



مفاهیم و کاربردهای شاخص‌های بهای عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی

در حال حاضر متداولترین شاخص‌هایی که برای اندازه‌گیری تغییرات قیمت‌ها بکار می‌رود شاخص‌های "بهای عمده‌فروشی کالاها" و "بهای کالاها و خدمات مصرفی" است. همچنین شاخص ضمنی تولید ناخالص داخلی یا ملی نیز برای نمایش تغییرات قیمت‌ها در سطح کلان اقتصاد قابل استفاده است که موارد کاربرد آن محدود به برخی از تحلیل‌های تئوریک و کلی است. هریک از این شاخص‌ها دارای ویژگی خاص خود بوده و مفهوم و مورداستفاده‌ای متفاوت از دیگری دارد. در عین حال هر کدام به ترتیبی تغییرات مجموعه‌ای از قیمت‌ها در سطح مشخصی را نشان داده و به دلیل ارتباط زنجیره‌ای موجود میان انواع قیمت‌ها، معمولاً "حرکات بلندمدت این شاخص‌ها هم‌سو و تغییرات هریک بر دیگری مؤثر است. اما بررسی روند تغییرات دو شاخص بهای عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی در طول یکسال گذشته نشان‌دهنده آن است که اثرات سیاست‌های جدید اقتصادی دولت بر این دو شاخص بطور یکسان انعکاس نیافته و در حالیکه از شدت افزایش شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی کاسته گردیده است، شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها با سرعت بیشتری رشد نموده است.

با توجه به این مراتب لازم دیده شد در این زمینه توضیحاتی ارائه گردیده و علل این مغایرت مورد بررسی اجمالی قرار داده شود. لذا در این مقاله ابتدا مروری کلی بر مفاهیم و ویژگی‌های این شاخص‌ها بعمل خواهد آمد و سپس علل مغایرت فوق اختصاراً مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

الف - مفاهیم و ویژگی‌های شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها

بنابر تعریف، شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تغییرات قیمت تعداد ثابت و معینی از کالاها و خدمات مصرفی را که توسط خانوارهای کشور (۱) به مصرف می‌رسد اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص برای نشان دادن میزان تورم، کاربرد وسیعی داشته و عموماً "بعنوان شاخصی از تغییرات ارزش پول تلقی می‌شود.

۱- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اطلاعات مربوط به این شاخص را از مناطق شهری کشور جمع‌آوری می‌نماید.

مفاهیم و کاربردهای شاخص‌های عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی ۳۹

شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها نیز تغییرات قیمت تعداد ثابت و معینی از کالاها را که در معاملات تجاری اداری سهم عمده‌ای هستند در سطح تولیدکننده و عرضه‌کننده دست اول نشان می‌دهد. موارد استفاده از این شاخص محدودتر از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی است و بیشتر برای حذف تورم از ارقام محاسبات ملی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در تعاریف فوق وجوه تمایز دو شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و عمده‌فروشی کالاها کاملاً مشخص است که دیلاً " به عمده‌ترین آنها اشاره میشود :

۱- شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی علاوه بر کالاها، تغییرات قیمت خدمات مصرفی را نیز پوشش می‌دهد در حالیکه شاخص بهای عمده‌فروشی فقط تغییرات بهای کالاها را اندازه می‌گیرد. در این مورد لازم به توضیح است که در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تعداد ۳۰۳ قلم کالا و خدمت مختلف وجود دارد که ۲۷۳ قلم از آن کالا و ۳۰ قلم بقیه خدمات مصرفی است.

۲- از دیگر تفاوت‌های موجود میان این دو شاخص نحوه انعکاس هزینه‌های مسکن است. بدین معنی که در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تغییرات هزینه‌های مسکن از طریق تغییرات کرایه‌خانه‌های مسکونی اجاری و هزینه‌های مالک در مورد واحدهای مسکونی شخصی انعکاس می‌یابد، در حالیکه در شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها تغییرات بهای عمده‌فروشی مصالح ساختمانی اندازه‌گیری میشود. اهمیت نسبی مسکن در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی ۲۵/۳۷ درصد و اهمیت نسبی مصالح ساختمانی در شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها ۱۳/۷۲ درصد در سال ۱۳۶۱ (سال پایه) بوده است.

