

نشرة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك النصف الثاني 2023 م

Consumer Price Index Bulletin

Second Half Of 2023



**Consumer Price Index
Bulletin
Second Half of 2023
Yemen Statistical
Bulletin**

Preparing by \ Index Numbers
Department

Based on 2014

**نشرة
الأرقام القياسية لأسعار
المستهلك
CPI
النصف الثاني ٢٠٢٣ م**

اعداد / إدارة الأرقام القياسية

سنة الأساس ٢٠١٤ م

@Second Half of 2023

Copyright reserved

When taking data from this report, please indicate the source

Central Statistics Organization 2023, Index Numbers Department

Half Report – Second Half of 2023

For more information, contact us at:

Email: CSO.aden@gmail.com

Phone number: 009672205112

@النصف الثاني ٢٠٢٣ م.

حقوق الطبع والنشر محفوظة

عند أخذ البيانات من هذا التقرير يرجى الإشارة إلى المصدر

الجهاز المركزي للإحصاء ٢٠٢٣ م، إدارة الأرقام القياسية

التقرير النصفى – النصف الثاني ٢٠٢٣ م.

للمزيد من المعلومات تواصل معنا على:

البريد الإلكتروني: CSO.aden@gmail.com

رقم التلفون/ فاكس: 009672205112

Contents

Section One: General background on Index Numbers and their methodology	1
Introduction of Index Numbers.	2
Used Formula	3
Methodology for calculating the Consumer Price Index.	4
Section two: Analysis of Consumer Price Index (CPI) Indicator and Inflation (INF) Second Half of 2023 (Based on 2014).	5
General Consumer Price Index (CPI) in the General Item.	6
General consumer price index (CPI) in the main groups.	6
Section Three: Analysis of Consumer Price Index (CPI) Indicators and Inflation (INF) Second Half of 2023 (On a moving basis).	13
The General Consumer Price Index (CPI) with a moving basis.	14
General consumer price index (CPI) in the main groups.	14

المحتويات

القسم الاول: خلفية عامة عن الأرقام القياسية ومنهجيتها.	١
مقدمة عن الأرقام القياسية	٢
الصيغة المستخدمة	٣
منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك.	٤
القسم الثاني: تحليل مؤشرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك (CPI) والتضخم (INF) في النصف الثاني ٢٠٢٣ م (بأساس ثابت أسعار سنة ٢٠١٤ م).	٥
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في البند العام.	٦
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في المجموعات الرئيسية.	٦
القسم الثالث: تحليل مؤشرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك (CPI) والتضخم (INF) في النصف الثاني ٢٠٢٣ م (بأساس متحرك).	١٣
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في البند العام.	١٤
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في المجموعات الرئيسية.	١٤

Section One
General background
on Index Numbers and
their methodology

القسم الأول
خلفية عامة عن الأرقام
القياسية ومنهجيتها

Introduction

It is known that the consumer price index is a relative number that measures the rate of change of the consumer over time to know the general situation of the cost of living in the country by following the development in the retail market, and it also helps to identify the inflation rates resulting from the change in prices and services in an economy between another period of time, as inflation is calculated through the percentage change in the consumer price index. The importance of measuring inflation through indices is that it reflects the extent to which the purchasing power of a country's currency has decreased, making the consumer unable to buy the same good and service that he could have previously purchased at the same price.

Therefore, Central Statistical Organization (CSO), represented by the Indices Department, seeks to publish a bulletin of consumer price indices by month, quarter and year, so that the changes in prices and their repercussions on the purchasing power of citizens are followed up by policy makers and decision makers.

المقدمة

من المعروف أن الرقم القياسي لأسعار المستهلك هو رقم نسبي يقيس معدل التغير في أسعار السلع والخدمات الضرورية للمستهلك عبر الزمن لمعرفة الوضع العام لتكاليف المعيشة في البلد من خلال متابعة التطور العام في سوق التجزئة، كما أنه يساعد في التعرف على معدلات التضخم الناتجة عن التغير في الأسعار والخدمات في اقتصاد ما بين فترة زمنية وأخرى، حيث أن التضخم يحتسب من خلال نسبة التغير في الرقم القياسي لأسعار المستهلك. وتكمن أهمية قياس التضخم من خلال الأرقام القياسية في أن يعكس مدى انخفاض القوة الشرائية لعملة بلد بما يجعل المستهلك غير قادر على شراء نفس السلعة والخدمة التي كان بإمكانه شراءها سابقا بنفس الثمن.

لذا يسعى الجهاز المركزي للإحصاء ممثلا بإدارة الأرقام القياسية في إصدار نشرة الأرقام القياسية لأسعار المستهلك حسب الشهر والربع والسنة حتى تتم المتابعة أولا بأول للتغيرات في الأسعار وانعكاساتها على القدرة الشرائية للمواطنين من قبل رسمي السياسات ومتخذي القرار.

First: Used Formula

First: Calculate the monthly or annual rate of change according to the following formula:

$$R = \frac{X_t}{X_0} - 1 \times 100 \dots \dots \dots (1)$$

whereas:

R: Refers to the monthly, quarterly or annual rate of change.

X_t: indicates the value of the variable in the target month, season, or year

X₀: Indicates the value of the variable in the base year or month, whether it is on a fixed or moving basis.

