



تقرير حول التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام عن شهر فبراير مقارنة بأسعار سنة الأساس 2024 = 100.

**Report about inflation and consumer price indices by main aggregates and the general index for the month of February compared to prices for the base year 2024 = 100.**



2025



12326  
06987 06987  
65 87364  
42



Year of Basis 2024

سنة الأساس 2024

## مقدمة

تعتبر الأرقام القياسية لأسعار المستهلك أحد المؤشرات الهامة المستخدمة في الدراسات الاقتصادية وخطط التنمية كونها تعكس التغيرات التي تطرأ على هيكل القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية في المجتمع.

حيث يستخدم الرقم القياسي على نطاق واسع، كمؤشر يقيس اتجاهات التضخم والانكماش الاقتصادي إضافة إلى استخدامه كمقياس للتغيرات في القوة الشرائية للعملة الوطنية وفي الحسابات القومية.

لذا تسعى مصلحة الإحصاء والتعداد إلى إيجاد سلة سلع معيارية للمستهلك لدراساتها استناداً إلى أهميتها النسبية في نفقات المستهلك سواء على مستوى المجموعات الرئيسية أو الفرعية بالإضافة إلى نفقات السلعة والاطلاع على تغيرات أسعارها على فترات منتظمة ومن أجل توفير الإطار المناسب الذي يحدد السلع والخدمات التي تمثل بمجموعها أساس نظام الأسعار والأرقام القياسية فقد تم توفير الإطار من نتائج مسح نفقات ودخل الأسرة لسنة 2022 م والذي يعتمد في تصنيف السلع والخدمات على النظام الدولي (COICOP) تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض وتثبيت مجموعات رئيسية من السلع والخدمات لتكون بمجموعها سلة المستهلك،

وقد اعتمدت مصلحة الإحصاء والتعداد منذ بداية عام 1999 تنفيذ العديد من التحديثات لعملية تركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك من خلال اختيار سلة سلع محدثة بناء على مخرجات مسوحات الأنفاق الأسري.

وفي هذا الصدد يسر- مصلحة الإحصاء والتعداد إصدار تقرير حول التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر فبراير لسنة 2025 على مستوى ليبيا بأسعار سنة أساس 2024 = 100 وبأوزان جديدة بالاعتماد على نتائج مسح نفقات ودخل الأسرة لسنة 2022 بدلا من مسح نفقات ودخل الأسرة لسنة 2008.

نأمل أن يسهم هذا الإصدار في توفير مؤشرات تخدم كافة الخبراء المختصين في هذا المجال.

## المحتويات

العناوين	ر.م
المحتويات	1
الفصل الأول	2
منهجية تركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك	3
الفصل الثاني	4
تقرير حول التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر فبراير لسنة 2025.	5
رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية لشهر فبراير لسنة 2025	6
رسم بياني يوضح معدل التغير على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية لشهر فبراير لسنة 2025	7

# الفصل الأول

- منهجية تركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك .

## منهجية تركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلك

تُعد مصلحة الإحصاء والتعداد الجهة الرسمية والمسؤولة عن حساب وإصدار الرقم القياسي لأسعار المستهلك ، وأن المنهجية التي استخدمت تتسق مع أفضل الممارسات والتوصيات الدولية في هذا المجال .

### أولاً - سلة المستهلك :

يقصد بالسلة مجموعة السلع والخدمات التي تدخل ضمن تركيب الرقم القياسي للأسعار ويعتبر مسح نفقات ودخل الأسر هو المصدر الأساس لهذه البيانات من خلال تتبع نفقات الأسرة لمدة سنة كاملة.

إن شمولية سلة المستهلك لا تقتصر فقط على عدد من الأصناف بل تشمل أيضاً تمثيلها للاستهلاك الفعلي للأسر المعيشية بفئاتها الاقتصادية والاجتماعية .

