

جمع‌آوری قیمت‌خرده‌فروشی کالاها و خدمات مورد مصرف خانوارها به منظور محاسبه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی انجام می‌گیرد. شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی معیار سنجش تغییرات قیمت کالاها و خدماتی است که به مصرف خانوارها می‌رسد و مهمترین ابزار اندازه‌گیری میزان تورم قیمتها در اقتصاد کشور می‌باشد. این شاخص قیمت کاربردهای گوناگونی از جمله در برآورد قدرت خرید پول کشور، اندازه‌گیری روند درآمد و هزینه واقعی خانوارها، تعدیل مزد و حقوقها، برآورد حسابهای ملی به قیمت‌های ثابت و ... را دارد. اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسط دولت و گسترش فعالیت سازمانهای تحقیقاتی و پژوهشی در کشور، نیاز شدید برنامه‌ریزان و پژوهشگران را به ابزارهای ارزیابی و برنامه‌ریزی پدید آورده و شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی بعنوان یکی از ابزارهای مورد لزوم شناسایی، برنامه‌ریزی و ارزیابی مسائل اقتصادی کشور اهمیت روزافزونی را پیدا نموده است.

مرکز آمار ایران از سال ۱۳۵۳ تاکنون طرح آمارگیری از قیمت‌خرده‌فروشی کالاها و خدمات مورد مصرف خانوارهای روستایی کشور را به اجرا درآورده و نتایج حاصل از آمارگیری‌های مزبور به صورت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای روستایی در مقاطع فصلی و سالانه منتشر شده است. با توجه به قانون مرکز آمار ایران که تهیه آمارهای گوناگون مربوط به قیمت‌های تولیدکننده، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی بمنظور محاسبه شاخصهای قیمت از جمله وظایف مهم این مرکز می‌باشد و تجارب حاصل شده از اجرای چندین ساله این طرح در مناطق روستایی کشور، اجرای طرح آمارگیری از قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای شهری کشور از سال ۱۳۷۴ در دستور کار مرکز آمار ایران قرار گرفته است.

با توجه به اینکه اجرای آمارگیری این طرح ماهانه بوده و نتایج آن نیز به تفکیک هر ماه منتشر می‌گردد، بنابراین رعایت برنامه زمانی اجرای طرح جهت انتشار بهنگام نتایج طرح بسیار حائز اهمیت است.

تلاش مرکز آمار ایران در جهت اجرای مطلوب این طرح و ارتقاء کمی و کیفی آن جز با همکاری واقعی پاسخگویان و مأموران آمارگیر حاصل نخواهد شد. امید داریم که با یاری خداوند متعال و همکاری صمیمانه سازمان اجرایی طرح بتوانیم قیمت کالاها و خدمات و تغییرات آنها را بطور دقیق و

صحیح جمع آوری و ارائه بدهیم تا مسئولان مملکت را در تشخیص نارسائی‌ها، مشکلات اقتصادی و میزان تورم قیمت‌ها یاری دهیم.

بخش اول - تعاریف، ویژگیهای قیمت و کلیات طرح

در این بخش، تعاریف، ویژگیهای قیمت و کلیات مربوط به طرح آمارگیری از قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای شهری بیان شده و لازم است که کلیه نکات آن قبل از قیمت‌گیری به دقت مورد مطالعه قرار گرفته و در هر مرحله از کار آمارگیری مورد توجه قرار گیرد.

الف - تعاریف

۱ - قیمت کالا، اجرت خدمت

مقدار پولی را که برای واحد معینی از کالا یا خدمت پرداخته می‌شود، قیمت آن کالا یا بهای انجام آن خدمت می‌نامند که در مورد خدمت اصطلاحاتی مانند مزد، اجرت و کرایه و از این قبیل بکار می‌رود - مانند قیمت یک کیلوان تافتون، مزد یک‌روز کار کارگر ساده ساختمانی .

۲ - قیمت خرده‌فروشی

در این طرح منظور از قیمت، قیمت خرده‌فروشی کالاها و خدمات مورد مصرف خانوارها می‌باشد، یعنی قیمتی که معمولاً خرده‌فروشان بری فروش یک واحد کالا یا انجام خدمتی دریافت می‌کنند، بعبارت دیگر قیمت خرده‌فروشی، قیمتی است که مصرف‌کننده نهایی (خانوار) برای تهیه یک واحد از کالا یا خدمت می‌پردازد.

