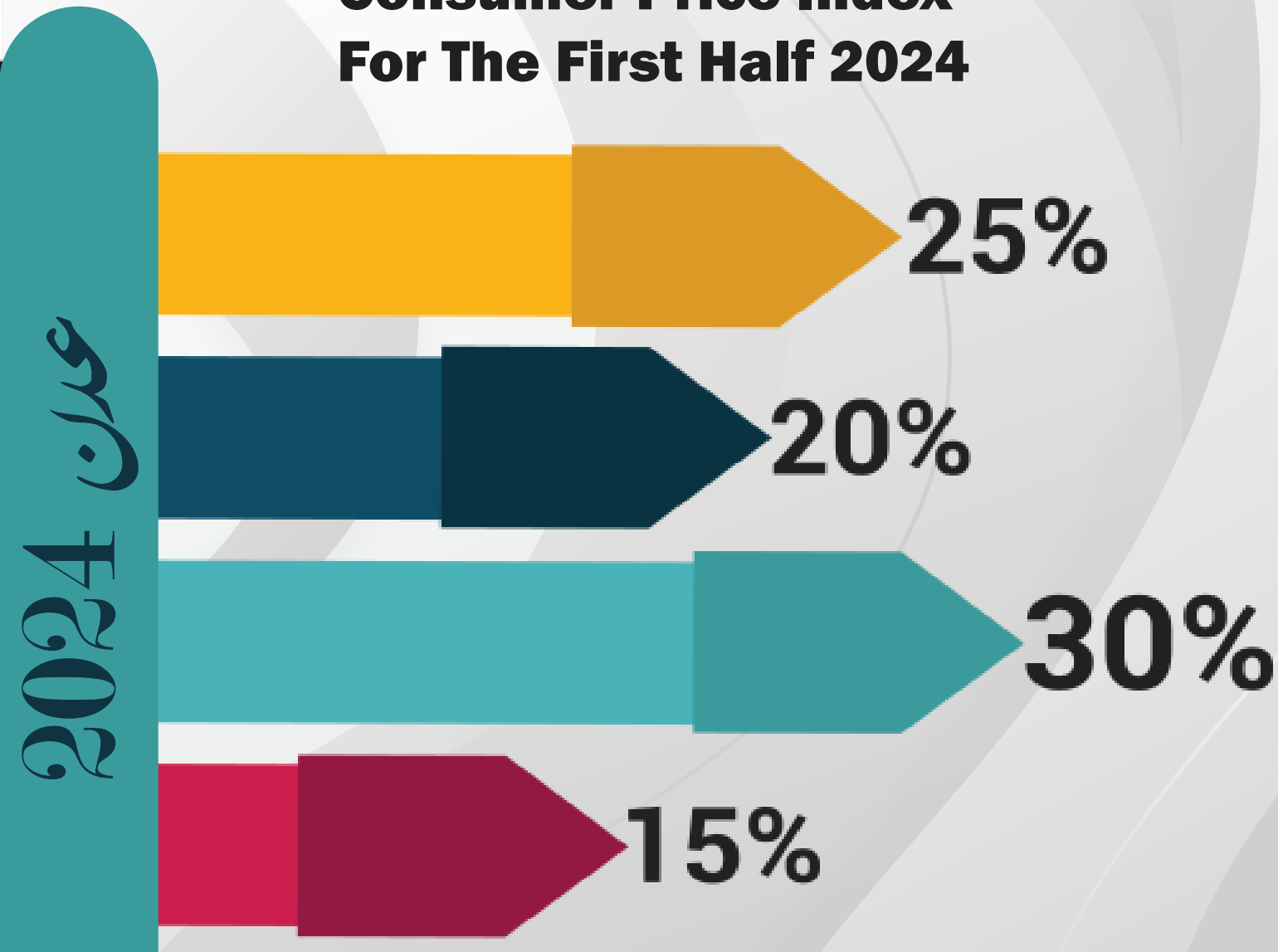
Republic Of Yemen
Central Statistical Organization

الجمهورية اليمنية
الجهاز المركزي للإحصاء

نشرة الأرقام القياسية
النصف الأول 2024

Consumer Price Index
For The First Half 2024



عدن 2024

العدد : 5

Consumer Price Index Bulletin

First Half of 2024

Yemen Statistical Bulletin

نشرة

الأرقام القياسية لأسعار المستهلك CPI

النصف الاول ٢٠٢٤م

Preparing by \ Index Numbers Department

اعداد / إدارة الأرقام القياسية

Based on 2014

سنة الأساس ٢٠١٤م

@First Half of 2024

Copyright reserved

When taking data from this report, please indicate the source

Central Statistics Organization 2024, Index Numbers Department

Half Report – First Half of 2024

For more information, contact us at:

Email: CSO.aden@gmail.com

Phone number: 009672205112

@النصف الاول ٢٠٢٤م.

حقوق الطبع والنشر محفوظة

عند أخذ البيانات من هذا التقرير يرجى الإشارة إلى المصدر

الجهاز المركزي للإحصاء ٢٠٢٤م، إدارة الأرقام القياسية

التقرير النصفي – النصف الاول ٢٠٢٤م.