يشمل الإنفاق الاستهلاكي للأسر على عدد كبير من البنود والسلع (سلع وخدمات) التي من الصعب التعامل معها جميعاً ، فمن غير المنطقي أن نستخدم أسعار جميع السلع والخدمات التي يستخدمها المستهلكون لتركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلكين ولذا فإن الظروف العملية تقتضي اختيار مجموعة من السلع والخدمات والتي تعتبر ممثلة تمثيلاً صادقاً لأنماط استهلاك المجتمع ، وتعتبر مسوح نفقات ودخل الأسر هي المصدر الأساسي لهذه المعلومات حول أنواع الإنفاق المختلفة خلال عام كامل حتى تغطي المواسم والظروف المختلفة للأسرة ويطلق على السلع والخدمات التي تم اختيارها بسلة المستهلك.

### ثانياً - الأوزان الترجيحية ( الأهمية النسبية ) :

كما هو معروف هناك الرقم القياسي البسيط والرقم القياسي المرجح وهو الذي يعكس واقع التغيير في الأسعار إذ أن أثر السعر على المستهلك يتوقف بدرجة كبيرة على أهمية السلعة والخدمة بالنسبة إليه، أي وزنها النسبي من مجموع أنفاقه، وهذا يعني أن هناك بعض السلع أو الخدمات لها أهمية أكبر من سلع أو خدمات أخرى، أي لها تأثير أكبر على الرقم القياسي لأسعار المستهلك بشكل عام .

وتم الحصول على الأوزان الجديدة من خلال مسح نفقات ودخل الأسرة لسنة 2022م حيث تم احتساب الأهمية النسبية للسلع والخدمات التي كانت أهميتها النسبية أكبر أو تساوي 0.002 % من إنفاق الأسرة وتم ادراجها ضمن سلة سلع وخدمات الرقم القياسي لأسعار المستهلك ، أما السلع التي كانت أهميتها اقل من 0.002 % من أنفاق الأسرة فقد تم توزيعها على باقي السلع ضمن نفس المجموعة بأسلوب التناسب مع الحجم .

### ثالثاً - نظام التصنيف :

التصنيف المستخدم في الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو (COICOP-1999) تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض وهو تصنيف صادر عن شعبة الإحصاء بالأمم المتحدة .

والجدول التالي يوضح التوزيع النسبي للأوزان الترجيحية حسب نتائج مسح الأنفاق الأسري لعام 2022 لمجموعات الأنفاق الرئيسية للرقم القياسي العام على مستوى ليبيا حسب التصنيف الدولي (COICOP) الاستهلاك الفردي حسب الغرض.

الوزن	المجموعة الرئيسية	ر.م
40.39	الغذاء والمشروبات	1
0.34	التبغ	2
10.25	الملابس والأحذية	3
24.09	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	4
5.07	الأثاث والأجهزة المنزلية	5
4.03	الصحة	6
3.60	النقل	7
4.06	الاتصالات	8
0.88	الترفيه والثقافة	9
4.06	التعليم	10
0.64	المطاعم والفنادق	11
2.57	السلع والخدمات الأخرى	12
100.00	المجموع	

#### رابعاً - سلة الرقم القياسي :

يتم إعداد سلة الرقم القياسي لأسعار المستهلك بناءً على أنماط الإنفاق للأفراد والتي تظل متغيرة من فترة لأخرى ، وبعد عملية حساب الأوزان من مسح نفقات ودخل الأسرة لسنة 2022م وتحديد السلع والخدمات الممثلة ، فقد بلغ عدد السلع والخدمات الداخلة في احتساب الرقم القياسي العام (750) سلعة وخدمة .

#### رابعاً - النطاق الجغرافي (الشمول) ومصادر جمع البيانات:

اعتمدت مصلحة الإحصاء والتعداد في السابق على تجميع بيانات الأسعار من منطقة طرابلس فقط، ولا يشمل المناطق الأخرى، وكانت مؤشرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك تصدر عن مدينة طرابلس فقط، ولا شك أن التغطية الشاملة لكل مناطق ليبيا مطلب مهم وبالطبع يتطلب ذلك جهداً كبيراً في الحصول على الأسعار بصفة دورية من كافة مناطق ليبيا، وتجدر الإشارة إلى أن المصلحة سعت إلى توسيع عملية جمع أسعار المستهلك لتشمل كافة المناطق في ليبيا.