۳- یکی از عمده‌ترین وجوه تمایز دو شاخص مورد مقایسه تفاوت موجود میان بازارهای مرتبط به هر یک از این دو شاخص است. شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تغییرات بهای کالاها و خدمات را در سطح مصرف‌کنندگان نهائی اندازه‌گیری می‌کند در حالیکه شاخص بهای عمده‌فروشی معرف تغییرات قیمت‌ها در سطح عرضه‌کنندگان دست اول است.

۴- نوع کالاهای مشمول دو شاخص نیز در بسیاری از موارد متفاوت است. در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی عمدتاً " کالاهای تولید شده نهائی و مصرفی مورد قیمت‌گیری است (۱). ولی در شاخص بهای عمده‌فروشی علاوه بر بعضی از کالاهای نهائی مصرفی، کالاهای واسطه‌ای، مواد خام و کالاهای سرمایه‌ای نیز پوشش داده می‌شود.

۱- با استثنای موارد بسیار معدودی نظیر مصالح و کالاهای واسطه‌ای ساختمانی.

۵- اهمیت نسبی کالاها در شاخص بهای عمده‌فروشی براساس سهم هر کالا در کل معاملات کالاها در سال پایه و در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی با توجه به سهم هر کالا یا خدمت در کل هزینه خانوارهای شهری در سال پایه تعیین می‌شود. نمونه‌هایی از این تفاوت‌ها در جدول ذیل منعکس است.

مقایسه ضرایب اهمیت برخی از کالاها:
(درصد در سال ۱۳۶۱)

| اهمیت نسبی در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی | اهمیت نسبی در شاخص بهای عمده‌فروشی | |
|--|------------------------------------|-------------------------|
| ۲/۳۶ | ۵/۶۸ | برنج |
| ۹/۴۷ | ۳/۶۹ | گوشت قرمز |
| ۲/۱۸ | ۱/۸۶ | دخانیات |
| ۱/۸۵ | ۵/۸۳ | انواع فرش |
| ۰/۱۴ | ۵/۱۱ | آهن و فولاد |
| ۱/۵۰ | ۵/۶۵ | پارچه‌های نخی و ابریشمی |
| ۳/۱۷ | ۱/۵۴ | اتومبیل سواری |

تفاوت‌های موجود بین دو شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و بهای عمده‌فروشی کالاها هر یک به تنهایی می‌تواند موجب نوسانات متفاوت یا غیرهمزمان این دو شاخص شود. مشمول بودن خدمات در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در مواردی که تغییرات بهای خدمات مشابه با تغییرات قیمت کالاها نیست موجبات نوسان متفاوت این دو شاخص را فراهم می‌آورد. این وضعیت را در بسیاری از کشورهای صنعتی غرب به وضوح می‌توان مشاهده نمود. بررسی روند تغییرات بلندمدت انگوی مصرف در این کشورها نشانگر تغییر شکل این الگو در جهت افزایش هرچه بیشتر سهم خدمات در بودجه خانوارها است. در عین حال با توجه به اینکه اغلب خدمات ماهی‌نا کاربر بوده و امکان افزایش بهره‌وری ناشی از بکارگیری سرمایه‌در آنها کمتر از تولید کالاهاست، قسمت اعظم افزایش مزدها مستقیماً به مصرف‌کننده منتقل می‌شود. از سوی دیگر با استفاده فشرده‌تر از عامل سرمایه در تولید کالا و بالا رفتن میزان بهره‌وری کار بخش عمده‌ای از افزایش دستمزدها از این طریق جذب گردیده و بر قیمت نهایی کالاها انعکاس نمی‌یابد. بدین ترتیب در بلندمدت رشد بهای خدمات مصرفی بسیار سریعتر از رشد بهای

مفاهیم و کاربردهای شاخص‌های عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی ۴۱

کالاها است و این عامل همراه با عوامل دیگری نظیر افزایش مالیات بر مصرف‌کنندگان موجب رشد سریعتر شاخص هزینه زندگی نسبت به شاخص بهای عمده‌فروشی در این کشورها گردیده است. در عین حال بعلت پوشش وسیعتر شاخص بهای عمده‌فروشی بر کالاهای قابل تجارت (۱) نسبت به شاخص هزینه زندگی و رقابت فشرده‌ای که در صحنه‌های تجارت بین‌المللی در زمینه صادرات این کالاها وجود دارد، معمولاً افزایش ادواری شاخص بهای عمده‌فروشی پائین‌تر از افزایش شاخص هزینه زندگی است.

