

## تقرير حول

التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك  
حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي  
العام للنصف الثاني لسنة 2022 مقارنة  
بالنصف الثاني لسنة 2021 .

## Ministry of Planning Bureau of Statistics and Census

## وزارة التخطيط مصلحة الإحصاء والتعداد

**4.1% was the increase in average consumer prices during the second half months of 2022 compared to the same period of 2021.**

Consumer price inflation continued to rise during the second half of the year 2022, the results of comparing the consumer price index of the second half of the year 2022 to the previous year's second half showed **4.1%** 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 3.8%, 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 9.4 %, the sub-group of vegetables & the sugars sub-group both increased by 5.3 %, the subgroup of meat increased by 4.8%, while the group of bread and cereals and the subgroup of other foodstuffs both increased by 3.1%.

As for the sub-group of milk, cheese and eggs, it increased by 3.0%, and the sub-group of fish and seafood increased by 2.9%, followed by the sub-group of fruits, which increased by 1.9%. The sub-group of mineral water, beverages and juices increased by 1.4%, while the coffee and tea sub-group increased by 1.2%.

While the main group of housing, water and electricity, which is the second largest group in terms of relative importance after the food group, which constitutes 22.7% of the weight of the general index, increased by 8.5%. Among the housing sub-groups, the prices for rent were the highest, with an increase of 9.0%. The supplies for repairs and home maintenance increased by 6.9%, followed by the sub-group of services and home maintenance, which increased by 4.1%, while the main group of clothing and shoes increased by 4.1%, the group of transportation by 3.6%, and the group of other goods and services, which increased by 3.7%. As for the health group, it increased by 3.4%, the furniture and household appliances group by 3.2%, followed by the entertainment and culture group, which increased by 1.7%, and the restaurants and hotels group, by 1.3%. The communications group, by 0.8%, and the tobacco group, increased by 0.5%. While the main group of education has increased by 0.3%.

**4.1 % الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال أشهر النصف الثاني لسنة 2022 مقارنة بنفس الفترة لسنة 2021 .**

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال أشهر النصف الثاني من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك للنصف الثاني لسنة 2022 بنظيره للسنة السابقة ما نسبته 4.1 % .

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 3.8 % والسبب في ذلك يرجع إلى ارتفاع أسعار معظم المجموعات الفرعية الغذائية ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للزيوت والدهون بنسبة 9.4 % والمجموعة الفرعية للخضراوات ارتفعت بمعدل 5.3 %. أما المجموعة الفرعية للسكريات فقد زادت بمعدل 5.3 % والمجموعة الفرعية للحوم زادت بنسبة 4.8 %، أما المجموعة الفرعية للمواد الغذائية الأخرى فقد ارتفعت بمعدل 3.1 % يلي ذلك مجموعة الخبز والحبوب فقد بلغت نسبته 3.1 %.

أما المجموعة الفرعية للحليب والأجبان والبيض فقد زادت بمعدل 3.0 % والمجموعة الفرعية للأسماك وفواكه البحر زادت بنسبة 2.9 % يلي ذلك المجموعة الفرعية للفواكه فقد ارتفعت بنسبة 1.9 % ومجموعة الفرعية للمياه المعدنية والمشروبات والعصائر زادت بمعدل 1.4 % أما المجموعة الفرعية للقهوة والشاي ارتفعت بنسبة 1.2 % .

بينما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء وهي ثاني أكبر مجموعة من حيث الأهمية النسبية بعد مجموعة الغذاء والتي تشكل 22.7 % من وزن الرقم القياسي العام فقد زادت بنسبة 8.5 % ومن أكثر المجموعات الفرعية للسكن ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للإيجار فقد بلغت 9.0 % أما بالنسبة للمجموعة الفرعية للوازم التصليح وصيانة المسكن فقد ارتفعت بنسبة 6.9 % يلي ذلك المجموعة الفرعية للخدمات وصيانة المسكن زادت بنسبة 4.1 % بينما المجموعة الرئيسية للملابس والأحذية ارتفعت بمعدل 4.1 % ومجموعة النقل فقد بلغت بمعدل 3.6 % ومجموعة السلع والخدمات الأخرى فقد ارتفعت بنسبة 3.7 % . أما مجموعة الصحة فقد زادت بمعدل 3.4 % ومجموعة الأثاث والأجهزة المنزلية بلغت نسبته 3.2 % يلي ذلك مجموعة الترفيه والثقافة زادت بنسبة 1.7 % ومجموعة المطاعم والفنادق فقد ارتفعت بمعدل 1.3 % أما مجموعة الاتصالات بلغت نسبته 0.8 % ومجموعة التبغ ارتفعت بمعدل 0.5 % . بينما المجموعة الرئيسية للتعليم فقد زادت بنسبة 0.3 % .

