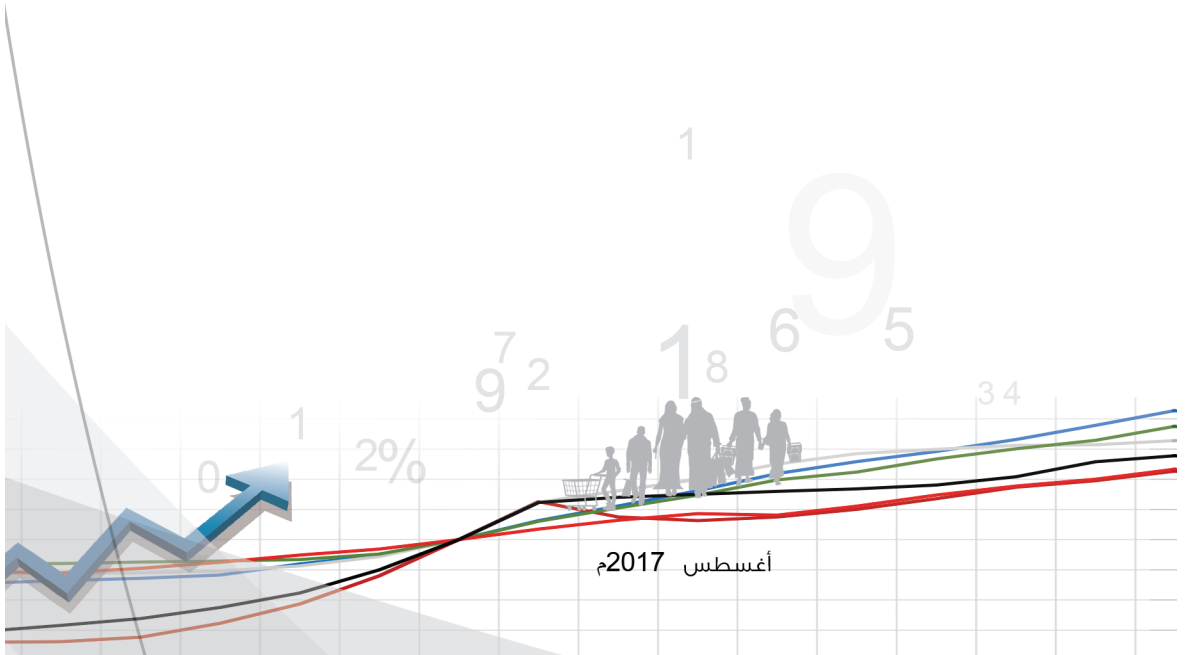
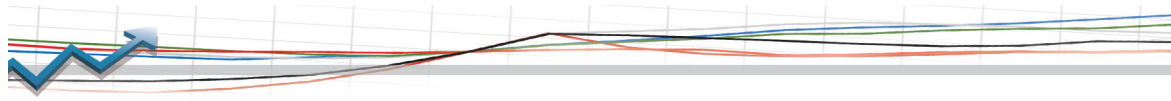


الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين

لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية
2016م





الصفحة	المحتويات	رقم الشكل	رقم الجدول
5	المقدمة		
6	لمحة عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين		
16	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي	1	1
17	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي (نسبة التغير %)	2	2
18	الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين - يشمل السكن	3	3
19	الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين - يشمل السكن (نسبة التغير %)	4	4
20	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية	5	5
21	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية (نسبة التغير %)	6	6
22	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتبغ	7	7
23	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتبغ (نسبة التغير %)	8	8
24	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للملابس والأحذية	9	9
25	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للملابس والأحذية (نسبة التغير %)	10	10
26	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسكن والمياه والكهرباء والغاز	11	11
27	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسكن والمياه والكهرباء والغاز (نسبة التغير %)	12	12
28	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للأثاث والمعدات المنزلية	13	13
29	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للأثاث والمعدات المنزلية (نسبة التغير %)	14	14
30	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للصحة	15	15
31	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للصحة (نسبة التغير %)	16	16
32	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للنقل	17	17
33	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للنقل (نسبة التغير %)	18	18
34	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للاتصالات	19	19
35	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للاتصالات (نسبة التغير %)	20	20
36	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للثقافة والترفيه	21	21
37	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للثقافة والترفيه (نسبة التغير %)	22	22
38	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتعليم	23	23
39	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتعليم (نسبة التغير %)	24	24
40	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمطاعم والفنادق	25	25
41	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمطاعم والفنادق (نسبة التغير %)	26	26
42	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسلع والخدمات المتنوعة	27	27
43	الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسلع والخدمات المتنوعة (نسبة التغير %)	28	28