Second: Calculating Lasper's formula according to the following formula:

$$IP = \frac{\sum (P_i/P_0 * W)}{\sum W} - 1 \times 100 \dots \dots \dots (2)$$

whereas:

P_i/P₀ refers to the Product Price Relative.

W: The weight of the commodity from the household budget survey for the year 2014.

Where the indices of the sub-group, the main, the divisions are calculated up to the general index.

أولاً: الصيغة المستخدمة:

أولاً: احتساب معدل التغير الشهري أو السنوي حسب الصيغة الآتية:

$$R = \frac{X_t}{X_0} - 1 \times 100 \dots \dots \dots (1)$$

حيث أن:

R: تشير إلى معدل التغير الشهري أو الفصل أو السنوي.

X_t: تشير إلى قيمة المتغير في الشهر أو الفصل أو السنة المستهدف.

X₀ تشير إلى قيمة المتغير في سنة أو شهر الأساس سواء أكان بأساس ثابت أو متحرك.

ثانياً: احتساب صيغة لاسبير حسب الصيغة الآتية:

$$IP = \frac{\sum \frac{P_i}{P_0} * W}{\sum W} - 1 \times 100 \dots \dots \dots (2)$$

حيث أن:

$\frac{P_i}{P_0}$: تشير إلى منسوب السعر للسلعة.

W: وزن السلعة من مسح ميزانية الأسرة لسنة ٢٠١٤م.

حيث تحسب الأرقام القياسية للمجموعة الفرعية، الرئيسية، الأقسام صعوداً إلى الرقم القياسي العام.

Methodology for calculating Consumer Price Index:

1- **Base period:** It is the time period against which the current period is compared. The year 2014 was chosen as the base year, as it fulfills the required conditions in terms of stability and is relatively free from crises, and it is also the year in which the Household Expenditure and Income Survey was conducted.

2- **Used Formula:**

The modified Laspere formula, which depends on the base weights, was used in calculating the indices of the main and subtotals, and the general index.

منهجية احتساب الرقم القياسي لأسعار المستهلك:

١- **سنة الأساس:**

هي الفترة الزمنية التي يتم مقارنة الفترة الجارية بها. وقد تم اختيار سنة ٢٠١٤م كسنة أساس، كونها تحقق الشروط المطلوبة من حيث الاستقرار وخلوها من الأزمات نسبياً، كما أنها السنة التي تم فيها إجراء مسح إنفاق ودخل الأسرة.

٢- **الصيغة المستخدمة:**

استخدمت صيغة لاسبير المعدلة التي تعتمد أوزان الأساس في احتساب الأرقام القياسية للمجاميع الفرعية والرئيسية والرقم القياسي العام.

Section two
Analysis of Consumer
Price Index (CPI)
Indicator
Second Half of 2023
(Based on 2014)

القسم الثاني
تحليل مؤشرات الرقم القياسي
لأسعار المستهلك (CPI)
النصف الثاني ٢٠٢٣ م
(سنة الأساس ٢٠١٤ م)

First: General consumer price index (CPI) in the general item:

The general consumer price index recorded an increase in the second half of 2023, reaching 536.10% compared to the second half of 2022, which was 456.85%, as an increase of 17.35%.

Second: General consumer price index (CPI) in the main groups:

By analyzing the index data for the main groups as shown in Table (1) and for the influential subgroups as shown in Table (2), the increase in the consumer price index is attributed to the following:

- Health category increased by 38.22%
- Culture and Entertainment category increased by 33.10%.
- Tobacco, cigarettes and qat category increased by 31.53% due to:

1- Cigarettes group increased by 79.01%

2- Qat group increased by 27.66%

3- Tobacco group increased by 16.77%.

- Other goods and services category increased by 26.12%
- Communications category increased by 24.30%

أولاً: الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في البند العام:

سجل الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك في النصف الثاني من ٢٠٢٣م ارتفاعاً حيث بلغ ٥٣٦,١٠٪ مقارنة بالنصف الثاني من ٢٠٢٢م حيث كان ٤٥٦,٨٥٪ أي ارتفاعاً بنسبة ١٧,٣٥٪.

ثانياً: الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في المجموعات الرئيسية:

من خلال تحليل بيانات الرقم القياسي للمجموعات الرئيسية كما هو موضح في جدول (١) وللمجموعات الفرعية المؤثرة كما هو موضح في جدول (٢) يعزى الارتفاع في الرقم القياسي لأسعار المستهلك للآتي:

- ارتفاع قسم الصحة بنسبة ٣٨,٢٢٪
- ارتفاع قسم الثقافة والترفيه بنسبة ٣٣,١٠٪

- ارتفاع قسم التبغ والسجائر والقات بنسبة ٣١,٥٣٪ وذلك بسبب:

١- ارتفاع مجموعة السجائر بنسبة ٧٩,٠١٪

٢- ارتفاع مجموعة القات بنسبة ٢٧,٦٦٪

٣- ارتفاع مجموعة التبغ بنسبة ١٦,٧٧٪

- ارتفاع قسم السلع والخدمات الأخرى بنسبة ٢٦,١٢٪

- ارتفاع قسم الاتصالات بنسبة ٢٤,٣٠٪

- Furniture, furnishing and household items category increased by 23.69% due to:

1- Household cleaners group increased by 37.57%.

