

تقرير حول

التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك
حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي
العام للنصف الثاني لسنة 2021 مقارنة
بالنصف الثاني لسنة 2020

0,135532

Ministry of Planning Bureau of Statistics and Census

وزارة التخطيط مصلحة الإحصاء والتعداد

3.7% was the increase in average consumer prices during The second half months of 2021 compared to the same period in 2020.

Consumer price inflation continued to rise during the second half of this year, the results of comparing the consumer price index of the second half of this year 2021 to the previous year's second half showed 3.7 % rate increase.

By analyzing the data of the indices of the influential main and sub-groups, to which the rise in the general index is attributed, it was found that the main group of food and beverages, which represents 38.8% of the weight of the general index, increased by 5.0%, that was due to the high prices of most of the sub-groups of this main group of food and beverages, among those sub-groups, the most increase occurred in the prices of the sub-group of Oils and fats by an average of 10.3%, the sub-group of milk, cheese and eggs by an average of 9.1%, , the sugars sub-group increased by 9.0% and the meat subgroup increased by 5.9%, the sub-group of fish and seafood increased by 5.1% , followed by a group of other foodstuffs, which amounted to 3.8%.

The sub-group of vegetables increased by 3.0%, the sub-group of bread and cereal by 2.9% followed by both sub- group of coffee and tea and the sub-group of mineral water, beverages and juices, both increased by 2.7, followed by the sub-group of fruits which increased by 1.3%.

The main group of housing, water and electricity increased by 1.7%, this main group represents 22.7% of the weight of the general index, the main group of transportation increased also by 10.3%, then we have the main group of communications which increased by 6.2%, the main group of furniture and household appliances by 3.6%, the main group of other goods and services by 2.8%, the main group for health care increased by 2.6%, the group of clothes and shoes increased by 2.2%, the restaurants and hotels group increased by 1.1%, the group of entertainment and culture increased by 0.2%, the education group did not increase and was stable with a rate change of 0.0%, the tobacco group decreased by -0.2%.

3.7 % الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال أشهر النصف الثاني لسنة 2021 مقارنة بنفس الفترة لسنة 2020 .

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال أشهر النصف الثاني من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك للنصف الثاني لسنة 2021 بنظيره للسنة السابقة ما نسبته 3.7% .

ومن خلال تحليل بيانات الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية والفرعية المؤثرة، والتي يُعزى إليها الارتفاع في الرقم القياسي العام تبين أن المجموعة الرئيسية للغذاء والمشروبات هي أعلى مجموعة ساهمت في الارتفاع الذي حدث في أسعار المستهلك خلال الفترة المذكورة والتي تمثل 38.8 % من وزن الرقم القياسي العام ارتفعت بنسبة 5.0 % والسبب في ذلك يرجع إلى ارتفاع أسعار معظم المجموعات الفرعية المكونة لها، ومن أكثر المجموعات الفرعية للغذاء ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للزيوت والدهون بنسبة 10.3% والمجموعة الفرعية للحليب والأجبان والبيض ارتفعت بمعدل 9.1%. أما المجموعة الفرعية للسكريات فقد زادت بمعدل 9.0% والمجموعة الفرعية للحوم زادت بنسبة 5.9%، أما المجموعة الفرعية للأسماك وفواكه البحر فقد ارتفعت بمعدل 5.1% يلي ذلك مجموعة للمواد الغذائية الأخرى فقد بلغت نسبتها 3.8%.

أما مجموعة الخضراوات فقد زادت بمعدل 3.0% ومجموعة الخبز والحبوب زادت بنسبة 2.9% يلي ذلك المجموعة الفرعية للقهوة والشاي فقد ارتفعت بنسبة 2.7% ومجموعة المياه والمشروبات بلغت 2.7%. أما المجموعة الفرعية للفواكه زادت بنسبة 1.3% .

أما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء فقد زادت بنسبة 1.7% وهي تشكل 22.7% من وزن الرقم القياسي العام . أما المجموعة الرئيسية للنقل فقد بلغت 10.3% وبالنسبة للمجموعة الرئيسية للاتصالات ارتفعت بنسبة 6.2% يلي ذلك مجموعة الأثاث زادت بنسبة 3.6% ومجموعة السلع الأخرى ارتفعت بمعدل 2.8%. أما بالنسبة للمجموعة الصحة فقد بلغت بمعدل 2.6%. ومجموعة الملابس والأحذية فقد ارتفعت بنسبة 2.2%. أما مجموعة المطاعم والفنادق فقد زادت بمعدل 1.1% ومجموعة الترفيه والثقافة بلغت بنسبة 0.2% يلي ذلك مجموعة التعليم فقد شهدت استقراراً بنسبة 0.0% أما مجموعة التبغ فقد انخفضت بمعدل -0.2%.