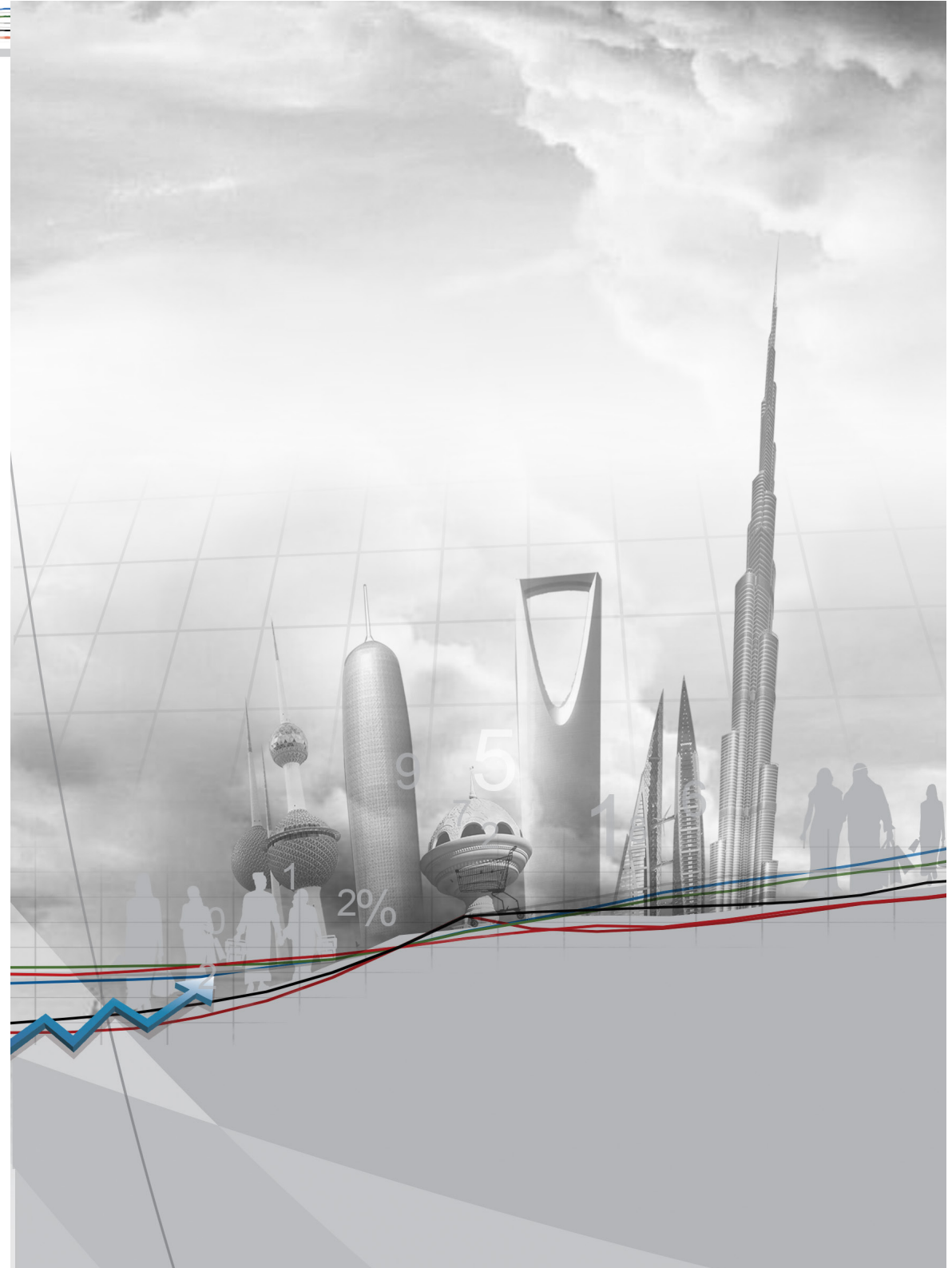
المقدمة

تعتبر الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين من أهم المؤشرات الاقتصادية التي يتم إعدادها من قبل الأجهزة الإحصائية في مختلف دول العالم، حيث تستخدم في قياس التضخم وتكاليف المعيشة، كما يعكس هذا المؤشر التغير في القوة الشرائية للنقود، بالإضافة إلى ذلك فإنه يستخدم في إعداد تقديرات الحسابات القومية بالأسعار الثابتة.

وانطلاقاً من هذه الأهمية للمؤشر تقوم الأجهزة الإحصائية في دول مجلس التعاون الخليجي بجمع أسعار سلة من السلع والخدمات التي يستهلكها القطاع العائلي لتكوين هذا المؤشر. ونظراً لأهميته فإنه يسر المركز الإحصائي لمجلس التعاون لدول الخليج العربية أن يقدم هذه النشرة التي تحتوي على سلسلة الأرقام القياسية لدول المجلس من العام 2001م إلى 2016م بالإضافة إلى الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي.

ويتقدم المركز الإحصائي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بجزيل الشكر والتقدير إلى الأجهزة الإحصائية الرسمية في الدول الأعضاء التي تفضلت مشكورة بتوفير الإحصاءات اللازمة لإصدار هذه النشرة.

النشرة مدرجة على موقع المركز الإحصائي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية www.gccstat.org ويرحب المركز بآية مقترحات لتطوير وتحسين النشرة مستقبلاً شكلاً ومضموناً.



