خطوات إعداد الرقم القياسي:

هناك عدة خطوات يجب القيام بها لإعداد الرقم القياسي لأسعار المستهلك وهي:
أولاً: تحديد المواد التي ستدخل في حساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك أو ما يعرف بسلة المستهلك والتي تتم من خلال عدة خطوات:

أولاً: تصنيف المواد ضمن مجموعات إنفاق رئيسية حسب نظام تصنيف معين يفضل أن يكون تصنيفاً ملائماً ضمن المتطلبات والتوصيات الدولية التي مثل:

- المواد الغذائية والمشروبات المرطبة
- المشروبات الكحولية والتبغ
- الأقمشة والملابس والأحذية
- المسكن ومستلزماته
- الأثاث والمفروشات والسلع المنزلية
- النقل والمواصلات
- الاتصالات

• السلع والخدمات الترفيهية والثقافية

• خدمات التعليم

• خدمات المطاعم والمقاهي

• الرعاية الصحية

• سلع وخدمات أخرى متنوعة هذا التبويب أعلاه لأسعار المستهلك يتألف من اثنتي

عشرة مجموعة استهلاكية حسب تصنيف الاستهلاك الفردي

هذا التبويب أعلاه لأسعار المستهلك يتألف من اثنتي عشرة مجموعة استهلاكية حسب

تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض

COICOP

الصادر عن الاتحاد الأوروبي

ضمن هذه المجموعات الرئيسية يتم أيضا التبويب إلى مجموعات فرعية وصولا إلى

قوائم على مستوى السلع والخدمات المفردة سيتم التطرق لآلية تحديدها لاحقا.

1. تحديد أهمية المواد النسبية:

نظرا لأنه من الصعوبة أن يتم تضمين قائمة الرقم القياسي لجميع الأجزاء المكونة لكل مجموعة من المجموعات أعلاه فإنه لابد أن يتم اختيار مجموع ممثلة من السلع والخدمات ضمن هذه المجموعات الرئيسية بطريقة علمية.

يعتمد اختيار السلع على أهمية تلك المواد هناك مواد عامة لا يختلف الناس على أهميتها كالإنفاق على المواد الأساسية والضرورية مثل الخبز واللحم والخضار والزيوت ولكن ليس هناك مقياس عام لأغلب المواد التي يتم التعامل معها من قبل المستهلكين يدل على أهمية المواد بالنسبة لإنفاق الأسر. هناك بعض المؤشرات تستخدم في بعض الدول للدلالة على أهمية المادة فمثلا قد تؤخذ المواد التي يبلغ الإنفاق عليها 1% أو أكثر من مجموع إنفاق الأسر، أو قد تؤخذ نسبة المواد التي تشتريها على الأقل 50% من اسر العينة.

2. تعديل القائمة:

مع الزمن تتغير عادات البشر في الاستهلاك كما أن مواد كثيرة تحل محل مواد أخرى أو مواد مهمة تصبح غير مهمة أو العكس بهذا يجب مراجعة قائمة المواد كلما مضت فترة

من الزمن

3. عدد المواد ضمن القائمة:

لا يوجد هناك تحديد لعدد المواد الممكن انتقائها وإدخالها في الرقم القياسي إلا انه يتوجب أن تكون قائمة المواد ممثلة لمختلف الفئات والمجموعات، وان حسن انتقاء المواد أفضل من الإكثار من عدد المواد دون تدقيق.

4. التماثل:

يجب أن يتم الأخذ بعين الاعتبار أن التغييرات السريعة للاختراعات في هذه الأيام يحدث تغييرات هامة على جودة ونوعية وسعر بعض المواد حتى وان كانت نفس المادة ونفس المنتج فلا نستطيع أن نقارن بين جهاز حاسوب حديث وآخر قديم ولا بين سيارات من نفس النوع لسنوات صنع مختلفة، وهكذا يجب الانتباه والمحافظة على تماثل المواد بين فترة زمنية وأخرى، بكلمات أخرى ضمان مقارنة الأشياء بمثيلاتها.

ثانيا: تحديد مصادر الأسعار:

من حيث المصادر التي ستجمع منها الأسعار فانه لا يوجد صعوبة في تحديده مع ضمان التمثيل الجغرافي والسلعي، حيث انه ربما تكون هناك فروق بين الأسعار من محل إلى آخر بسبب اختلاف الموقع أو نوع الخدمة أو حجم المصدر، ولكن هذه الفروق تكون محدودة في الغالب ويمكن تحيد أثرها بأخذ متوسطات الأسعار من خلال عدد اكبر من المصادر.