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) First Half of 2024 (Based on 2014).	**٥**
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) First Half of 2024 (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 الاول ٢٠٢٤م (بأساس ثابت أسعار سنة ٢٠١٤م).	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 الاول٢٠٢٤م (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 عامـة عـن الأرقام القياسية ومنـهجيتـها

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 الارقام القياسية في إصدار نشرة الارقام القياسية لأسعار المستهلك حسب الشهر والربع والسنة حتى تتم المتابعة أولا بأول للتغيرات في الأسعار وانعكاساتها على القدرة الشرائية للمواطنين من قبل راسمي السياسات ومتخذي القرار.

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.

أولا: الصيغة المستخدمة:

أولا: احتساب معدل التغير الشهري أو السنوي حسب الصيغة الاتية:

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

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.

X_0 تشير إلى قيمة المتغير في سنة أو شهر الأساس سواء أكان بأساس ثابت أو متحرك.

ثانيا: احتساب صيغة لاسبير حسب الصيغة الاتية:

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

حيث أن:

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

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

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

First: Used Formula

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

R=X_t/X_0 -1×100 …… (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

X_0: 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= (∑▒〖P_i/P_0 *W〗)/(∑▒W)-1×100…… (2)

whereas:
P_i/P_0 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.

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 نسبيا، 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.

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.

القسم الثاني

تحليل مؤشرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك (CPI) النصف الاول ٢٠٢٤م

(سنة الأساس ٢٠١٤م)

Section two

Analysis of Consumer Price Index (CPI) Indicator

First Half of 2024

(Based on 2014)

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

سجل الرقم القياسي العام لأسعار المستهلك في النصف الاول من ٢٠٢٤م ارتفاع حيث بلغ ٥٩٥.٨٤٪ مقارنة بالنصف الأول من ٢٠٢٣م حيث كان ٤٨١.٤٩٪ أي ارتفاع بنسبة ٢٣.٧٥٪ .

ثانيا: 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 للاتي:

- **ارتفاع مجموعة الأغذية والمشروبات غير كحولية بنسبة ١٨.٢٧٪.**

١. ارتفاع قسم الأغذية بنسبة ١٨.٠٠٪ويعزى ذلك الى:

أ- ارتفاع فئة اللحوم بنسبة ٣٦.٥٧٪.

ب- ارتفاع فئة السكر ومنتجاتها بنسبة ٣٣.٠٤٪.

ت- ارتفاع فئة منتجات الالبان والبيض ٢٧.١٧٪.

ث- ارتفاع فئة الفواكه الطازجة المحفوظة بنسبة ٢٢.٨١٪.

ج- ارتفاع فئة الخضروات الطازجة بنسبة ٢١.٥٦٪.

ح- ارتفاع فئة الحبوب ومشتقاتها بنسبة ١٤.١٣٪.

خ- ارتفاع فئة السمن والزيوت بنسبة ١١.١١٪.

د- ارتفاع فئة البقوليات الجافة بنسبة ٩.٦٣٪.

- **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٪**

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

The general consumer price index increased in the first half of 2024, as 595.84% compared to the first half of 2023, when it was 481.49%, an increase of 23.75%.

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:

- Food and non-alcoholic beverages group increased by 18.27%.

1. Food category increased by 18.00% due to:

a - Meat group increased by 36.57%.

b - Sugar and its products group increased by 33.04%.

c - Dairy products and eggs group increased by 27.17%.

d - Fresh preserved fruits group increased by 22.81%.

e - Fresh vegetables group increased by 21.56%.

f – Cereals and their derivatives increased by 14.13%.

g - Fat and oils group increased by 11.11%.

h - Dry legumes group increased by 9.63%.

- Tobacco, cigarettes and qat category increased by 31.53% due to:

1- Cigarette 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%

٢-ارتفاع قسم المشروبات غير كحولية بنسبة ٢٤,٧٤٪ ويعزى ذلك الى :

أ- ارتفاع فئة الشاي والبن بنسبة ٣٠,٩٣٪

ب- ارتفاع فئة المياة المعدنية والمشروبات بنسبة ٢٠,٥٧٪

- ارتفاع مجموعة التبغ والسجائر والقات بنسبة ٥٥,٤٧٪ ويعزى ذلك الى :

أ- ارتفاع فئة القات بنسبة ٥٦,٥١٪.

ب- ارتفاع فئة السجائر بنسبة ٤٢,٩١٪.

ت- ارتفاع فئة التبغ بنسبة ١٩,٨٩٪.

تحليل بقية المواد غير غذائية :

- ارتفاع مجموعة الثقافة والترفية بنسبة ٣٨,٤٨٪.
- ارتفاع مجموعة الأثاث والأدوات المنزليه بنسبة ٢٨,٦١٪.
- ارتفاع مجموعة الصحة بنسبة ٢٨,١٦٪.
- ارتفاع مجموعة السلع والخدمات الأخرى بنسبة ٢٦,٦٦٪.
- ارتفاع مجموعة السكن بنسبة ٢٥,٩٩٪
- ارتفاع مجموعة الملابس والاحذية بنسبة ٢٣,٦٣٪.

2 - Non-alcoholic beverages increased by 24.74% due to:

a - There is an increase in tea and coffee category by 30.93%

b - There is an increase in mineral water and beverages category by 20.57%

- Tobacco, cigarettes and qat category Increased by 55.47% due to:

a – Qat group increased by 56.51%

b – Cigarette group increased by 42.91%

c – Tobacco group increased by 19.89%

Analysis of the non-food items:

- Culture and entertainment category increased by 38.48%
- Furniture and household appliances category increased by 28.61%
- Health category increased by 28.16%
- Other goods and services category increased by 26.66%
- Housing category increased by 25.99%
- Clothing and footwear category increased by 23.63%.