تغییرات شاخص بهای عمده‌فروشی و شاخص هزینه زندگی در برخی از کشورهای صنعتی از سال ۱۹۸۰ تا سال ۱۹۸۸

(درصد)

| اتریش | ایتالیا | آمریکا | ژاپن | آلمان غربی | |
|-------|---------|--------|-------|------------|----------------------|
| ۱۰/۵ | ۸۵/۲ | ۱۸/۹ | -۱۳/۸ | ۱۷/۶ | شاخص بهای عمده‌فروشی |
| ۳۳/۳ | ۱۲۴/۹ | ۴۳/۵ | ۱۶/۳ | ۲۲/۴ | شاخص هزینه زندگی |

منبع: سالنامه آماری صندوق بین‌المللی پول سال ۱۹۸۹.

اما بررسی ارقام مربوط به ایران نشان دهنده آن است که طی سالهای ۸۰-۸۱ شاخص خدمات در سطح خرده‌فروشی با سرعت کمتری نسبت به شاخص کالاها در سطح خرده‌فروشی افزایش یافته است. طی این دوره در حالیکه شاخص بهای کالاها در سطح خرده‌فروشی ۲۲۳/۸ درصد افزایش داشته، شاخص بهای خدمات فقط ۹۸/۷ درصد رشد نموده است. عمده‌ترین علل این اختلاف افزایش بسیار شدید بهای کالاها در بازار آزاد و اعمال سیاستهای تثبیت حقوق و دستمزدها است.

انعکاس هزینه‌های مسکن در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی نیز در بسیاری از موارد موجب تغییرات غیر همزمان یا متفاوت در دو شاخص بهای عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی می‌شود. بطور مثال در مواردی که کرایه‌خانه‌های مسکونی بنا به عللی افزایش سریع می‌یابد انعکاس آن در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی بطور مستقیم و بی‌وقفه (۲) بوده و در شاخص بهای عمده‌فروشی ممکن است با فاصله زمانی و از طریق بالا بردن بهای مصالح ساختمانی انعکاس یابد.

1- Tradeable.

۲- این تاثیر به علت اثر قراردادهای قبلی اجاره‌مکن است با فاصله زمانی کوتاهی صورت پذیرد.

همانطور که قبلاً ذکر شد یکی از عمده‌ترین موارد اختلاف دو شاخص مورد بحث تفاوت بازارهای مرتبط با هریک از این دو شاخص است. منابع آماری برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی، خرده‌فروشان و مغازه‌های موجود در محلات مختلف شهرها و فروشگاه‌های کوچک و بزرگ هستند. اما اطلاعات مربوط به شاخص بهای عمده‌فروشی از کارخانجات و کارگاه‌های صنعتی برای کالاهای صنعتی و عاملین دست‌اول واردکننده برای کالاهای وارداتی جمع‌آوری شده و برای کالاهای صادراتی قیمت تحویل کالا به بنادر مرزی کشور مبنای محاسبات قرار می‌گیرد. آمار قیمت محصولات کشاورزی نیز از نزدیکترین بازار عمده‌فروشی مجاور مزارع و واحدهای تولیدی کشاورزی جمع‌آوری می‌شود.

همانگونه که ملاحظه می‌شود بین دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی فاصله نسبتاً زیادی وجود دارد که این فاصله را بندگانار، عوامل توزیع و واسطه‌های مختلف می‌پوشانند.