ثالثا: تحديد سنة الأساس:

سنة الأساس وهي السنة التي ستنسب إليها التغيرات، يجب أن تكون فترة الأساس عادية وخالية من المؤثرات العرضية على الأسعار ولا ننسب إلى سنة كساد أو رواج أو سنة حرب أو غيرها من المؤثرات غير الطبيعية، فإذا نسبنا إلى سنة الكساد فان قيمة الظاهرة تبدو وكأنها مرتفعة جدا بالقياس مع سنة الأساس إما إذا نسبنا إلى سنة رواج تتصف بالرخاء فان قيمة الظاهرة أو الاتجاه العام يبدو وكأنه سالب أو منخفض.

كما انه من الضروري ان يتم مراعاة طول الفترة بين سنة الأساس وسنة المقارنة فعند إعداد الرقم القياسي لنفقات المعيشة نجد أن سلعا تختفي ويجب إلغائها من الحساب وسلعا أخرى جديدة يجب إدخالها في الحساب كما أن الأهمية النسبية للسلعة تتغير بمرور الزمن كما ذكر سابقا.

رابعاً: إعداد الأوزان الترجيحية:

ما هي الأوزان الترجيحية

تمثل الأوزان الترجيحية الأهمية النسبية التي تعطى لكل مادة من المواد عند احتساب الرقم القياسي، فمثلاً نفرض أن سعر الخبز ارتفع عشرة بالمائة، وارتفع سعر الشوكلاته بنفس النسبة، أن كلا السعرين ارتفع بنفس النسبة ولكن أيهما يؤثر تأثيراً أكبر على إنفاق المستهلك والأسرة؟ بالطبع بالنسبة للبلدان العربية أن ارتفاع سعر الخبز ذو أهمية أكبر بكثير من ارتفاع سعر الشوكلاته، ولكن كيف تقاس تلك الأهمية النسبية لكل مادة.

بما أننا نتحدث عن الأرقام القياسية للأسعار فإن الأهمية النسبية لكل مادة تقاس بالكميات التي تستهلك منها خلال السنة أو بقيم تلك الكميات، ففي مثالنا السابق قد نجد أن الفرد يستهلك 500 غم من الخبز بينما يستهلك 50 غم من الشوكلاتة يومياً.

ولذا فإن المستهلك يشعر بوطأة ارتفاع الخبز أكثر بكثير من شعوره بارتفاع أسعار الشوكلاتة. إذا يجب عند حساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك أن نرجح كل مادة بما يتناسب مع أهمية الإنفاق والاستهلاك منها.

حساب الأوزان الترجيحية

هناك عدة طرق لحساب الأوزان الترجيحية للأرقام القياسية لأسعار المستهلك، وهي تتعلق بطرق تقدير الكميات المستهلكة أو قيم الإنفاق عليها.

فمن الممكن تقدير الكميات المستهلكة من المواد أو قيمتها بطريقة سريان البضائع وذلك بان نقدر إنتاج المواد ونتابع إلى أن يستقر في أيدي المستهلكين وفقا للخطوات التالية:
تقدير الكمية المنتجة في العام أو قيمتها.

إضافة الكميات المخزونة من العام السابق أو إضافة قيمتها.

إضافة الكميات المستوردة أو قيمتها وطرح الكميات المصدرة أو قيمتها.

طرح الكميات المخزونة في آخر العام أو قيمتها (المدورة إلى العام التالي)

كما من الممكن إتباع طريقة تقدير كميات مبيعات المفرق أو قيمتها وذلك بان تقدر عن طريق بائعي المفرق لكميات البضائع المباعة أو قيمتها خلال فترة العام. ولكن أفضل طريقة

للحصول على الأوزان الترجيحية للأرقام القياسية لأسعار المستهلك هي دراسة نفقات الأسرة حيث تزودنا هذه الدراسات بكميات المواد وقيمها الفعلية التي تستهلكها الأسر طيلة العام، فهي أدق وصدق تمثيلا لتكوين الاستهلاك وتوزيعه على مختلف المواد والبضائع والخدمات.