۳ - قیمت عملی، قیمت اسمی

در این طرح قیمت عملی فروش مورد نظر می‌باشد و نه مظنه آن، قیمت عملی فروش، قیمتی است که کارگاهها در مقابل فروش یک واحد از کالا یا خدمت از خریدار (خانوار) دریافت می‌نمایند. در مقابل، قیمت اسمی فروش، قیمتی است که توسط سازمانهای مربوط (سازمانهای دولتی، شهرداریها، اصناف و ...) برای یک واحد کالا یا خدمت تعیین می‌گردد. باین ترتیب قیمت‌گیری از قیمت اسمی_کالاها و خدمات موردنظر نمی‌باشد بلکه قیمت عملی فروش کالا یا

خدمت در زمان آمارگیری ملاک عمل می‌باشد، مگر آنکه قیمت اسمی با قیمت عملی فروش یکسان باشد.

۴ - منبع اطلاع

منظور از منبع اطلاع، کارگاهی است که اطلاعات مربوط به قیمت کالاها و خدمات از آنها کسب می‌گردد. کارگاهها به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند، کارگاههای خرده‌فروشی که انواع کالاها را عرضه می‌نمایند مانند خواربار فروشی، فروشگاه لوازم یدکی اتومبیل و کارگاههای ارائه دهنده خدمات به خانوارها مانند آرایشگاه مردانه یا زنانه، تعمیرگاه اتومبیل، شرکت مخابرات.

ب - ویژگیهای قیمت

۱ - کلیه کالاهایی که مورد قیمت‌گیری قرار می‌گیرند از نوع کالاهای نو و سالم بوده و انواع معیوب، ناسالم و مستعمل آنها مورد نظر نیست.

۲ - قیمت‌هایی مورد نظر در این آمارگیری هستند قیمت‌های نقد کالاها و خدمات می‌باشد و قیمت نسیه و یا اعتباری (پرداخت چک و عده‌دار و سفته) و اقساطی برای خرید کالاها و خدمات مطرح نمی‌باشد. البته در مورد برخی از کالاها نظیر فرش، تلویزیون، یخچال و نظایر آن در صورتی که مبادله نقدی صورت نگرفته باشد، قیمت‌گیری اقساطی آنها بلامانع است بشرط آنکه میزان افزایش قیمت (سود) ناشی از فروش اقساطی آن کسر شود.

۳ - قیمت‌های حاصل از مبادله پایاپای (کالا به کالا، کالا با خدمت، خدمت با خدمت) مورد نظر در امر قیمت‌گیری نیست.

۴ - در این طرح، قیمتی مورد نظر است که فقط شامل هزینه خرید کالا باشد و هزینه حمل و نقل کالا از محل خرید تا محل مصرف خریدار (خانوار) نباید در قیمت فروش منظور شود ممکن است در مورد تعدادی از کالاها مانند اثاثه و لوازم بادوام منزل مثل یخچال، کولرو... فروشنده علاوه بر دریافت قیمت کالا، کالا را در منزل خریدار تحویل داده و هزینه حمل و نقل را نیز دریافت نماید در این صورت باید توجه داشت که فقط قیمت فروش کالا بدون هزینه حمل آن از کارگاه خرده‌فروشی اخذ شود.

ج - کلیات طرح

۱ - در هنگام قیمت‌گیری، آمارگیران باید تعاریف و مشخصات کلی کالاها و خدمات که در پرسشنامه ذکر شده و همچنین به واحد مبادله و نوع مبادله کالاها و خدمات که در ستون‌های مربوط در پرسشنامه‌ها درج شده‌اند، توجه کامل داشته باشند. زیرا هدف از قیمت‌گیری و محاسبه شاخص قیمتها، سنجش تغییراتی است که صرفاً در نتیجه تغییر قیمت‌های کالاها و خدمات پدید می‌آید و نباید عوامل دیگری نظیر تغییر کیفیت یا کمیت کالاها و یا تغییر منبع اطلاع نمونه و نظایر آن در نوسان قیمتها مؤثر واقع گردد.