شاخص بهای عمده‌فروشی که نزدیکترین نماگر قیمت به سطح تولید است، نسبت به تغییرات هزینه تولید بسیار حساستر از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی است. افزایش هزینه‌تمام شده کالاهای ساخته‌شده در اثر بالا رفتن دستمزدها ابتدا در شاخص بهای عمده‌فروشی و سپس با وقفه زمانی در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی منعکس می‌شود. به همین ترتیب تورم وارداتی یا افزایش قیمت کالاهای ساخته‌شده و مواد اولیه و واسطه‌های وارداتی در اثر بالا رفتن نرخ‌های تعرفه‌های گمرکی یا تغییر نرخ ارز در وهله اول در شاخص بهای عمده‌فروشی و سپس با فاصله زمانی در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تاثیر می‌گذارد. همچنین تغییرات مالیات و سوبسید کالاها اگر قبل از مرحله عمده‌فروشی اعمال شود با وقفه‌زمانی از سطح عمده‌فروشی بر خرده‌فروشی انعکاس می‌یابد و اگر بعد از مرحله عمده‌فروشی باشد، بدوت تاثیر بر شاخص عمده‌فروشی، شاخص خرده‌فروشی را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

البته چگونگی و میزان اثرات نوسانات شاخص بهای عمده‌فروشی بر شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی یا بالعکس همیشه یکسان نیست و بستگی زیادی به سایر شرایط و بویژه نحوه عمل عوامل موجود در فاصله دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی دارد. در شرایط عادی و با فرض ثابت بودن سایر عوامل معمولاً "شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی از نوسانات شاخص عمده‌فروشی تا حدودی پیروی می‌کند و به همین جهت می‌توان از شاخص عمده‌فروشی برای پیش‌بینی‌های کوتاه‌مدت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی استفاده کرد. اما بدیهی است این شرایط همواره ثابت نیست، بویژه در زمان کمبود شدید کالاها و وجود بازارهای غیر رسمی در کنار بازارهای رسمی، وضعیت بکلی متفاوت است. در این قبیل موارد به‌گونه‌ای

مفاهیم و کاربردهای شاخص‌های بهای عمده‌فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی ۳۴

که در طول دهه گذشته و بخصوص سالهای پایانی جنگ تحمیلی تجربه کرده‌ایم، حیطة عمل سیاستهای کنترل و تثبیت قیمت‌ها عموماً "در سطح قیمت‌های عمده‌فروشی محدود مانده و در حالیکه شاخص بهای عمده‌فروشی رشد نسبتاً "محدودتری را نشان می‌دهد، شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی که قیمت‌های بازار سیاه و غیر رسمی را نیز دربر می‌گیرد از رشدی بسیار سریع‌تر برخوردار می‌گردد. بدیهی است که در چنین شرایطی تفاوت‌های فزاینده بین قیمت‌های رسمی و قیمت‌های بازار آزاد نصیب ایادی واسطه‌گردیده و ضمن اینکه قیمت‌های بالا به مصرف‌کنندگان تحمیل می‌شود، تولیدکنندگان واقعی نیز از آن بهره‌ای نمی‌برند.

سایر تفاوت‌های موجود بین دوشاخص مورد مقایسه نیز هر یک می‌تواند بنحوی در ایجاد نوسان متفاوت در این دوشاخص موثر باشد. بطور مثال وجود هزینه مسکن در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در مواردی که شاخص کرایه‌خانه سریعتر از شاخص کالاها رشد می‌کند بر شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی بطور مستقیم و بدون وقفه زمانی تاثیر نموده و اثر آن بر شاخص بهای عمده‌فروشی ممکن است غیرمستقیم و بلندمدت‌تر باشد. همچنین شامل بودن کالاهای سرمایه‌ای در شاخص بهای عمده‌فروشی نیز می‌تواند اثرات مشابهی داشته باشد. به همین ترتیب تفاوت‌های موجود بین ضرائب اهمیت کالاها در دوسطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در بسیاری از موارد موجب نوسانات متفاوت در این دوشاخص می‌شود. بطور مثال اگر قیمت کالائی نظیر فرش معادل ۱۰۰ درصد افزایش یابد، شاخص کل بهای عمده‌فروشی را بیش از ۵/۸ درصد بالا خواهد برد در حالیکه تاثیر آن در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی حدود ۱/۹ درصد است اما اگر بهای اتومبیل سواری دوبرابر شود، شاخص عمده‌فروشی فقط ۱/۵ درصد افزایش خواهد یافت ولی شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی ۳/۲ درصد رشد می‌کند.

