

## تقرير حول

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

0,135532

## Ministry of Planning Bureau of Statistics and Census

## وزارة التخطيط مصلحة الإحصاء والتعداد

**5.1% was the increase in average consumer prices during the first half months of 2022 compared to the same period 2021.**

Consumer price inflation continued to rise during the first half of this year, the results of comparing the consumer price index of the first half of this year 2022 to the previous year's first half showed 5.1% 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 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 10.9% , the sub-group of vegetables & the sugars sub-group both increased by 7.4%, the sub-group of milk, cheese and eggs by an average of 5.3% followed by the meat sub-group which increased by 4.9%, the sub-group of bread and cereal by 4.2%.

The group of other foodstuffs increased by 3.3%, and the group of mineral water, drinks and juices increased by 3.1%, followed by the subgroup of fish and seafood, which increased by 2.8%. The coffee and tea group increased by 2.3 % , and the fruits group increased by 1.6% .

The main group of housing, water and electricity, which is the second largest group in terms of relative importance after the food group increased by 7.3%, the main group of transportation reached 10.7%. As for the main group of clothes and shoes, it increased by 4.5%, followed by the group of other goods and services, which increased by 4.2%, and the group of other goods and services increased by 4.2%. Furniture and household appliances increased by 4.0%, while the health group increased by 3.3% and the restaurants and hotels group increased by 1.6%. As for the entertainment and culture group, it increased at a rate of 1.4%, and the communications group by 0.8%, followed by the education group, which witnessed a stability of 0.0%, as well as the tobacco group, which also witnessed a stability of 0.0%.

**5.1 % الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال أشهر النصف الأول لسنة 2022 مقارنة بنفس الفترة لسنة 2021 .**

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال أشهر النصف الأول من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك للنصف الأول لسنة 2022 بنظيره للسنة السابقة ما نسبته 5.1% .

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 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 10.9% والمجموعة الفرعية للخضراوات ارتفعت بمعدل 7.4% . أما المجموعة الفرعية للسكريات فقد زادت بمعدل 7.4% والمجموعة الفرعية للحليب والأجبان والبيض زادت بنسبة 5.3%، أما المجموعة الفرعية للحوم فقد ارتفعت بمعدل 4.9% يلي ذلك مجموعة الخبز والحبوب فقد بلغت نسبتها 4.2% .

أما مجموعة المواد الغذائية الأخرى فقد زادت بمعدل 3.3% ومجموعة المياه المعدنية والمشروبات والعصائر زادت بنسبة 3.1% يلي ذلك المجموعة الفرعية للأسماك وفواكه البحر فقد ارتفعت بنسبة 2.8% . ومجموعة القهوة والشاي زادت بمعدل 2.3% ومجموعة الفواكه ارتفعت بنسبة 1.6% .

بينما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء وهي ثاني أكبر مجموعة من حيث الأهمية النسبية بعد مجموعة الغذاء فقد زادت بنسبة 7.3% والمجموعة الرئيسية للنقل فقد بلغت 10.7% أما بالنسبة للمجموعة الرئيسية للملابس والأحذية ارتفعت بنسبة 4.5% يلي ذلك مجموعة السلع والخدمات الأخرى زادت بنسبة 4.2% ومجموعة الأثاث والأجهزة المنزلية ارتفعت بمعدل 4.0% أما بالنسبة للمجموعة الصحة فقد بلغت بمعدل 3.3% ومجموعة المطاعم و الفنادق فقد ارتفعت بنسبة 1.6% . أما مجموعة الترفيه والثقافة فقد زادت بمعدل 1.4% ومجموعة الاتصالات بلغت بنسبة 0.8% يلي ذلك مجموعة التعليم فقد شهدت استقرارا بنسبة 0.0% وكذلك مجموعة التبغ وهي أيضا شهدت استقرارا بنسبة 0.0% .