2- Furniture, carpets and bedding group increased by 30.92%.

3- Home appliances group increased by 19.62%

- Housing, water, electricity, gas, and other fuel types increased by 22.50% due to:

1- Water expenditure group increased by 81.05%

2- Maintenance and restoration expenses group increased by 40.38%.

3- Monthly rent group increased by 24.95%

4- Other expenses on housing group increased by 23.59%.

- Clothing and footwear category increased by 22.17% due to the increase in the footwear group by 37.74%, as well as the increase in the cloths and ready-made clothing group by 18.41%
- Education category increased by 16.23%
- Restaurants and hotels category increased by 12.44%

- ارتفاع قسم الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية بنسبة ٢٣,٦٩٪ وذلك بسبب:

١- ارتفاع مجموعة المنظفات المنزلية بنسبة ٣٧,٥٧٪

٢- ارتفاع مجموعة الأثاث والسجاد والمفارش بنسبة ٣٠,٩٢٪

٣- ارتفاع مجموعة الأجهزة المنزلية بنسبة ١٩,٦٢٪

- ارتفاع قسم السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى بنسبة ٢٢,٥٠٪ وذلك بسبب:

١- ارتفاع مجموعة الإنفاق على المياه بنسبة ٨١,٠٥٪

٢- ارتفاع مجموعة نفقات صيانة وترميم بنسبة ٤٠,٣٨٪

٣- ارتفاع مجموعة الإيجار الشهري بنسبة ٢٤,٩٥٪

٤- ارتفاع مجموعة نفقات أخرى على السكن بنسبة ٢٣,٥٩٪

- ارتفاع قسم الملابس والأحذية بنسبة ٢٢,١٧٪ وذلك بسبب ارتفاع مجموعة الأحذية بنسبة ٣٧,٧٤٪ وكذلك ارتفاع مجموعة الأقمشة والملابس الجاهزة بنسبة ١٨,٤١٪
- ارتفاع قسم التعليم بنسبة ١٦,٢٣٪
- ارتفاع قسم المطاعم والفنادق بنسبة ١٢,٤٤٪

- Food and non-alcoholic beverages category increased by 7.84% due to:
 - a- There is an increase in non-alcoholic beverages category by 20.69% due to an increase in the tea, coffee and cocoa group by 24%, as well as an increase in the mineral water and soft drinks group by 17.95%.

b- There is an increase in the food category by 7.35% due to:

- 1- Sugar and its products group increased by 36.80%.
- 2- Fresh and preserved fruit group increased by 29.83%.
- 3- Dairy and egg products group increased by 16.18%.
- 4- Cereals and their derivatives group increased by 12.32%.
- 5- Fresh and preserved vegetables group increased by 9.54%.
- 6- Dry and canned legumes group increased by 8.80%.
- 7- Spices and other food products group increased by 4.44%.
- 8- Fish and seafood group increased by 1.15%.
- 9- Meat group increased by 0.89%.
- 10- Fat and oils group decreased by 0.49%.

- Transport category increased by 7.49%

- ارتفاع قسم الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة ٧,٨٤٪ وذلك يعود إلى:
 - أ- ارتفاع مجموعة المشروبات غير الكحولية بنسبة ٢٠,٦٩٪ وذلك بسبب ارتفاع فئة الشاي والبن والكاكاو بنسبة ٢٤٪ وكذلك ارتفاع فئة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بنسبة ١٧,٩٥٪
 - ب- ارتفاع مجموعة الأغذية بنسبة ٧,٣٥٪ وذلك بسبب:
 - ١- ارتفاع فئة السكر ومنتجاتها بنسبة ٣٦,٨٠٪
 - ٢- ارتفاع فئة الفواكة الطازجة والمحفوظة بنسبة ٢٩,٨٣٪
 - ٣- ارتفاع فئة منتجات الالبان والبيض بنسبة ١٦,١٨٪
 - ٤- ارتفاع فئة الحبوب ومشتقاتها بنسبة ١٢,٣٢٪
 - ٥- ارتفاع فئة الخضروات الطازجة والمحفوظة بنسبة ٩,٥٤٪
 - ٦- ارتفاع فئة البقوليات الجافة والمعلبة بنسبة ٨,٨٠٪
 - ٧- ارتفاع فئة التوابل ومنتجات طعام أخرى بنسبة ٤,٤٤٪
 - ٨- ارتفاع فئة الأسماك ومنتجات البحر بنسبة ١,١٥٪
 - ٩- ارتفاع فئة اللحوم بنسبة ٠,٨٩٪
 - ١٠- انخفاض فئة السمن والزيوت بنسبة ٠,٤٩٪

- ارتفاع قسم النقل بنسبة ٧,٤٩٪

جدول (١): مقارنة الأرقام القياسية و التضخم لأسعار المستهلك النصف الثاني من ٢٠٢٢م و النصف الثاني من ٢٠٢٣م (٢٠١٤=١٠٠)

Table (1): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of Second Half of 2022 & Second Half of 2023(2014=100)