ب - مقایسه روند شاخص‌های بهای کالاها و خدمات مصرفی و بهای عمده‌فروشی کالاها

بررسی روند تغییرات دوشاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و بهای عمده‌فروشی کالاها نشان‌دهنده آن است که در اکثر سالهای دوره ۶۷-۶۱ رشد شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی بیشتر از شاخص بهای عمده‌فروشی بوده است. در این فاصله درقبال ۱۲۵/۷ درصد افزایش شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی، شاخص بهای عمده‌فروشی رشدی معادل ۱۴۶/۵ درصد نشان داده است.

متوسط سالانه شاخصهای قیمتها

(۱۳۶۱=۱۰۰)

| ۱۳۶۲ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۷ | ۱۳۶۸ | نماهه ۱۳۶۹ |
|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ۱۳۵/۴ | ۲۷۵/۷ | ۳۲۳/۸ | ۳۴۶/۵ | شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی |
| ۱۲۴/۵ | ۲۴۶/۵ | ۲۹۱/۹ | ۳۵۱/۳ | شاخص بهای عمده فروشی کالاها |

فاصله موجود میان دوشاخص فوق الذکر در سال ۱۳۶۷ با تشدید فشارهای تورمی و کمبود شدید کالاها و بالمآل افزایش بسیار سریع قیمتها در بازار آزاد، گسترش یافته و این فاصله در اوایل سال ۱۳۶۸ به اوج خود رسیده است. از نیمه دوم سال ۱۳۶۸ فاصله دوشاخص بسرعت کاهش یافته و در خرداد ماه ۱۳۶۹ عملاً " این دوشاخص بر یکدیگر منطبق گردیده اند. از آن پس شاخص بهای عمده فروشی بر شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی پیشی گرفته است. در مجموع متوسط شاخص بهای عمده فروشی در سال ۱۳۶۸ معادل ۱۸/۴ درصد و در نه ماهه اول ۱۳۶۹ برابر ۲۲/۳ درصد افزایش یافته در حالیکه رشد متوسط شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در این دو دوره به ترتیب ۱۷/۴ درصد و ۷/۳ درصد بوده است.

در بررسی علل تکوین این روند باید در درجه اول به اثرات ناشی از اجرای سیاستهای جدید ارزی اشاره نمود. عمده ترین هدف این سیاستها تامین ارز مورد نیاز واحدهای تولیدی بمنظور نیل به رشد اقتصادی و افزایش عرضه کالاهای ساخته شده و همچنین کاهش کسری بودجه و نهایتاً " مهار تورم بوده است. تخصیص ارز برای تامین مواد اولیه و واسطه های کارخانجات با نرخ بالاتر از نرخ رسمی از یک طرف موجب افزایش تولید کالا شده و از سوی دیگر هزینه تولید را که قبلاً " با نرخهای رسمی محاسبه می شد، بالا برده است. بدین ترتیب با توجه به آنچه که قبلاً" ذکر شد، شاخص بهای عمده فروشی که منابع آماری آن تولید کنندگان و عرضه کنندگان دست اول بوده و قیمتهای اعلام شده از سوی آنها عمدتاً " قیمتهای رسمی است به سرعت روبه افزایش نهاده است. اما اثرات این سیاستها در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تا حدود زیادی متفاوت بوده است. در این مورد لازم به یاد آوری است که شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی علاوه بر قیمتهای رسمی، قیمتهای بازار آزاد کالاها و خدمات را نیز شامل می گردد. در حال حاضر حدود نیمی از اقلام مشمول این شاخص را کالاها و خدماتی تشکیل می دهد که برای آنها قیمت رسمی وجود ندارد و اگر هم وجود داشته باشد عملاً " رعایت نمی شود. اقلامی نظیر انواع