تم تجميع بيانات الأسعار لتشمل التغطية الجغرافية لكافة مناطق ليبيا وهذه المناطق هي:

- منطقة طرابلس
- منطقة بنغازي
- المنطقة الشرقية
- المنطقة الوسطى
- المنطقة الغربية
- منطقة الجبل الغربي
- المنطقة الجنوبية

وللوصول إلى درجة عالية من دقة البيانات وضمان أكبر، تم تحديد مصادر جمع بيانات الأسعار من خلال زيارات ميدانية يقوم بها فريق العمل داخل المنطقة التي يشملها المسح حيث روعي عند اختيار المصادر أن يكون كل منها مصدراً تمثيلاً أي أنه يمثل نقطة شراء لشريحة كبيرة من المستهلكين في المنطقة وكذلك يتم الأخذ في الاعتبار التوزيع الجغرافي للمصادر داخل المدينة وأن المصدر ذو صفة البيع بالتجزئة بالإضافة إلى توفر عدد كبير من أصناف السلع داخل المصدر من أجل تغطية السلع المطلوبة في سلة الأرقام القياسية.

#### خامساً - سنة الأساس:

وهي عبارة عن متوسط أسعار السلع والخدمات سنة الإسناد أي متوسط أسعار أصناف السلع خلال السنة المحددة، وتم تحديد أسعار سنة (2024) كسنة أساس جديدة وهي السنة التي تم فيها تجميع أسعار السلع والخدمات من كل مناطق ليبيا.

#### سادساً - دورية جمع البيانات:

ضمن خطة التطوير الحالية لآلية جمع الأسعار فإن جمع أسعار السلع والخدمات يتم كما يلي:-

تجمع أسعار مجموعة الغذاء والمشروبات أربع زيارات من كل شهر عدا المواد الطازجة والتمثلة في (اللحوم والأسماك والفواكه والخضراوات) بالإضافة إلى أسعار البيض فهي تجمع من خلال خمس زيارات أسبوعية أي ما يعادل 20 زيارة في الشهر نظراً لكثرة التغيرات التي تحدث في أسعار المواد الطازجة.

تجمع أسعار مجموعة التبغ ومجموعة الملابس والأحذية ومجموعة السكن والماء والكهرباء وبقية المجموعات الرئيسية الأخرى أربع زيارات من كل شهر.

#### سابعاً - احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك:

يتم احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك بصيغة لأسبر المرجح. وتتم من خلال معادلة رياضية وبالتالي تعتمد هذه المعادلة على ثلاثة متغيرات رئيسية وهي:

$$\sum \frac{P_1}{P_0} * W$$

حيث أن:

- = P<sub>1</sub> = أسعار السلع والخدمات في فترة المقارنة.
- = P<sub>0</sub> = أسعار السلع والخدمات في فترة الأساس.
- = W = الأهمية النسبية لتلك السلع أو الخدمات.

## الفصل الثاني

- تقرير حول التضخم والأرقام القياسية لأسعار المستهلك على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر فبراير 2025.
- رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية لشهر فبراير 2025.
- رسم بياني يوضح معدل التغير على مستوى ليبيا حسب المجاميع الرئيسية لشهر فبراير 2025.



## Ministry of Planning Bureau of Statistics and Census

## وزارة التخطيط مصلحة الإحصاء والتعداد

### 1.2% The increase in average consumer prices during February 2025 compared to prices in the base year 2024=100

Consumer price inflation continued to rise during February of this year, as the results of comparing the consumer price index for February 2025 compared to the prices of the base year 2024 showed a rate of 1.2%.

