



تقرير حول

التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب
المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر
سبتمبر لسنة 2024 مقارنة بشهر سبتمبر لسنة
2023 .

Report about
Inflation and consumer price index
numbers according to the main aggregates
and the general index for September 2024
compared to September 2023.

**Ministry of Planning
Bureau of Statistics and Census**

**وزارة التخطيط
مصلحة الإحصاء والتعداد**

The increase in average consumer prices is 2.7% during this month of September 2024 compared to the same month of 2023.

2.7% الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال شهر سبتمبر لسنة 2024 مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي .

Consumer price inflation continued to rise during September of this year 2024. The results of comparing the consumer price index for September 2024 compared to the same period last year showed an increase rate of 2.7%.

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال شهر سبتمبر من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك لشهر سبتمبر مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي ما نسبته 2.7%.

By analyzing the data of the indices of the main and influential sub-groups, to which the increase in the general index is attributed, it turns out that the main group of food and beverages is the group that contributed the most to the rise that occurred in consumer prices during the aforementioned period, which represents 38.8% of the weight of the general index It increased by 4.1% and the reason for this is due to the increase in the prices of most of the subgroups that make it up. Among the food subgroups that increased the most were the prices of the fresh vegetables subgroup by 5.3% and the fresh fruits subgroup by 5.2%.

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 4.1% والسبب في ذلك يرجع إلى ارتفاع أسعار معظم المجموعات الفرعية المكونة لها، ومن أكثر المجموعات الفرعية للغذاء ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للخضراوات الطازجة بنسبة 5.3% والمجموعة الفرعية للفواكه الطازجة بلغت بنسبة 5.2%. أما المجموعة الفرعية للمواد الغذائية الأخرى فقد زادت بنسبة 4.8%.

The subgroup of other food items increased by 4.8%. This was followed by the milk, cheese, and eggs subgroup, which increased by 4.5%, the fresh meat subgroup, which increased by 4.3%, the fish and seafood subgroup, which increased by 3.4%, followed by the bread and cereals subgroup, which increased by 3.4%, and the oils and fats subgroup, which increased by 2.9%. The sugars subgroup increased by 2.7%, and the coffee and tea subgroup increased by 1.6%.

يلي ذلك المجموعة الفرعية للحليب والأجبان والبيض فقد ارتفعت نسبتها 4.5% والمجموعة الفرعية للحوم الطازجة زادت بنسبة 4.3% أما المجموعة الفرعية للأسماك وفواكه البحر بلغت بنسبة 3.4% يلي ذلك المجموعة الفرعية للخبز والحبوب زادت بنسبة 3.4% والمجموعة الفرعية للزيوت والدهون زادت بنسبة 2.9%. أما المجموعة الفرعية للسكريات فقد بلغت بنسبة 2.7% والمجموعة الفرعية للقهوة والشاي زادت نسبتها 1.6%.

While the main group of housing, water and electricity increased by 0.7%, it is the second largest main group in terms of relative importance after the food group, which constitutes 22.7% of the weight of the general index. Among the subgroups of housing that increased the most, the prices of the subgroup of repair and home maintenance supplies increased by 6.2%, the subgroup of home maintenance services increased by 1.6%, while the subgroup of rent increased by 0.2%.

بينما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء فقد ارتفعت بنسبة 0.7% وهي ثاني أكبر مجموعة رئيسية من حيث الأهمية النسبية بعد مجموعة الغذاء والتي تشكل 22.7% من وزن الرقم القياسي العام .

The main group of other goods and services increased by 2.8%, and the main group of clothing and shoes increased by 2.5%.

ومن أكثر المجموعات الفرعية للسكن ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للوازم التصليح وصيانة المسكن زادت بمعدل 6.2% والمجموعة الفرعية للخدمات صيانة المسكن بلغت بنسبة 1.6% بينما المجموعة الفرعية للإيجار زاد بنسبة 0.2%.

While the main group of entertainment and culture increased by 2.4%, and the main group of furniture and household appliances increased by 2.3%. The main group, health, rose by 2.0%, and the main group, transportation, rose by 1.6%.

أما المجموعة الرئيسية للسلع والخدمات الأخرى فقد ارتفعت بنسبة 2.8% والمجموعة الرئيسية للملابس والأحذية بلغت بنسبة 2.5%.

This was followed by the main group of communications, which increased by 1.0%, while the main group of restaurants and hotels saw an increase of 0.6%, and the main group of education increased by 0.2%.

بينما المجموعة الرئيسية للترفيه والثقافة فقد ارتفعت بنسبة 2.4% والمجموعة الرئيسية للأثاث والأجهزة المنزلية زادت بمعدل 2.3%.

As for the main tobacco group, it stabilized at 0.3%.

أما المجموعة الرئيسية للصحة بلغت بنسبة 2.0% والمجموعة الرئيسية للنقل ارتفعت بنسبة 1.6% .

يلي ذلك المجموعة الرئيسية للاتصالات فقد زادت بمعدل 1.0% بينما المجموعة الرئيسية للمطاعم والفنادق فقد شهدت ارتفاعاً بنسبة 0.6% والمجموعة الرئيسية للتعليم بلغت بنسبة 0.2%.

أما المجموعة الرئيسية للتبغ فقد شهدت استقراراً بنسبة 0.3%.

A table showing the consumer price index numbers according to the main aggregates, the general index number for September 2024 compared to September 2023, and the rate of change for September 2024.

جدول يبين الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجموع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر سبتمبر لسنة 2024 مقارنة بشهر سبتمبر لسنة 2023 ومعدل التغير لشهر سبتمبر لسنة 2024.

Main Groups	معدل التغير %	سبتمبر 2024	سبتمبر 2023	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	M-o-M	Sep.2024	Sep.2023			
General Index	2.7	303.8	295.9	100	الرقم القياسي العام	00
food and Beverages	4.1	354.3	340.5	38.8	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	0.3	266.2	265.5	0.7	التبغ	02
clothing and Footwear	2.5	456.4	445.1	6.4	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	0.7	195.6	194.3	22.7	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	2.3	381.5	372.8	4.9	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	2.0	363.9	356.7	4.1	الصحة	06
Transport	1.6	218.4	215.0	8.1	النقل	07
Communication	1.0	84.7	83.9	2.7	الإتصالات	08
Recreation and Culture	2.4	216.0	210.9	2.8	الترفيه والثقافة	09
Education	0.2	383.0	382.1	4.0	التعليم	10
Restaurant and Hotels	0.6	351.2	349.0	1.7	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	2.8	317.0	308.3	3.1	السلع والخدمات الأخرى	12

رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية لشهر سبتمبر
لسنة 2024 مقارنة بشهر سبتمبر لسنة 2023 .

A chart showing the development of consumer price index numbers according to the main aggregates for September 2024 compared to September 2023.