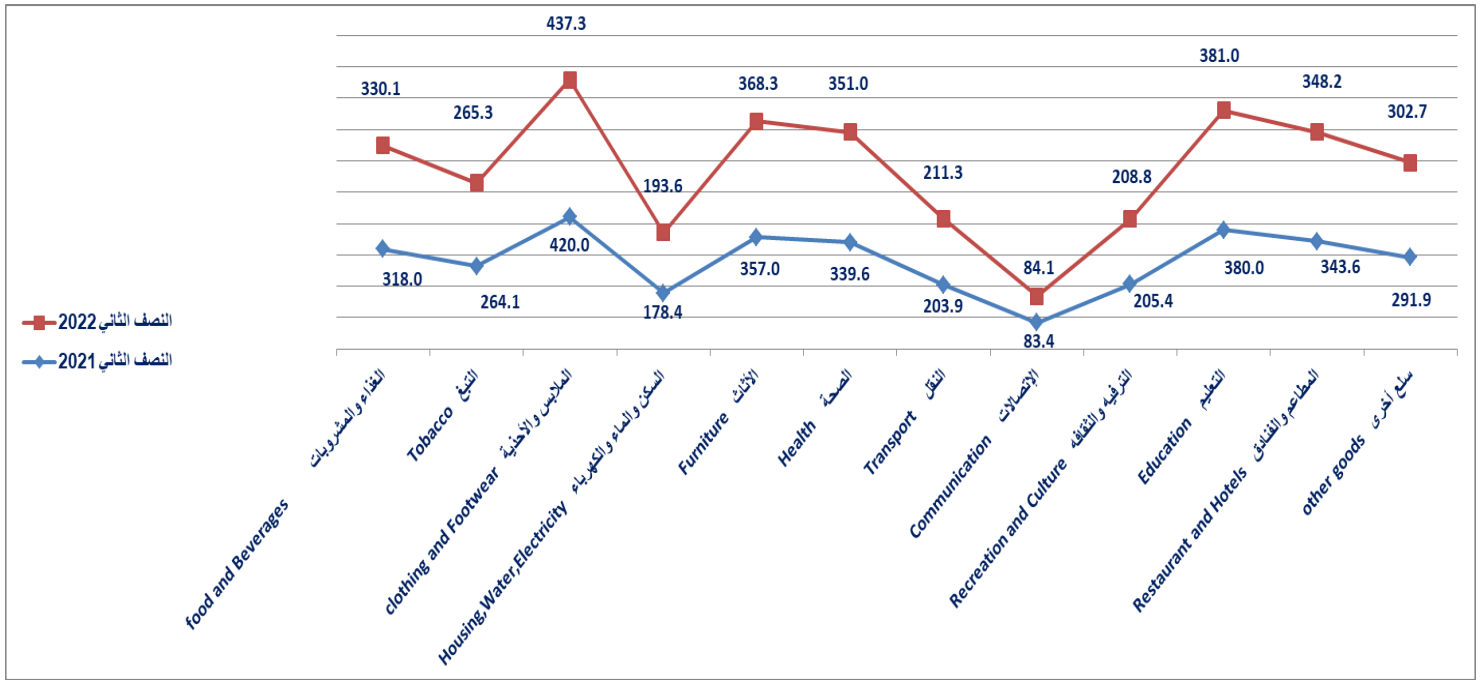
A table showing the index numbers of the main groups and the general index for the second half of 2022 and its comparison with the second half of 2021 and the rate of change for the second half of 2022.

جدول يبين الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية والرقم القياسي العام للنصف الثاني لسنة 2022 مقارنة بالنصف الثاني لسنة 2021 ومعدل التغير للنصف الثاني لسنة 2022 .

Main Groups	معدل التغير %	النصف الثاني 2022	النصف الثاني 2021	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	% change	H2 2022	H2 2021			
<b>General Index</b>	<b>4.1</b>	<b>290.2</b>	<b>278.7</b>	<b>100</b>	<b>الرقم القياسي العام</b>	<b>00</b>
food and Beverages	3.8	330.1	318.0	38.8	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	0.5	265.3	264.1	0.7	التبغ	02
clothing and Footwear	4.1	437.3	420.0	6.4	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	8.5	193.6	178.4	22.7	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	3.2	368.3	357.0	4.9	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	3.4	351.0	339.6	4.1	الصحة	06
Transport	3.6	211.3	203.9	8.1	النقل	07
Communication	0.8	84.1	83.4	2.7	الاتصالات	08
Recreation and Culture	1.7	208.8	205.4	2.8	الترفيه والثقافة	09
Education	0.3	381.0	380.0	4.0	التعليم	10
Restaurant and Hotels	1.3	348.2	343.6	1.7	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	3.7	302.7	291.9	3.1	السلع والخدمات الأخرى	12

## رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية حسب المجاميع الرئيسية للنصف الثاني لسنة 2022 مقارنة بالنصف الثاني لسنة 2021

A graph showing the development of index numbers according to the main totals for the second half of 2022 compared to the second half of 2021



## رسم بياني يوضح معدل التغير حسب المجاميع الرئيسية للنصف الثاني لسنة 2022

A graph showing the rate of change according to the main aggregates for the second half of 2022