لمحة عن الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين

1. تقديم:

تعتبر الإحصاءات الخاصة بالأسعار من الإحصاءات الاقتصادية الهامة المرتبطة بحياة الأفراد اليومية، والتي توفر المعلومات اللازمة لمعرفة الاتجاه العام للأسعار وتركيب الأرقام القياسية لها، وتمثل الأرقام القياسية لأسعار المستهلك أحد المؤشرات الهامة المستخدمة في الدراسات الاقتصادية والتخطيطية، بالإضافة إلى أنها تعكس التغيرات التي تطرأ على هيكل القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية في المجتمع، وهي عبارة عن وسيلة إحصائية لقياس التغيرات في أسعار السلع والخدمات المشتراة من قبل المستهلك بين فترة زمنية وأخرى. ويعتبر هذا التغير مقياساً تستخدمه الدول لمعرفة الوضع العام لتكاليف المعيشة.

2. تعريف الرقم القياسي لأسعار المستهلكين:

هو وسيلة إحصائية لقياس التغيرات الحاصلة في أسعار السلع والخدمات بين فترتين زمنيتين. وهو مقياس يقيس التغير الذي يحدث في مستوى الأسعار لعدد من السلع والخدمات التي تستهلكها فئات المجتمع المختلفة في حياتها اليومية في فترة زمنية (الفترة الجارية) منسوبة إلى فترة زمنية يطلق عليها فترة الأساس.