- ارتفاع مجموعة التعليم بنسبة ١٥,٣٩٪
- ارتفاع مجموعة المطاعم والفنادق بنسبة ١٣,٢١٪
- ارتفاع مجموعة النقل بنسبة ٧,٠٤٪.

- Education category increased by 15.39%
- Restaurants and hotels category increased by 13.21%
- Transportation category increased by 7.04%.

جدول(١): مقارنة الأرقام القياسية و التضخم لأسعار المستهلك النصف الاول من ٢٠٢٣م و النصف الاول من ٢٠٢٤م (٢٠١٤=١٠٠)

Table (1): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of First Half of 2023 & First Half of 2024(2014=100)

Expenditure Groups	التضخم	النصف الاول ٢٠٢٤	النصف الاول ٢٠٢٣	مجموعـــات الانفـــاق
	Inflation	First Half of 2024	First Half of 2023	
All Items	23.75	595.84	481.49	جميع المواد (البند العام)
1)Food and non-Alcoholic Beverages	18.72	713.57	603.36	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
Food Items	18.00	717.19	607.79	الأغذية
Breads and Cereals	14.13	497.73	436.12	الحبوب ومشتقاتها
Meat	36.57	616.96	451.74	اللحوم
Fish and Sea Products	10.38	1022.35	926.19	الأسماك ومنتجات البحر
Dairy Products and Eggs	27.17	733.25	576.58	منتجات الألبان والبيض
Dry and Caned Legumes	9.63	808.20	737.24	البقوليات الجافه والمعلبة
Oils and Fats	11.11	620.11	558.08	السمن والزيوت
Fresh and Preserved Fruits	22.81	457.34	372.39	الفواكة الطازجة والمحفوظة
Fresh and Preserved Vegetables	21.56	565.25	464.99	الخضروات الطازجة والمحفوظة
Sugar and its Products	33.04	711.46	534.76	السكر ومنتجاتها
Spices and food Products	1.91	512.77	503.17	توابل ومنتجات طعام أخرى
Non-alcoholic beverages	24.74	639.21	512.42	المشروبات غير الكحولية
Tea and Coffee	30.93	562.08	429.30	الشاي والبن والكاكاو
Mineral Water and Soft Drinks	20.57	710.71	589.46	المياه المعدنية والمشروبات الغازية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	55.47	788.19	506.96	٢) التبغ والسجائر والقات
Tobacco	19.89	786.44	655.95	التبغ
Cigarettes	42.91	739.81	517.68	السجائر
Qat	56.51	793.81	507.19	القات

3) Clothing and footwear	23.63	414.28	335.10	٣) الملابس والاحذية
Clothing	23.00	399.32	324.64	الأقمشة، والملابس الجاهزة
Footwear	25.99	480.56	381.42	الأحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	1.76	458.34	450.42	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الاخرى
Rents	10.31	814.43	738.34	الايجار الشهري
Home maintenance services	15.50	456.82	395.51	نفقات صيانة وترميم
Water and Sanitation	0.00	100.40	100.40	الانفاق على المياه
Fuels and Lighting	0.00	100.04	100.04	الانفاق على الكهرباء
Other Expenses on Housing	31.94	334.20	253.29	نفقات اخرى على السكن
5)Furniture &Household Equipment	28.61	746.73	580.63	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
Furniture, Rugs and Bedspreads	23.10	725.76	589.55	الأثاث والسجاد والمفارش
Home Textiles	32.05	760.42	575.86	الأجهزة المنزلية
Household appliances	15.73	659.20	569.58	المنظفات المنزلية
6) health	28.16	511.81	399.36	٦) الصحة
7) Transportation	7.04	604.75	564.98	٧) النقل
8) Communication	13.25	171.05	151.04	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	38.48	825.14	595.86	٩) الثقافة والترفيه
10) Education	15.39	216.18	187.35	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	13.21	509.43	449.98	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	26.66	572.31	451.85	١٢) السلع والخدمات الأخرى