Expenditure Groups	التضخم	النصف الثاني ٢٠٢٣	النصف الثاني ٢٠٢٢	مجموعات الانفاق
	Inflation	Second Half of 2023	Second Half of 2022	
All Items	17.35	536.10	456.85	جميع المواد (البند العام)
1) Food and non-Alcoholic Beverages	7.84	646.13	599.17	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
Food Items	7.35	649.27	604.82	الأغذية
Breads and Cereals	12.32	464.06	413.17	الحبوب ومشتقاتها
Meat	0.89	514.91	510.36	اللحوم
Fish and Sea Products	1.15	887.61	877.54	الأسماك ومنتجات البحر
Dairy Products and Eggs	16.18	661.02	568.96	منتجات الألبان والبيض
Dry and Caned Legumes	8.80	783.52	720.12	البقوليات الجافة والمعلبة
Oils and Fats	-0.49	598.16	601.10	السمن والزيوت
Fresh and Preserved Fruits	29.83	452.93	348.85	الفواكة الطازجة والمحفوظة
Fresh and Preserved Vegetables	9.54	559.61	510.88	الخضروات الطازجة والمحفوظة
Sugar and its Products	36.80	659.96	482.43	السكر ومنتجاتها
Spices and food Products	4.44	492.68	471.73	توابل ومنتجات طعام أخرى
Non-alcoholic beverages	20.69	581.69	481.95	المشروبات غير الكحولية
Tea and Coffee	24.00	501.06	404.08	الشاي والبن والكافا
Mineral Water and Soft Drinks	17.95	656.41	556.53	المياه المعدنية والمشروبات الغازية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	31.53	660.71	502.33	٢) التبغ والسجائر والقات
Tobacco	16.77	754.16	645.84	التبغ
Cigarettes	79.01	694.97	388.24	السجائر
Qat	27.66	655.33	513.33	القات

3) Clothing and footwear	22.17	372.50	304.90	٣) الملابس والاحذية
Clothing	18.41	356.40	301.00	الأقمشة، والملابس الجاهزة
Footwear	37.74	443.80	322.21	الأحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	22.50	426.37	348.04	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى
Rents	24.95	702.61	562.32	الإيجار الشهري
Home maintenance services	40.38	440.63	313.88	نفقات صيانة وترميم
Water and Sanitation	81.05	181.05	100.00	الانفاق على المياه
Fuels and Lighting	0.00	100.04	100.04	الانفاق على الكهرباء
Other Expenses on Housing	23.59	298.97	241.91	نفقات أخرى على السكن
5)Furniture &Household Equipment	23.69	664.18	536.95	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
Furniture, Rugs and Bedspreads	30.92	682.27	521.15	الأثاث والسجاد والمفارش
Home Textiles	19.62	654.13	546.82	الأجهزة المنزلية
Household appliances	37.57	658.12	478.40	المنظفات المنزلية
6) health	38.22	479.86	347.17	٦) الصحة
7) Transportation	7.49	601.28	559.40	٧) النقل
8) Communication	24.30	163.40	131.46	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	33.10	737.47	554.07	٩) الثقافة والترفيهية
10) Education	16.23	207.11	178.19	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	12.44	457.02	406.44	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	26.12	512.95	406.70	١٢) السلع والخدمات الأخرى

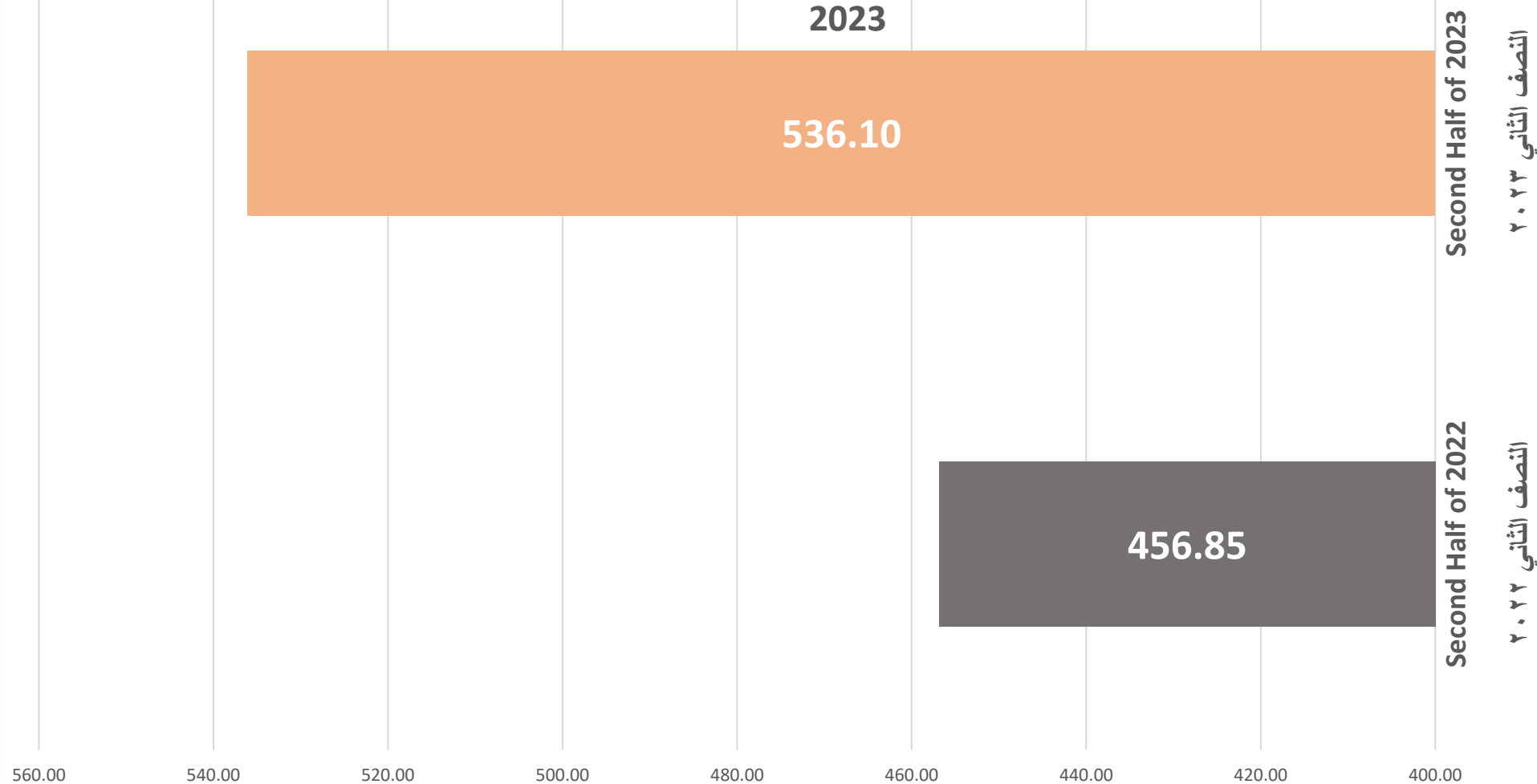
جدول (٢): مقارنة الأرقام القياسية والتضخم لأسعار المستهلك النصف الثاني من ٢٠٢٢م و النصف الثاني من ٢٠٢٣م (٢٠١٤=١٠٠)