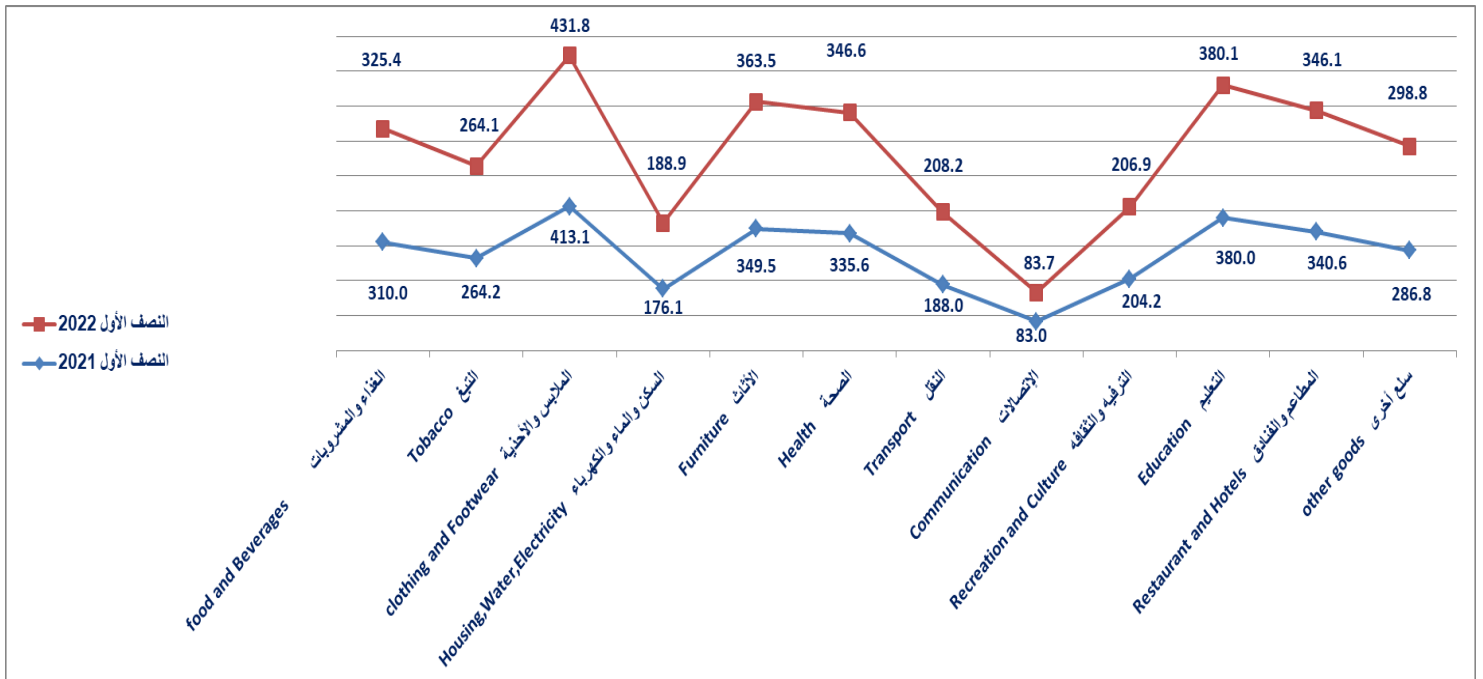
A table showing the index numbers of the main groups and the general index for the first half of 2022 and its comparison with the first half of 2021 and the rate of change for the first half of 2022.

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

Main Groups	معدل التغير %	النصف الأول 2022	النصف الأول 2021	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	% change	H1 2022	H1 2021			
<b>General Index</b>	<b>5.1</b>	<b>286.4</b>	<b>272.6</b>	<b>100</b>	<b>الرقم القياسي العام</b>	<b>00</b>
food and Beverages	5.0	325.4	310.0	38.8	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	0.0	264.1	264.2	0.7	التبغ	02
clothing and Footwear	4.5	431.8	413.1	6.4	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	7.3	188.9	176.1	22.7	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	4.0	363.5	349.5	4.9	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	3.3	346.6	335.6	4.1	الصحة	06
Transport	10.7	208.2	188.0	8.1	النقل	07
Communication	0.8	83.7	83.0	2.7	الإتصالات	08
Recreation and Culture	1.3	206.9	204.2	2.8	الترفيه والثقافة	09
Education	0.0	380.1	380.0	4.0	التعليم	10
Restaurant and Hotels	1.6	346.1	340.6	1.7	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	4.2	298.8	286.8	3.1	السلع والخدمات الأخرى	12

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

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



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

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