میوه‌ها و سبزیها، کلیه انواع خدمات، اکثر اقلام موجود در گروه پوشاک و بسیاری از کالاهای دیگر را که در این گروه قرار دارند. در مورد همگی این اقلام نرخهای بازار آزاد مبنای محاسبه شاخص کل فرار می‌گیرد. اندکی کمتر از نیمی دیگر از اقلام مشمول این شاخص را نیز کالاهائی تشکیل می‌دهد که با ترکیبی از نرخهای رسمی و آزاد در شاخص منعکس می‌شود. اقلامی نظیر انواع گوشت، سیگار، بعضی از انواع برنج، تعدادی از مواد لبنی و برخی از لوازم و اثاثه خانه و حتی کالاهای کوبینی از جمله این اقلام هستند. قیمت‌های این کالاها با توجه به ترکیبی از نرخهای رسمی و آزاد بترتیبی که عملاً بدست مصرف‌کنندگان می‌رسد، در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی منعکس می‌شود. بدین ترتیب کالاهائی که صرفاً با قیمت‌های رسمی در شاخص منظور می‌شود محدود به تعداد معدودی از کالاها (نظیر نان) است.

بطوریکه ملاحظه می‌شود شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تا حد بسیار زیادی منعکس‌کننده قیمت‌ها در بازار آزاد است. از سوی دیگر بررسی آثار ناشی از اجرای سیاستهای جدید اقتصادی نیز نشان‌دهنده آن است که این سیاستها با افزایش عرضه کالا عملاً از ادامه روند صعودی قیمت بسیاری از کالاها در بازار آزاد جلوگیری نموده و حتی در مواردی نیز منجر به کاهش قیمت تعدادی از کالاها در بازار آزاد شده است. بدین ترتیب قسمت عمده‌ای از افزایش هزینه تولید، ناشی از افزایش نرخ ارز که در سالهای ۶۸ و ۶۹ بر شاخص عمده‌فروشی موثر گردیده، قبلاً از طریق قیمت‌های بازار آزاد و کانالهای متعدد توزیع، تاثیر افزایشی خود را بر شاخص بهای خردفروشی بخشیده است. لذا تاثیر عمده مجموعه سیاستهای ارزی جدید آن بوده است که قسمتی از افزایش قیمت‌ها را که از قبل در سطح خرده‌فروشی موثر افتاده، نصیب تولیدکنندگان و دولت بنماید.

در جدول پیوست تغییرات برخی از اقلام مشترک در شاخص از فروردین تا آبان ماه ۱۳۶۹ با یکدیگر مقایسه گردیده است. اهمیت نسبی مجموع این اقلام در شاخص بهای عمده‌فروشی ۵۴/۵ درصد و در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی حدود ۳۵/۳ درصد است. بطوریکه ملاحظه می‌شود بسیاری از این اقلام در هر دو شاخص تغییرات هم‌جهت داشته‌اند (گوشت قرمز، میوه‌ها و سبزیها و حبوبات... و) ولی تغییرات برخی دیگر در سطح عمده‌فروشی مخالف جهت آن در سطح خرده‌فروشی بوده و در ایجاد مغایرت بین رشد شاخص کل بهای عمده‌فروشی با شاخص کل بهای خرده‌فروشی نقش موثری داشته است. از جمله این اقلام، موارد ذیل قابل ذکر است.

۱- قند و شکر و فرآورده‌های آن - قیمت این کالاها از فروردین تا آبان ماه ۱۳۶۹ در

۱- سطح عمده‌فروشی ۵۵/۴ درصد رشد داشته درحالیکه در سطح خرده‌فروشی به علت کاهش قیمت شکر در بازار آزاد ۱۵/۷ درصد کاهش پیدا کرده است .

۲- دخانیات - بهای عمده‌فروشی دخانیات ۱/۹ درصد افزایش داشته ولی به‌علت افت قیمت در بازار آزاد شاخص خرده‌فروشی آن ۱۶/۳ درصد کاهش پیدا کرده است .

۳- لاستیک - قیمت این کالا در سطح عمده‌فروشی ۲/۶ درصد رشد داشته ولی در سطح خرده‌فروشی ۲۳/۹ درصد کاهش یافته است .