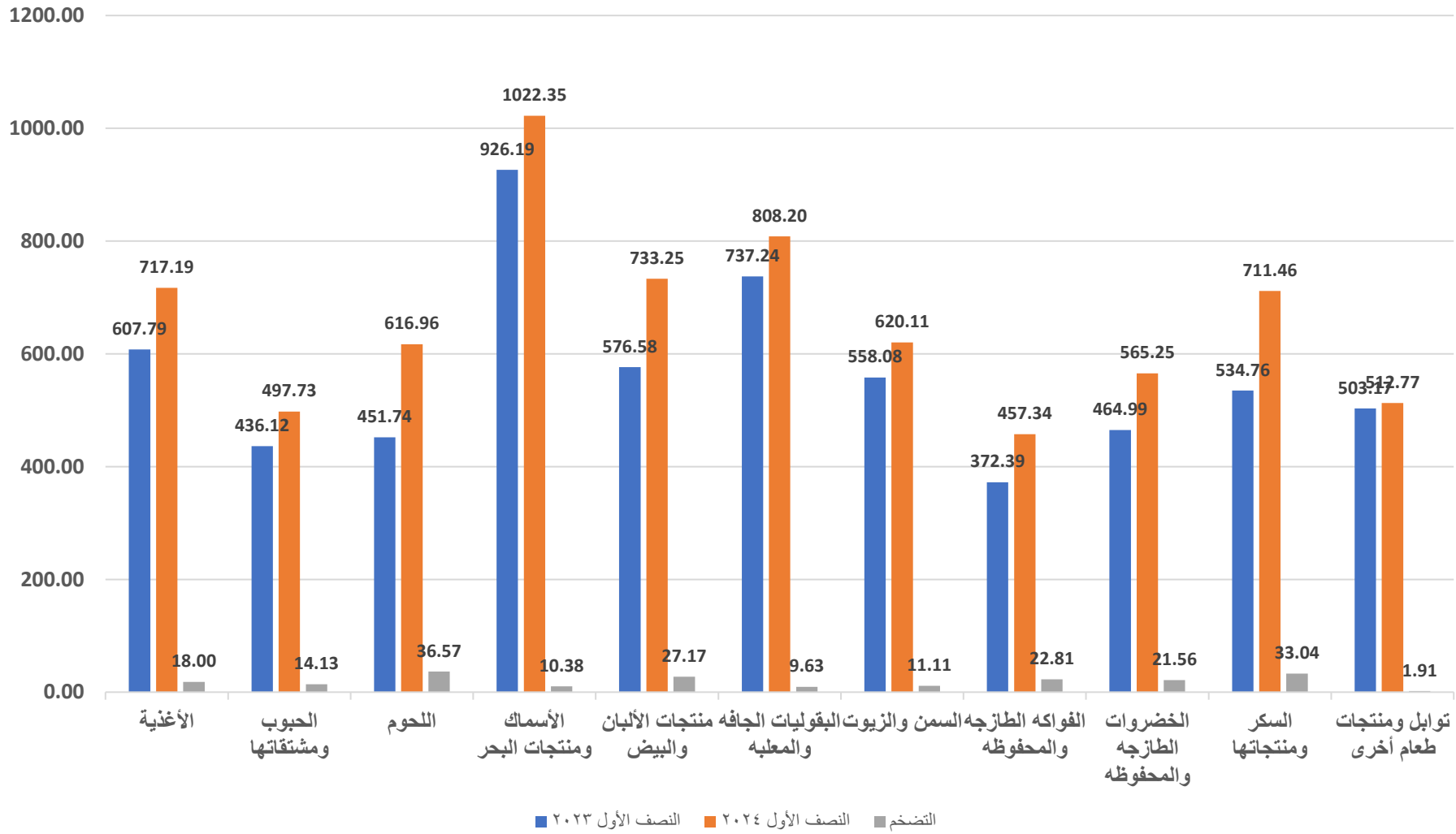
جدول(٢): مقارنة الأرقام القياسية والتضخم لأسعار المستهلك النصف الاول من ٢٠٢٣م و النصف الأول من ٢٠٢٤م (٢٠١٤=١٠٠)

Table (2): Comparison of index Numbers and Inflation Change of CPI of First Half of 2023 & First Half of 2024 (2014=100)

Expenditure Groups	التضخم	النصف الأول ٢٠٢٤	النصف الأول ٢٠٢٣	مجموعـــات الانفـــاق
	Inflation	First Half of 2024	First Half of 2023	
All Items	23.75	595.84	481.49	جميع المواد (البند العام)
1)Food and non-Alcoholic Beverages	18.27	713.57	603.36	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	55.47	788.19	506.96	٢) التبغ والسجائر والقات
3) Clothing and footwear	23.63	414.28	335.10	٣) الملابس والاحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	1.76	458.34	450.42	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الاخرى
5)Furniture &Household Equipment	28.61	746.73	580.63	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
6) health	28.16	511.81	399.36	٦) الصحة
7) Transportation	7.04	604.75	564.98	٧) النقل
8) Communication	13.25	171.05	151.04	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	38.48	825.14	595.86	٩) الثقافة والترفية
10) Education	15.39	216.18	187.35	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	13.21	509.43	449.98	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	26.66	572.31	451.85	١٢) السلع والخدمات الأخرى