By analyzing the index data of the main 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 increase that occurred in consumer prices during the aforementioned period, which represents 40.39% of the weight of the general index, and rose by 2.2%.

While the main group of housing, water and electricity increased by 0.2%, it is the second largest main group in terms of relative importance after the food group, which constitutes 24.09% of the weight of the general index.

As main group of other goods and services increased by 3.4%, the main group of health increased by 2.0%, the main group of recreation and culture increased by 0.8%, and the main group of transportation increased by 0.7%, followed by the main group of tobacco, which also increased by 0.7%.

**While** the main group of communications witnessed stability at 1.4%, followed by the main group of education, which also witnessed stability at 1.9%, the main group of restaurants and hotels, which witnessed stability at 1.3%, and the main group of furniture and household appliances, which also witnessed stability at 0.0%.

**As** main group of clothing and footwear decreased by -0.5%.

### 1.2% الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال شهر فبراير لسنة 2025 مقارنة بأسعار سنة الأساس 100=2024

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال شهر فبراير من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك لشهر فبراير 2025 مقارنة بأسعار سنة الأساس 2024 ما نسبته 1.2%.

ومن خلال تحليل بيانات الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية، 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 40.39% من وزن الرقم القياسي العام إذ ارتفعت بنسبة 2.2%.

بينما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء فقد ارتفعت بنسبة 0.2% وهي ثاني أكبر مجموعة رئيسية من حيث الأهمية النسبية بعد مجموعة الغذاء والتي تشكل 24.09% من وزن الرقم القياسي العام.

أما المجموعة الرئيسية للسلع والخدمات الأخرى فقد ارتفعت بنسبة 3.4% والمجموعة الرئيسية للصحة زادت بنسبة 2.0% أما، المجموعة الرئيسية للترفيه والثقافة فقد بلغت بنسبة 0.8% والمجموعة الرئيسية النقل فقد شهدت ارتفاعا بنسبة 0.7% يلي ذلك المجموعة الرئيسية للتبغ وهي أيضا شهدت ارتفاعا بنسبة 0.7%.

**بينما** المجموعة الرئيسية للاتصالات فقد شهدت استقرارا بنسبة 1.4% يلي ذلك المجموعة الرئيسية للتعليم وهي أيضا شهدت استقرارا بنسبة 1.9% والمجموعة الرئيسية للمطاعم والفنادق فقد شهدت استقرارا بنسبة 1.3% والمجموعة الرئيسية للأثاث والأجهزة المنزلية وهي أيضا شهدت استقرارا بنسبة 0.0%.