Table (2): Comparison of index Numbers and Inflation Change of CPI of Second Half of 2022 & Second Half of 2023 (2014=100)

Expenditure Groups	التضخم	النصف الثاني ٢٠٢٣	النصف الثاني ٢٠٢٢	مجموعات الانفاق
	Inflation	Second Half of 2023	Second Half of 2022	
All Items	17.35	536.10	456.85	جميع المواد (البند العام)
1) Food and non-Alcoholic Beverages	7.84	646.13	599.17	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	31.53	660.71	502.33	٢) التبغ والسجائر والقات
3) Clothing and footwear	22.17	372.50	304.90	٣) الملابس والاحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	22.50	426.37	348.04	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى
5) Furniture & Household Equipment	23.69	664.18	536.95	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
6) health	38.22	479.86	347.17	٦) الصحة
7) Transportation	7.49	601.28	559.40	٧) النقل
8) Communication	24.30	163.40	131.46	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	33.10	737.47	554.07	٩) الثقافة والترفيه
10) Education	16.23	207.11	178.19	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	12.44	457.02	406.44	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	26.12	512.95	406.70	١٢) السلع والخدمات الأخرى

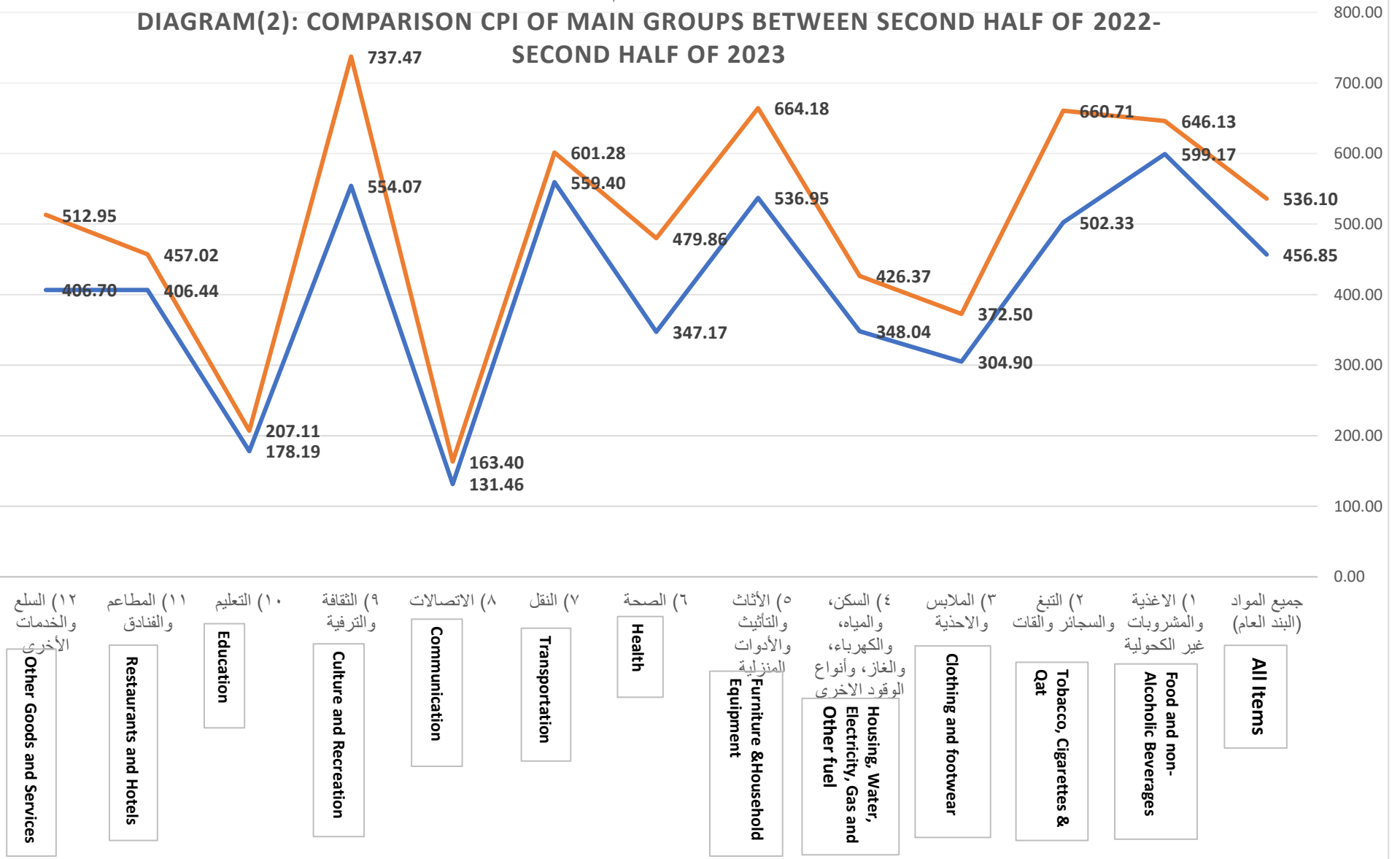
شكل (١): مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك بين النصف الثاني ٢٠٢٢ م - النصف الثاني ٢٠٢٣ م