3. منهجية تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلكين:

هناك العديد من المعادلات الرياضية التي تستخدم في تركيب الأرقام القياسية، وتعتبر المعادلة الشهيرة للاسبير هي المعادلة المتبعة في تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلكين، وهي معادلة رياضية، وضعها عالم الإحصاء لاسبير لاحتساب الأرقام القياسية للأسعار، وذلك بقسمة أسعار سنة المقارنة على أسعار سنة الأساس، وبالترجيح بكميات سنة الأساس. وتأخذ معادلة لاسبير للأسعار (رقم لاسبير السعري) الصورة الرياضية التالية:

$$\frac{\sum \frac{P_1}{P_0} \times W}{\sum W} \times 100$$

حيث أن P1 تمثل السعر الحالي، P0 تمثل السعر في سنة الأساس، W تمثل الأوزان الترجيحية.

ونظراً لأهمية الرقم القياسي لأسعار المستهلكين فإن الكثير من الدول تعدّه وتنشره بصفة دورية سنوية، ربع سنوية، شهرية، أسبوعية، وذلك لارتباطه بأعباء المستهلكين وقياس التضخم في أسعار المستهلكين.

ويعتمد الرقم القياسي بالدرجة الأولى في تحديد الأوزان الترجيحية على مسح دخل ونفقات الأسرة، حيث يتم التعرف على أنماط المستهلكين وتحديد الوزن الترجيحي لكل من مجموعات الإنفاق الرئيسية والفرعية. وعلى ضوء ذلك، يتم تحديد السلة التي يتم جمع أسعارها بصفة دورية حسب دورية جمع البيانات من المصادر المختلفة المحددة وذلك بعد تحديد السلة التي تحتوي على المفردات التي تم اختيارها لتمثيل الرقم القياسي وتحديد مواصفات وخصائص هذه المفردات حتى تكون المقارنة صحيحة وحيث يتم مقارنة الشيء بمثله.

4. سنة الأساس

في أدبيات الرقم القياسي لأسعار المستهلكين هناك فترة الأساس وهي الفترة التي يقاس التغير منسوباً إليها، وتعتبر هذه الفترة عادة على أنها تساوي 100. وهناك الفترة الجارية التي يطلق عليها فترة المقارنة وهي الفترة التي يقاس التغير الذي حدث على الأسعار فيها. وعادة فإن فترة الأساس لا يجب أن تكون بعيدة عن فترة المقارنة، ويمكن تحديثها على فترات دورية، عادة كل خمس سنوات أو تبعاً لسنوات تنفيذ مسح دخل ونفقات الأسرة، وهذه يطلق عليها الأساس الثابت. إلا أن العديد من الدول في السنوات الأخيرة أصبحت تتبنى الأساس المتحرك وذلك لتفادي المشكلات التي تصاحب الأساس الثابت من حيث تغير الأهمية النسبية للأوزان، ودخول وخروج سلع أو مواد من السلة أو ما يحدث من تغير تكنولوجي على السلع وغيرها. ويقصد بالأساس المتحرك هو قياس الفترة الحالية منسوبة إلى الفترة السابقة (2016م/2015م مثلاً).

وتتبنى دول مجلس التعاون الخليجي الأساس الثابت في تركيب الرقم القياسي لأسعار المستهلكين، وتقوم كل من مملكة البحرين والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان بتركيب الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين بناءً على سنوات الأساس 2006م و2007م و2012م على التوالي، وكلاً من دولة قطر ودولة الكويت بناءً على سنة الأساس 2013م، ودولة الإمارات العربية المتحدة بناءً على سنة الأساس 2014م، وهذا وقد قام المركز الإحصائي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بنشر بيانات الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين في هذه النشرة بناءً على سنة أساس موحدة 2007=100.

5. الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين

يصدر المركز الإحصائي الخليجي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية والذي يُعد وينشر على مستوى التكتل أي الدول الست الأعضاء، حيث يتم إعداد هذا المؤشر بالاعتماد على تقديرات مسح نفقات الأسر المعيشية وتقديرات تعادل القوة الشرائية ومجموعات الإنفاق ضمن الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين الوطنية باستبعاد مجموعة السكن، هذه المبادرة هي البداية نحو بناء رقم قياسي منسق في دول المجلس والذي نطمح في إنجازه بحلول عام 2020م.