**أما** المجموعة الرئيسية للملابس والأحذية فقد انخفضت بنسبة -0.5%.

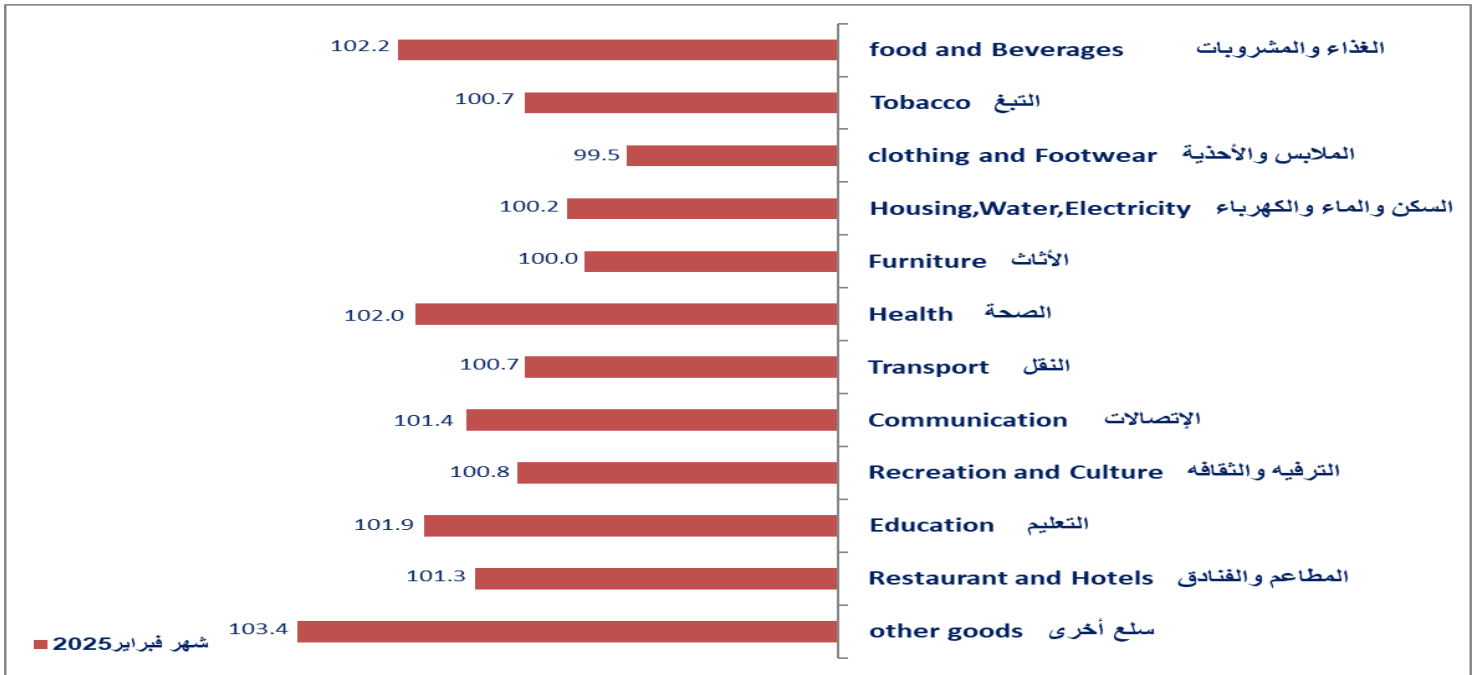
table showing the consumer price index numbers according to the main aggregates and the general index number for February 2025 Compared to base year prices 2024 = 100 and the rate of change for February 2025.

جدول يبين الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية والرقم القياسي العام لشهر فبراير 2025 مقارنة بأسعار سنة الأساس 2024 = 100 ومعدل التغير لشهر فبراير 2025.

Main Groups	معدل التغير %	فبراير 2025	سنة الأساس 2024	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	M-o-M	Feb.2025	Base year 2024			
<b>General Index</b>	<b>1.2</b>	<b>101.2</b>	<b>100.0</b>	<b>100.00</b>	<b>الرقم القياسي العام</b>	<b>00</b>
food and Beverages	2.2	102.2	100.0	40.39	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	0.7	100.7	100.0	0.34	التبغ	02
clothing and Footwear	-0.5	99.5	100.0	10.25	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	0.2	100.2	100.0	24.09	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	0.0	100.0	100.0	5.07	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	2.0	102.0	100.0	4.03	الصحة	06
Transport	0.7	100.7	100.0	3.60	النقل	07
Communication	1.4	101.4	100.0	4.06	الاتصالات	08
Recreation and Culture	0.8	100.8	100.0	0.88	الترفيه والثقافة	09
Education	1.9	101.9	100.0	4.06	التعليم	10
Restaurant and Hotels	1.3	101.3	100.0	0.64	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	3.4	103.4	100.0	2.57	السلع والخدمات الأخرى	12

رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية لشهر فبراير 2025  
مقارنة بأسعار سنة الأساس 2024 = 100

A graph showing the development of the indices according to the main aggregates  
for the month of February 2025 Compared to base year prices 2024 = 100



رسم بياني يوضح معدل التغير للأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب المجاميع الرئيسية  
لشهر فبراير 2025 مقارنة بأسعار سنة الأساس 2024 = 100

A graph shows the rate of change according to the main aggregates for the  
months of February 2025 Compared to base year prices 2024 = 100