Diagram(1): Comparison CPI between Second Half of 2022 - Second Half of 2023



شكل (٢): مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك للأقسام الرئيسية بين النصف الثاني ٢٠٢٢م- النصف الثاني ٢٠٢٣م

DIAGRAM(2): COMPARISON CPI OF MAIN GROUPS BETWEEN SECOND HALF OF 2022- SECOND HALF OF 2023



Section Three
Analysis of Consumer
Price Index (CPI)
Indicators
Second Half of 2023
(On a moving basis)

القسم الثالث
تحليل مؤشرات الرقم القياسي
لأسعار المستهلك (CPI)
النصف الثاني ٢٠٢٣ م
(بأساس متحرك)

First: Consumer Price Index (CPI) in the general item:

Due to the unstable conditions that the country is experiencing due to the continuation of the war in some of its regions and the extension of its impact on the living life of the population resulting from the large fluctuations in prices, which made relying on the prices of 2014 - the year in which the household budget survey was conducted - difficult properly expresses the reality since after the war, but rather reflects a large gap in prices.

According to the consultations that received from specialists, we decided that the index should be calculated according to a moving basis until a price survey is conducted. The household budget survey is the one that will reflect the large and rapid changes in the prices of goods and services from one month to another.

The follower of the index in Second Half of 2023 shown in **tables (3) and (4)**, finds that there is an increase of 0.65%

Second: The general consumer price index (CPI) in the main groups

By analyzing the index data for the main groups as shown in **Table (3)** and for the influential sub-groups as shown in **Table (4)**, the increase in prices in second half of 2023 in the general consumer index is attributed to the following:

أولاً: الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في البند العام:

نظراً للأوضاع الغير مستقرة التي تعيشها البلد بفعل استمرار الحرب في بعض مناطقها وامتداد تأثيرها على الحياة المعيشية للسكان الناجمة عن التقلبات الكبيرة في الأسعار مما جعل الاعتماد على أسعار ٢٠١٤م - وهو العام الذي تم فيه مسح ميزانية الاسرة- صعبه وغير معبرة بشكل صحيح عن الواقع منذ ما بعد الحرب بل تعكس فجوة كبيرة بالأسعار ،فقد أرتاينا وفقاً للاستشارات التي تلقيناها من المختصين أن يتم حساب الرقم القياسي وفقاً لأساس متحرك إلى أن يتم اجراء مسح للأسعار ومسح لميزانية الاسرة فهو الذي سيعكس التغيرات الكبيرة والمتسارعة بأسعار السلع والخدمات من شهر إلى آخر .

أن المتتبع لمؤشر الرقم القياسي في النصف الثاني من ٢٠٢٣م الموضح في الجدولين (٣) و (٤) يجد أن هناك ارتفاعاً بلغ ما نسبته ٠,٦٥%.

ثانياً: الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك (CPI) في المجموعات الرئيسية:

من خلال تحليل بيانات الرقم القياسي للمجموعات الرئيسية كما هو موضح في جدول (٣) وللمجموعات الفرعية المؤثرة كما هو موضح في جدول (٤) يعزى الارتفاع في الأسعار في النصف الثاني من ٢٠٢٣م في الرقم القياسي لأسعار المستهلك للاتي:

- Food and non-alcoholic beverages category increased by 3.48% due to:

a - Food category increased by 3.53% due to:

- 1- Fresh and preserved fruit group increased by 96.63%.
- 2- Sugar and its products group increased by 3.28%.
- 3- Dry and canned legumes group increased by 2.71%.
- 4- Fat and oils group increased by 2.39%.
- 5- Meat group increased by 1.50%.
- 6- Cereals and their derivatives group increased by 0.87%.
- 7- Fish and sea products group increased by 0.55%.
- 8- Dairy and egg products group decreased by 0.53%.
- 9- Spices and other food products group decreased by 1.01%.
- 10- Fresh and preserved vegetables group decreased by 2.47%.

b - There is an increase in non-alcoholic beverages category by 2.38% due to an increase in the tea, coffee and cocoa group by 2.86%, as well as an increase in the mineral water and soft drinks group by 1.93%.