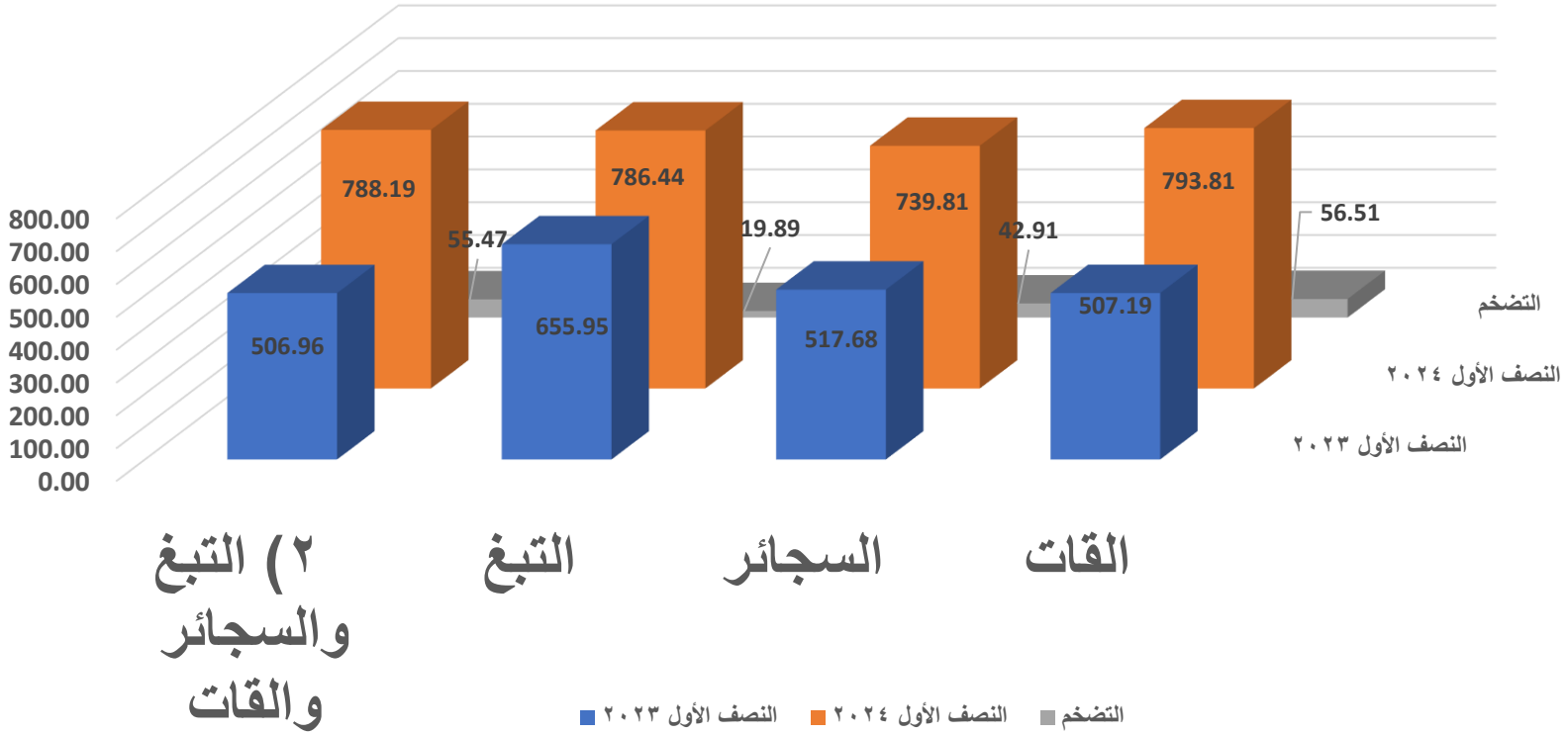
رسم بياني رقم (١):للرقم القياسي لاسعار المستهلك لمجموعة الاغذيه للنصف الاول لعام ٢٠٢٣ م والنصف الاول لعام ٢٠٢٤م والتضخم للنصف الاول ٢٠٢٤م

Figure No. 1 . Consumer Price Index of Food Group of First Half of 2023 & First Half of 2024 and Inflation of First H



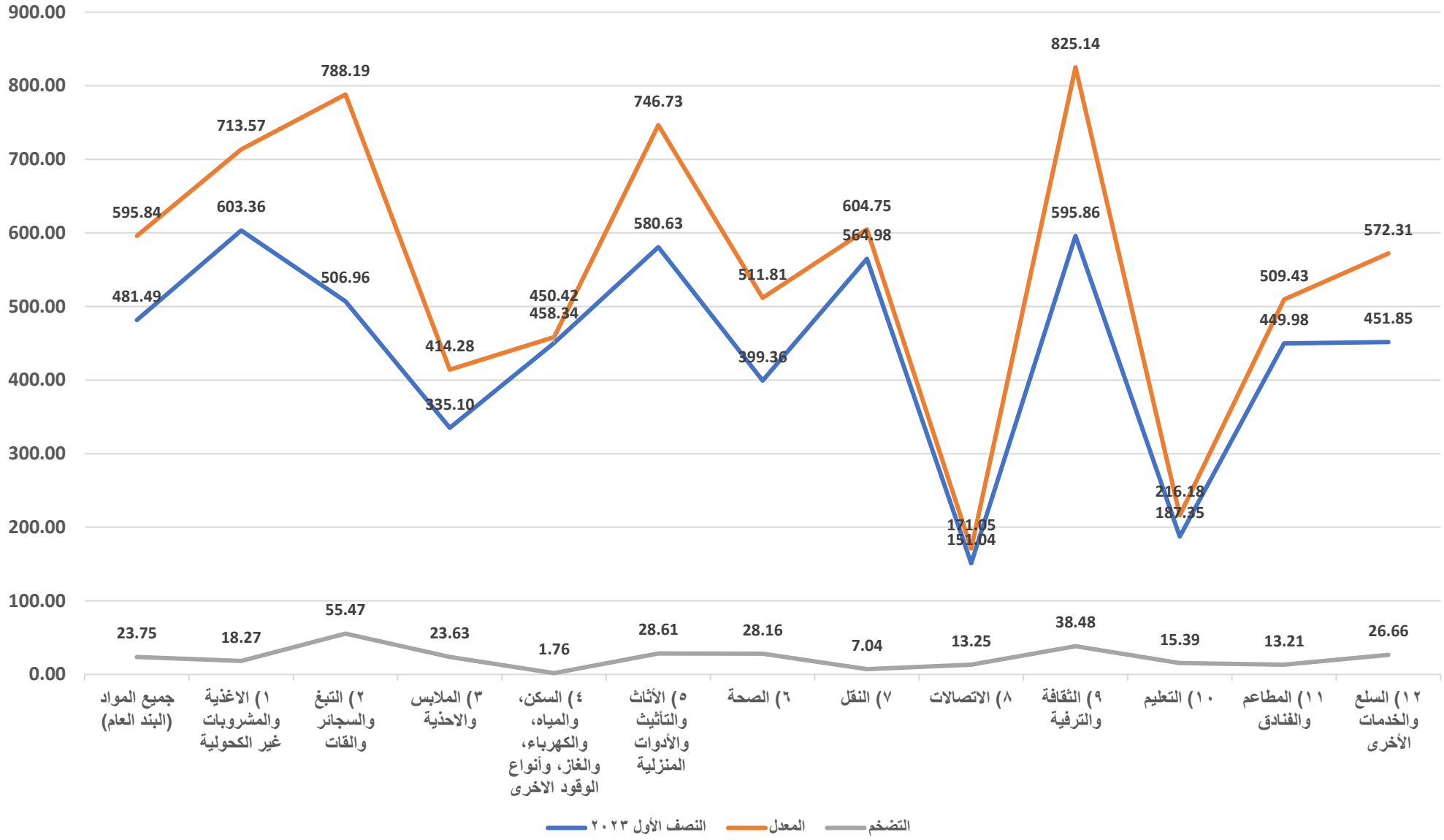
رسم بياني رقم (٢):للرقم القياسي لاسعار المستهلك لمجموعة التبغ والسجائر والقات للنصف الاول لعام ٢٠٢٣م والنصف الاول لعام ٢٠٢٤م والتضخم للنصف الاول لعام ٢٠٢٤م