۲ - هنگام قیمت‌گیری از کارگاه‌های خرده‌فروشی، آمارگیران باید از فروش کالاها و خدمات مورد نظر در کارگاه در زمان آماری اطمینان حاصل کنند زیرا ممکن است پاسخگو بجای قیمت عملی فروش، مظنه قیمت کالا یا خدمت (غیر از ۷ قلمی که قیمت اسمی می‌توانند داشته باشند) را در بازار اظهار نماید و این مظنه با قیمت عملی فروش در زمان آماری تفاوت داشته باشد.

۳ - در مورد کالاهایی که واحد مبادله آنها در پرسشنامه یک کیلوگرم تعیین شده ولی عملاً بصورت عددی فروخته می‌شوند مانند نان، لازم است که آمارگیران با توزین کالا در محل، قیمت عملی فروش یک کیلوگرم را بدست آورده و درج نمایند.

۴ - زمان قیمت‌گیری از کالاها و خدمات در تمام شهرهای نمونه از تاریخ اول لغایت بیست و چهارم هرماه و به شرح زیر می‌باشد.

الف - برای پرسشنامه شماره ۳ (کالاهای خوراکی تازه) که تعداد سه اطلاع در هر ماه برای هر یک از اقلام باید جمع‌آوری شود، سه دوره چهار روزه قیمت‌گیری جداگانه برای هر یک از نمونه‌های اول، دوم و سوم در نظر گرفته شده است. قیمت‌گیری از نمونه اول از اول لغایت چهارمین روز (دوره اول قیمت‌گیری)، از نمونه دوم از دوازدهم لغایت پانزدهم (دوره دوم قیمت‌گیری) و از نمونه سوم از بیست و دوم لغایت بیست و پنجم هرماه (دوره سوم قیمت‌گیری) باید انجام گیرد. بنابراین تکمیل این پرسشنامه و اخذ اطلاعات از نمونه‌های اول، دوم و سوم در هر ماه بتدریج صورت خواهد گرفت.

ب - برای پرسشنامه شماره ۲ که تعداد ۲ اطلاع برای اکثر قریب به اتفاق کالاها و خدمات باید جمع آوری شود (برای تعداد معدودی از اقلام فقط یک قیمت اخذ می شود)، قیمت گیری در فاصله روزهای نهم لغایت نوزدهم هرماه انجام می گیرد و در طی دوره یازده روزه، اخذ قیمت از تمام منابع اطلاع یعنی نمونه های اول و دوم کالاها و خدمات در این پرسشنامه، صورت خواهد گرفت.

بنابراین خارج از دوره های زمانی فوق، پرسشنامه های شماره ۲ و ۳ نباید تکمیل شود.

ج - تکمیل پرسشنامه شماره ۴ که اختصاص به قیمت گیری از اجاره بهای واحدهای مسکونی اجاری دارد، نیز به صورت ماهانه انجام می شود. مراجعه به نمونه های اجاره در هر ماه در روزهای یکم لغایت بیست و پنجم ماه باید انجام گیرد.

۵ - زمان آماری پرسش قیمت از منابع اطلاع به شرح زیر می باشد.

الف - زمان آماری پرسش قیمت کالاهای خوراکی تازه در پرسشنامه شماره ۳، آخرین قیمت عملی کالای بفروش رفته در طول روز مراجعه و ۲ روز قبل از روز مراجعه آمارگیر به کارگاه خرده فروشی می باشد. توجه داشته باشید که در اولین دوره آمارگیری در ماه (روزهای اول لغایت چهارم ماه) زمان آماری قیمت گیری اقلام این پرسشنامه باید در داخل ماه آمارگیری قرار گیرد.

ب - زمان آماری پرسش قیمت اقلام مورد قیمت گیری در پرسشنامه شماره ۲، آخرین قیمت عملی فروش کالا یا خدمت از ابتدای ماه مورد آمارگیری تا روز مراجعه آمارگیر به کارگاه می باشد.

۶ - کلیه آمارهای قیمت که جمع آوری می شود کاملاً محرمانه بوده و آمارگیران مجاز نیستند آنها را در اختیار فرد یا سازمانی قرار دهند. هرگونه درخواست آمار و اطلاعات مربوط به این طرح باید از مرکز آمار ایران بعمل آید تا آمار و اطلاعات تأیید شده در قالب نشریات مرکز آمار ایران در دسترس متقاضیان قرار گیرد.