- Education category increased by 2.29%

- ارتفاع قسم الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة ٣,٤٨٪ وذلك يعود إلى:
- أ- ارتفاع مجموعة الأغذية بنسبة ٣,٥٣٪ وذلك بسبب:
- ١- ارتفاع فئة الفواكة الطازجة والمحفوظة بنسبة ٩٦,٦٣٪
- ٢- ارتفاع فئة السكر ومنتجاتها بنسبة ٣,٢٨٪
- ٣- ارتفاع فئة البقوليات الجافة والمعلبة بنسبة ٢,٧١٪
- ٤- ارتفاع فئة السمن والزيوت بنسبة ٢,٣٩٪
- ٥- ارتفاع فئة اللحوم بنسبة ١,٥٠٪
- ٦- ارتفاع فئة الحبوب ومشتقاتها بنسبة ٠,٨٧٪
- ٧- ارتفاع فئة الأسماك ومنتجات البحر بنسبة ٠,٥٥٪
- ٨- انخفاض فئة منتجات الألبان والبيض بنسبة ٠,٥٣٪
- ٩- انخفاض فئة التوابل ومنتجات طعام أخرى بنسبة ١,٠١٪
- ١٠- انخفاض فئة الخضروات الطازجة والمحفوظة بنسبة ٢,٤٧٪

ب- ارتفاع مجموعة المشروبات غير الكحولية بنسبة ٢,٣٨٪ وذلك بسبب ارتفاع فئة الشاي والبن والكاكاو بنسبة ٢,٨٦٪ وكذلك ارتفاع فئة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بنسبة ١,٩٣٪

- ارتفاع قسم التعليم بنسبة ٢,٢٩٪

- Other goods and services category increased by 1.44%
- Health category increased by 1.11%
- Furniture, furnishing and household items category increased by 1.10% due to:
 - 1- Home appliances group increased by 1.77%
 - 2- Household cleaners group increased by 1.48%.
 - 3- Furniture, carpets and bedding group decreased by 0.07%.
- Culture and Entertainment category increased by 1.09%.
- Tobacco, cigarettes and qat category increased by 0.96% due to:
 - 1- Cigarettes group increased by 2.50%.
 - 2- Qat group increased by 0.82%
 - 3- Tobacco group decreased by 0.38%.
- Transportation category increased by 0.45%.
- Clothing and footwear category decreased by 0.15% due to the decrease in the footwear group by 7.27%, despite the increase in the cloths and ready-made clothing group by 1.59%.

- ارتفاع قسم السلع والخدمات الأخرى بنسبة ١,٤٤٪
- ارتفاع قسم الصحة بنسبة ١,١١٪
- ارتفاع قسم الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية بنسبة ١,١٠٪ وذلك بسبب:
 - ١- ارتفاع مجموعة الأجهزة المنزلية بنسبة ١,٧٧٪
 - ٢- ارتفاع مجموعة المنظفات المنزلية بنسبة ١,٤٨٪
 - ٣- انخفاض مجموعة الأثاث والسجاد والمفارش بنسبة ٠,٠٧٪
- ارتفاع قسم الثقافة والترفيه بنسبة ١,٠٩٪
- ارتفاع قسم التبغ والسجائر والقات بنسبة ٠,٩٦٪ وذلك بسبب:
 - ١- ارتفاع مجموعة السجائر بنسبة ٢,٥٠٪
 - ٢- ارتفاع مجموعة القات بنسبة ٠,٨٢٪
 - ٣- انخفاض مجموعة التبغ بنسبة ٠,٣٨٪
- ارتفاع قسم النقل بنسبة ٠,٤٥٪
- انخفاض قسم الملابس والأحذية بنسبة ٠,١٥٪ وذلك بسبب انخفاض مجموعة الأحذية بنسبة ٧,٢٧٪، بالرغم من ارتفاع مجموعة الأقمشة والملابس الجاهزة بنسبة ١,٥٩٪

- Restaurants and hotels category decreased by 0.25
- Communications category decreased by 1.81%.
- Housing, water, electricity, gas, and other fuels decreased by 3.69% due to:

- 1- Monthly rent decreased by 27.48%
- 2- Water spending decreased by 2.66%.
- 3- Maintenance and restoration expenses decreased by 2.11%.
- 4- Other expenses on housing increased by 3.03%.