Figure No.2. Consumer Price Index of Tobacco , Cigarettes and Qat Group of First Half of 2023 & Firs



الرسم البياني رقم (٣): للرقم القياسي لاسعار المستهلك للمجموعات الرئيسيه للنصف الاول لعام ٢٠٢٣م والنصف الاول لعام ٢٠٢٤م والتضخم لعام ٢٠٢٤م

Figure No.3. Consumer Price Index of Main Groups of First Half of 2023 & First Half of 2024 and Inflation of First Half



Section Three

Analysis of Consumer Price Index (CPI) Indicators

First Half of 2024

(On a moving basis)

القسم الثالث

تحليل مؤشرات الرقم القياسي لأسعار المستهلك (CPI)

النصف الاول ٢٠٢٤م

(بأساس متحرك)

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

نظرا 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 ارتأينا وفقا للاستشارات التي تلقيناها من المختصين أن يتم حساب الرقم القياسي وفقا لأساس متحرك إلى أن يتم اجراء مسح للأسعار ومسح لميزانية الاسرة فهو الذي سيعكس التغيرات الكبيرة والمتسارعة بأسعار السلع والخدمات من شهر إلى أخر.

أن المتتبع لمؤشر الرقم القياسي في النصف الاول من ٢٠٢٤م الموضح في **الجدولين (٣) و (٤)** يجد أن هناك انخفاضا بلغ ما نسبته ٠,١٢٪

ثانيا: 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 الانخفاض في الأسعار في النصف الاول من ٢٠٢٤م في الرقم القياسي لأسعار المستهلك للاتي:

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 First Half of 2024 shown in **tables (3) and (4),** finds that there is a decrease of 0.12% .

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 decrease in prices in first half of 2024 in the general consumer index is attributed to the following:

- Food and non-alcoholic beverages group decreased by 0.15% due to:

1. Food category decreased by 0.75% due to:

a - Fresh and preserved fruits group decreased by 6.43%

b - Fresh vegetables group decreased by 5.89%

c - Sugar and its products group decreased by 3.18%

D- Despite the increase in the meat group by 2.48%

2- Non-alcoholic beverages category increased by 0.86% due to:

a- Water and soft drinks group increased by 0.96%

b- Tea and coffee group increased by 0.76%

- Tobacco, cigarettes and qat category decreased by 0.24% due to:

a- Cigarettes group decreased by 2.27%

b- Tobacco group decreased by 0.41%

c - Qat group decreased by 0.04%.

Analysis of the non-food items:

- Culture and entertainment category decreased by 3.59%
- Health category decreased by 1.73%
- Housing and supplies category decreased by 1.31%.
- Communications category decreased by 0.98%.

- **انخفاض مجموعة الأغذية والمشروبات غير الكحولية بنسبة ٠,١٥٪وذلك يعود إلى:**

١. انخفاض قسم الأغذية بنسبة ٠,٧٥٪ ويعزى ذلك الى:

أ- انخفاض فئة الفواكه الطازجة والمحفوظة بنسبة ٦,٤٣٪

ب- انخفاض فئة الخضروات الطازجة بنسبة ٥,٨٩٪

ت- انخفاض فئة السكر ومنتجاتها بنسبة ٣,١٨٪

ث- بالرغم من ارتفاع فئة اللحوم بنسبة ٢.٤٨٪

٢-ارتفاع قسم المشروبات غير كحولية بنسبة ٠,٨٦٪ ويعزى ذلك الى:

أ- ارتفاع فئة المياة والمشروبات الغازية بنسبة ٠,٩٦٪

ب- ارتفاع فئة الشاي والبن بنسبة ٠,٧٦٪

- **انخفاض مجموعة التبغ والسجائر والقات بنسبة ٠,٢٤٪ويعود الى:**

أ- انخفاض فئة السجائر بنسبة ٢,٢٧٪

ب- انخفاض فئة التبغ بنسبة ٠,٤١٪

ت- انخفاض فئة القات بنسبة ٠,٠٤٪.