۴- آهن و فولاد - این کالا یکی از عمده‌ترین عوامل ایجاد اختلاف در تغییرات سطح کل این دو شاخص بوده است . شاخص بهای عمده‌فروشی انواع آهن و فولاد به‌علت تولید بخش عمده‌ای از این کالاها با ارزش رقابتی طی این فاصله از رشد فوق‌العاده‌ای بمیزان ۲۵۴ درصد برخوردار شده است . این میزان رشد با توجه به اهمیت نسبی قابل توجه این قلم در شاخص بهای عمده‌فروشی (۵/۱۱ درصد در سال پایه) یکی از عوامل موثر در بالا بردن شاخص بهای عمده‌فروشی بوده است . در طرف مقابل شاخص آهن‌آلات در سطح خرده‌فروشی که محدود به برخی از انواع لوله می‌باشد با ۵۹/۲ درصد کاهش مواجه بوده است .

۵- از میان سایر کالاهائی که در دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی تغییرات غیرهسو داشته‌اند، کالاهائی نظیر تلویزیون سیاه و سفید قابل ذکر است و علاوه بر این برخی از کالاها نظیر شیشه، اتومبیل سواری و کولردر سطح عمده‌فروشی افزایشی بمراتب بیشتر از خرده‌فروشی داشته‌اند که این موارد نیز در مغایرت تغییرات این دو شاخص موثر بوده است .

مقایسه تغییرات برخی از اقلام مشترک شاخص بهای عمده فروشی و بهای کالاها و خدمات مصرفی

درصد تغییرات از فروردین تا آبان ماه ۶۹

اهمیت نسبی (در سال پایه به درصد)

| کالاها و خدمات مصرفی | عمده فروشی | کالاها و خدمات مصرفی | عمده فروشی |
|----------------------|------------|----------------------|------------|
| ۱/۰ | ۰/۱ | ۹/۴۷ | ۳/۶۹ |
| ۱۲۸/۷ | ۱۳۰/۸ | ۰/۴۴ | ۰/۵۱ |
| ۲۹/۳ | ۱۹/۶ | ۱/۶۹ | ۴/۶۱ |
| ۹۲/۰ | ۰ | ۰/۶۷ | ۱/۰۷ |
| -۴۱/۸ | -۲۸/۴ | ۱۰/۰۰ | ۱۲/۴۶ |
| -۱۵/۷ | ۵۵/۴ | ۰/۲۷ | ۴/۰۷ |
| ۱۳/۴ | ۰/۳ | ۰/۵۳ | ۰/۹۵ |
| ۱۶/۰ | ۲/۰ | ۰/۳۵ | ۰/۸۰ |
| -۱۶/۳ | ۱/۹ | ۲/۱۸ | ۱/۸۶ |
| ۳۵/۶ | ۶۰/۹ | ۱/۶۳ | ۰/۸۶ |
| -۲۳/۹ | ۲/۶ | ۰/۱۰ | ۰/۷۲ |
| ۲۵/۸ | ۴۹/۶ | ۱/۵۰ | ۵/۶۵ |
| ۴۸/۳ | ۵۳/۶ | ۰/۲۹ | ۰/۷۱ |
| ۴۳/۶ | ۵۹/۹ | ۱/۸۵ | ۵/۸۳ |
| -۵۹/۲ | ۲۵۴/۰ | ۰/۱۴ | ۵/۱۱ |
| ۱۵/۵ | ۱۲/۵ | ۰/۱۰ | ۱/۱۴ |
| ۲۲/۷ | ۳۰/۱ | ۰/۱۰ | ۱/۳۴ |
| ۱۶/۵ | ۶۱/۰ | ۰/۱۶ | ۰/۶۴ |
| ۱۲/۷ | ۴۵/۴ | ۰/۱۲ | ۰/۲۰ |
| ۱۳/۳ | ۱/۵ | ۰/۳۵ | ۰/۲۷ |
| ۴۰/۷ | ۱۰۲/۸ | ۳/۱۷ | ۱/۵۴ |
| -۳۱/۲ | ۰ | ۰/۲۰ | ۰/۲۹ |

گوشت قرمز

حبوب

برنج تولید داخلی

برنج وارداتی

میوه‌ها و سبزیها

قند و شکر و فرآورده‌های آن

روغنهای حیوانی و نباتی

مشروبات

دخانیات

لوازم آرایش و بهداشت

لاستیک

پارچه‌های نخی و ابریشمی

پارچه‌های پشمی

فروش

آهن و فولاد

سیمان

آجر

شیشه

کولر

یخچال

اتوبوس سواری

تولوزیون سیاه و سفید