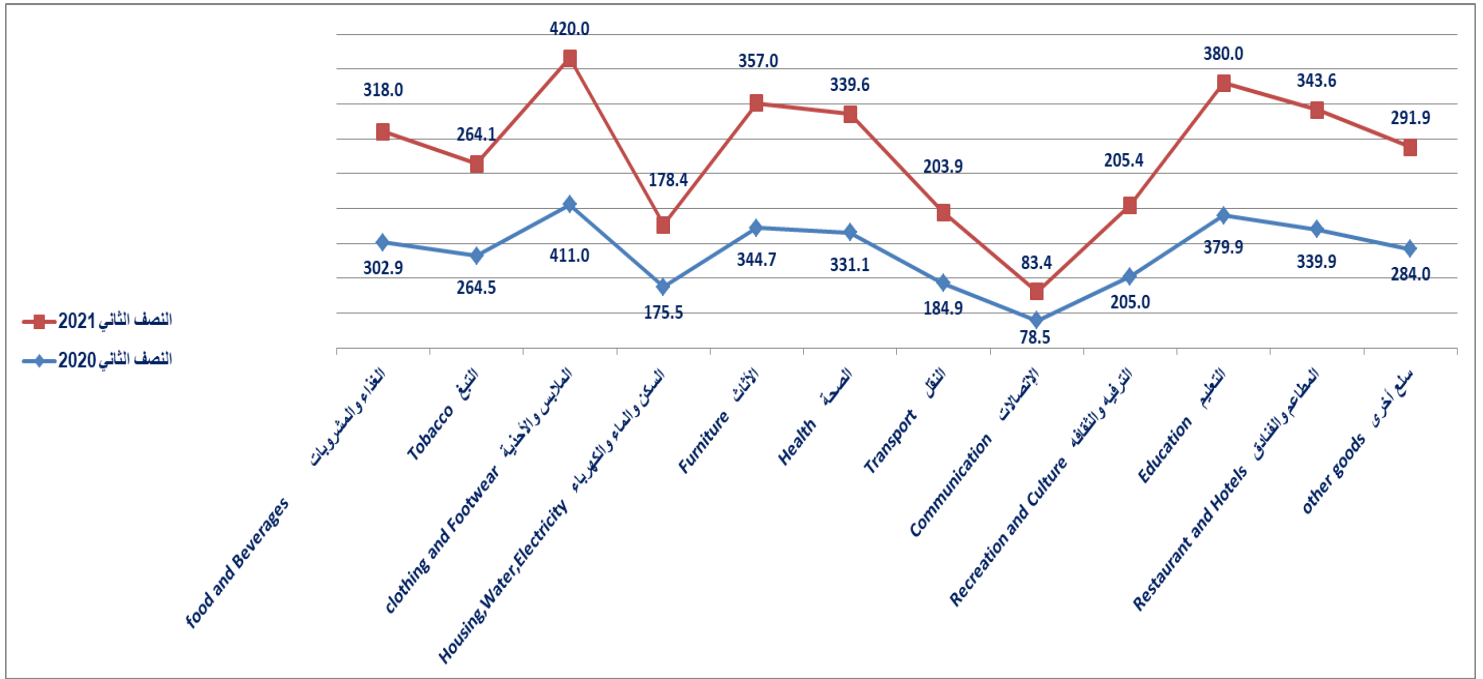
A table showing the index numbers of the main groups and the general index for the second half of 2021 and its comparison with the second half of 2020 and the rate of change for the second half of 2021.

جدول يبين الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية والرقم القياسي العام للنصف الثاني لسنة 2021 مقارنة بالنصف الثاني لسنة 2020 ومعدل التغير للنصف الثاني لسنة 2021 .

Main Groups	معدل التغير %	النصف الثاني 2021	النصف الثاني 2020	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	% change	H2 2021	H2 2020			
General Index	3.7	278.7	268.7	100	الرقم القياسي العام	00
food and Beverages	5.0	318.0	302.9	38.8	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	-0.2	264.1	264.5	0.7	التبغ	02
clothing and Footwear	2.2	420.0	411.0	6.4	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	1.7	178.4	175.5	22.7	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	3.6	357.0	344.7	4.9	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	2.6	339.6	331.1	4.1	الصحة	06
Transport	10.3	203.9	184.9	8.1	النقل	07
Communication	6.2	83.4	78.5	2.7	الاتصالات	08
Recreation and Culture	0.2	205.4	205.0	2.8	الترفيه والثقافة	09
Education	0.0	380.0	379.9	4.0	التعليم	10
Restaurant and Hotels	1.1	343.6	339.9	1.7	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	2.8	291.9	284.0	3.1	السلع والخدمات الأخرى	12

رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية حسب المجاميع الرئيسية للنصف الثاني لسنة 2021 مقارنة بالنصف الثاني لسنة 2020

A graph showing the development of index numbers according to the main totals for the second half of 2021 compared to the second half of 2020



رسم بياني يوضح معدل التغير حسب المجاميع الرئيسية للنصف الثاني لسنة 2021

A graph showing the rate of change according to the main aggregates for the second half of 2021