تحليل المواد غير غذائية:

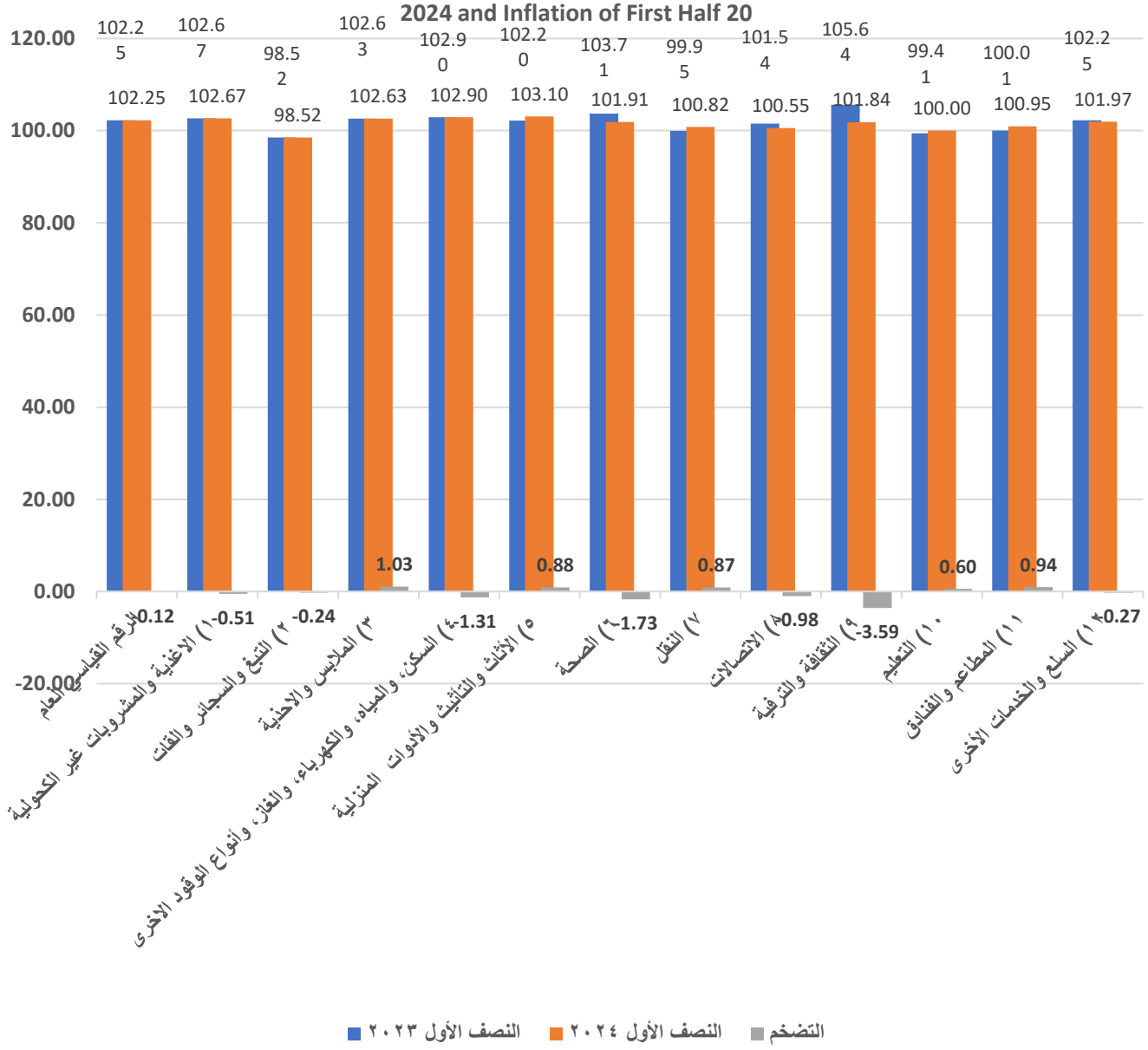
- **انخفاض مجموعة الثقافة والترفية بنسبة ٣,٥٩٪**
- **انخفاض مجموعة الصحة بنسبة ١,٧٣٪**
- **انخفاض قسم السكن ومستلزماته بنسبة ١,٣١٪.**
- **انخفاض مجموعة الاتصالات بنسبة ٠,٩٨٪.**

- **انخفاض مجموعة التعليم بنسبة ٠,٦٠٪**
- **انخفاض مجموعة السلع والخدمات الأخرى بنسبة ٠,٢٧٪**
- **بالرغم من ارتفاع مجموعة الملابس والاحذية بنسبة ١,٠٣٪.**

- Education category decreased by 0.60%
- Other goods and services category decreased by 0.27%
- Despite the increase in clothing and footwear category by 1.03%.