- انخفاض قسم المطاعم والفنادق بنسبة ٠,٢٥ %
- انخفاض قسم الاتصالات بنسبة ١,٨١ %
- انخفاض قسم السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى بنسبة ٣,٦٩ % وذلك بسبب:
 - ١- انخفاض مجموعة الايجار الشهري بنسبة ٢٧,٤٨ %
 - ٢- انخفاض مجموعة الانفاق على المياه بنسبة ٢,٦٦ %
 - ٣- انخفاض مجموعة نفقات صيانة وترميم بنسبة ٢,١١ %
 - ٤- ارتفاع مجموعة نفقات أخرى على السكن بنسبة ٣,٠٣ %

جدول (٣): مقارنة الأرقام القياسية و التضخم لأسعار المستهلك النصف الثاني من ٢٠٢٢ م و النصف الثاني من ٢٠٢٣ م

Table (3): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of Second Half of 2022 & Second Half of 2023

Expenditure Groups	التضخم	النصف الثاني ٢٠٢٣	النصف الثاني ٢٠٢٢	مجموعات الانفاق
	Inflation	Second Half of 2023	Second Half of 2022	
All Items	0.65	103.48	102.81	جميع المواد (البند العام)
1) Food and non-Alcoholic Beverages	3.48	105.30	101.76	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
Food Items	3.53	105.45	101.85	الأغذية
Breads and Cereals	0.87	101.02	100.15	الحبوب ومشتقاتها
Meat	1.50	102.39	100.88	اللحوم
Fish and Sea Products	0.55	101.50	100.95	الأسماك ومنتجات البحر
Dairy Products and Eggs	-0.53	102.42	102.96	منتجات الألبان والبيض
Dry and Caned Legumes	2.71	101.19	98.52	البقوليات الجافه والمعلبة
Oils and Fats	2.39	101.45	99.08	السمن والزيوت
Fresh and Preserved Fruits	96.63	199.05	101.23	الفواكة الطازجة والمحفوطة
Fresh and Preserved Vegetables	-2.47	104.79	107.44	الخضروات الطازجة والمحفوطة
Sugar and its Products	3.28	103.41	100.13	السكر ومنتجاتها
Spices and food Products	-1.01	99.82	100.84	توابل ومنتجات طعام أخرى
Non-alcoholic beverages	2.38	102.24	99.87	المشروبات غير الكحولية
Tea and Coffee	2.86	103.05	100.18	الشاي والبن والكاكاو
Mineral Water and Soft Drinks	1.93	101.50	99.57	المياه المعدنية والمشروبات الغازية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	0.96	115.52	114.42	٢) التبغ والسجائر والقات
Tobacco	-0.38	101.31	101.69	التبغ
Cigarettes	2.50	105.31	102.75	السجائر
Qat	0.82	116.91	115.96	القات

3) Clothing and footwear	-0.15	102.47	102.62	(٣) الملابس والاحذية
Clothing	1.59	102.63	101.02	الأقمشة، والملابس الجاهزة
Footwear	-7.27	101.76	109.75	الأحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	-3.69	100.12	103.96	(٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الأخرى
Rents	-27.48	83.85	115.63	الإيجار الشهري
Home maintenance services	-2.11	101.37	103.55	نفقات صيانة وترميم
Water and Sanitation	-2.66	97.34	100.00	الانفاق على المياه
Fuels and Lighting	0.00	100.00	100.00	الانفاق على الكهرباء
Other Expenses on Housing	3.03	102.27	99.26	نفقات أخرى على السكن
5)Furniture &Household Equipment	1.10	102.86	101.74	(٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
Furniture, Rugs and Bedspreads	-0.07	103.45	103.52	الآثاث والسجاد والمفارش
Home Textiles	1.77	102.50	100.72	الأجهزة المنزلية
Household appliances	1.48	104.03	102.51	المنظفات المنزلية
6) health	1.11	103.99	102.85	(٦) الصحة
7) Transportation	0.45	100.11	99.66	(٧) النقل
8) Communication	-1.81	100.81	102.67	(٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	1.09	102.17	101.07	(٩) الثقافة والترفيه
10) Education	2.29	107.91	105.50	(١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	-0.25	101.91	102.17	(١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	1.44	102.99	101.52	(١٢) السلع والخدمات الأخرى

جدول (٤): مقارنة الأرقام القياسية والتضخم لأسعار المستهلك النصف الثاني من ٢٠٢٢ م و النصف الثاني من ٢٠٢٣ م

Table (4): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of Second Half of 2022 & Second Half of 2023

Expenditure Groups	التضخم	النصف الثاني ٢٠٢٣	النصف الثاني ٢٠٢٢	مجموعات الانفاق
	Inflation	Second Half of 2023	Second Half of 2022	
All Items	0.65	103.48	102.81	جميع المواد (البند العام)
1) Food and non-Alcoholic Beverages	3.48	105.30	101.76	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	0.96	115.52	114.42	٢) التبغ والسجائر والقات
3) Clothing and footwear	-0.15	102.47	102.62	٣) الملابس والاحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	-3.69	100.12	103.96	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الاخرى
5) Furniture & Household Equipment	1.10	102.86	101.74	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
6) health	1.11	103.99	102.85	٦) الصحة
7) Transportation	0.45	100.11	99.66	٧) النقل
8) Communication	-1.81	100.81	102.67	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	1.09	102.17	101.07	٩) الثقافة والترفيه
10) Education	2.29	107.91	105.50	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	-0.25	101.91	102.17	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	1.44	102.99	101.52	١٢) السلع والخدمات الأخرى

تمت بحمد الله

Done