رسم بياني رقم (٤): للرقم القياسي لاسعار المستهلك للمجموعات الرئيسيه للنصف الاول لعام ٢٠٢٣م والنصف الاول ٢٠٢٤م والتضخم لعام ٢٠٢٤م

Figure No.4 . Consumer Price Index of Main Groups of First Half of 2023 &First Half of 2024 and Inflation of First Half 20



جدول(٣): مقارنة الأرقام القياسية و التضخم لأسعار المستهلك النصف الاول من ٢٠٢٣م و النصف الاول من ٢٠٢٤م

Table (3): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of First Half of 2023 & First Half of 2024

Expenditure Groups	التضخم	النصف الأول ٢٠٢٤	النصف الاول٢٠٢٣	مجموعـــات الانفـــاق
	Inflation	First Half of 2024	First Half of 2023	
All Items	-0.12	102.12	102.25	جميع المواد (البند العام)
1)Food and non-Alcoholic Beverages	-0.15	102.15	102.67	١) الاغذية والمشروبات غير الكحولية
Food Items	-0.57	102.13	102.72	الأغذية
Breads and Cereals	0.71	101.83	101.11	الحبوب ومشتقاتها
Meat	2.48	104.00	101.49	اللحوم
Fish and Sea Products	0.30	101.51	101.20	الأسماك ومنتجات البحر
Dairy Products and Eggs	0.61	102.19	101.57	منتجات الألبان والبيض
Dry and Caned Legumes	0.94	101.53	100.58	البقوليات الجافه والمعلبة
Oils and Fats	-0.05	100.69	100.74	السمن والزيوت
Fresh and Preserved Fruits	-6.43	116.76	124.78	الفواكة الطازجة والمحفوظة
Fresh and Preserved Vegetables	-5.89	99.22	105.43	الخضروات الطازجة والمحفوظة
Sugar and its Products	-3.18	100.22	103.51	السكر ومنتجاتها
Spices and food Products	0.02	101.88	101.86	توابل ومنتجات طعام أخرى
Non-alcoholic beverages	0.86	102.62	101.75	المشروبات غير الكحولية
Tea and Coffee	0.76	102.29	101.52	الشاي والبن والكاكاو
Mineral Water and Soft Drinks	0.96	102.94	101.96	المياه المعدنية والمشروبات الغازية
2) Tobacco, Cigarettes & Qat	-0.24	98.29	98.52	٢) التبغ والسجائر والقات
Tobacco	-0.41	100.75	101.16	التبغ
Cigarettes	-2.27	102.64	105.02	السجائر
Qat	-0.04	97.75	97.79	القات

3) Clothing and footwear	1.03	103.69	102.63	٣) الملابس والاحذية
Clothing	1.30	103.91	102.58	الأقمشة، والملابس الجاهزة
Footwear	-0.18	102.69	102.88	الأحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	-1.31	101.55	102.90	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الاخرى
Rents	-0.46	101.11	101.58	الايجار الشهري
Home maintenance services	-0.60	103.30	103.93	نفقات صيانة وترميم
Water and Sanitation	0.00	100.00	100.00	الانفاق على المياه
Fuels and Lighting	0.00	100.00	100.00	الانفاق على الكهرباء
Other Expenses on Housing	-0.08	103.24	103.32	نفقات اخرى على السكن
5)Furniture &Household Equipment	0.88	103.10	102.20	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
Furniture, Rugs and Bedspreads	0.43	102.39	101.95	الأثاث والسجاد والمفارش
Home Textiles	1.16	103.52	102.33	الأجهزة المنزلية
Household appliances	-0.83	101.60	102.45	المنظفات المنزلية
6) health	-1.73	101.91	103.71	٦) الصحة
7) Transportation	0.87	100.82	99.95	٧) النقل
8) Communication	-0.98	100.55	101.54	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	-3.59	101.84	105.64	٩) الثقافة والترفية
10) Education	0.60	100.00	99.41	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	0.94	100.95	100.01	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	-0.27	101.97	102.25	١٢) السلع والخدمات الأخرى

جدول(٤): مقارنة الأرقام القياسية والتضخم لأسعار المستهلك النصف الاول من ٢٠٢٣م و النصف الاول من ٢٠٢٤م

Table (4): Comparison of Index Numbers and Inflation Change of CPI of First Half of 2023 & First Half of 2024

Expenditure Groups	التضخم	النصف الأول ٢٠٢٤	النصف الأول ٢٠٢٣	مجموعـــات الانفـــاق
	Inflation	First Half of 2024	First Half of 2023	
All Items	-0.12	102.12	102.25	جميع المواد (البند العام)
1)Food and non-Alcoholic Beverages	3.48	102.15	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	1.03	103.69	102.62	٣) الملابس والاحذية
4) Housing, Water, Electricity, Gas and Other fuel	-1.31	101.55	103.96	٤) السكن، والمياه، والكهرباء، والغاز، وأنواع الوقود الاخرى
5)Furniture &Household Equipment	-0.88	103.10	101.74	٥) الأثاث والتأثيث والأدوات المنزلية
6) health	-1.73	101.91	102.85	٦) الصحة
7) Transportation	0.87	100.82	99.66	٧) النقل
8) Communication	-0.98	100.55	102.67	٨) الاتصالات
9) Culture and Recreation	-3.59	101.84	101.07	٩) الثقافة والترفية
10) Education	0.60	100.00	105.50	١٠) التعليم
11) Restaurants and Hotels	0.94	100.95	102.17	١١) المطاعم والفنادق
12) Other Goods and Services	-0.27	101.97	101.52	١٢) السلع والخدمات الأخرى

تمت بحمدالله

Done