1.5 الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون (لا يشمل السكن):

أظهرت السلسلة الزمنية للرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي (لا يشمل السكن) خلال الفترة 2010 - 2016م اتجاهًا تصاعديًا منسوبًا إلى سنة الأساس 2007م، حيث بلغ الرقم القياسي العام السنوي لأسعار المستهلكين بدول مجلس التعاون الخليجي 130.1 نقطة في العام 2016م منسوبًا لسنة الأساس 2007م، وشهد معدل التضخم الخليجي العام ارتفاعًا تدريجيًا بين عامي 2010م و2011م. حيث بلغ معدل التضخم الخليجي 3.3 % في العام 2011م مقارنة بالعام 2010م، ثم بدأ بالتراجع خلال الفترة 2012 - 2016م، حيث بلغ 3.1 % في العام 2012م مقارنة بالعام 2011م ليصل إلى 1.6 % في عام 2016م مقارنة بالعام 2015م.

2.5 الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين في دول مجلس التعاون (يشمل السكن):

إذا استعرضنا سلسلة الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين حسب دول المجلس خلال الفترة 2001 - 2016م نجد اتجاهًا تصاعديًا منسوبًا إلى سنة الأساس 2007م، ونجد أن دولة الكويت والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان في مقدمة الدول الأعضاء ارتفاعًا في الرقم القياسي العام خلال عام 2016م. فقد بلغ الرقم القياسي 142.8 نقطة في عام 2016م عن مستواه في عام 2007م في دولة الكويت، كما بلغ في المملكة العربية السعودية 137.6 نقطة وفي سلطنة عمان 132.8 نقطة لنفس الفترة، في حين بلغ الرقم القياسي العام في دولة الإمارات العربية المتحدة 127.8 نقطة، و123.3 نقطة في مملكة البحرين، و122.7 نقطة في دولة قطر. وبشكل عام، فإن سلسلة الأرقام القياسية تعكس الموجة التضخمية التي قد بدت بصورة جلية في عامي 2007م و2008م، ومن ثم تراجعت معدلاتها في السنوات التالية.

وترجع الزيادة خلال الفترة السابقة بصفة أساسية إلى الارتفاع الحاد في الرقم القياسي

بسبب مجموعة عوامل منها اقتصادية واجتماعية مثل الزيادة السكانية والزيادة في حجم النشاط الاقتصادي مما خلق زيادة في الطلب على المساكن وزيادة الطلب على السلع والخدمات المختلفة.

بالإضافة إلى ذلك هناك تأثير الواردات والتضخم المستورد على الأسعار المحلية. كما أن الزيادة الكبيرة التي حدثت في الدخل خلال السنوات الأخيرة نتيجة الزيادة في الرواتب وغيرها من الدخل قد خلقت طلبًا فعالًا ساهم في ارتفاع في الأسعار.

وبصفة عامة يتراوح الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين خلال العام 2016م بين 122.7 نقطة و142.8 نقطة في دول المجلس باعتبار سنة 2007م سنة الأساس، وسجل معدل التضخم في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م في كلا من المملكة العربية السعودية ودولة الكويت ما نسبته 3.5 % لكل منهما، وبلغ 2.8 % في مملكة البحرين، و2.7 % في دولة قطر، و1.6 % في دولة الإمارات العربية المتحدة و1.1 % في سلطنة عمان.

وفيما يلي تحليل تفصيلي لنتائج المجموعات الرئيسية التي يتكون منها الرقم القياسي لأسعار المستهلكين:

أولاً: المواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية

سجل الرقم القياسي الخليجي لمجموعة المواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية ارتفاعاً خلال العام 2016م، حيث بلغ 145.7 نقطة منسوبًا إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة الأغذية والمشروبات غير الكحولية 152.5 نقطة في دولة الكويت و146.7 نقطة في مملكة البحرين، و146.6 نقطة في المملكة العربية السعودية، و146.3 نقطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، و136.7 نقطة في سلطنة عمان، وبلغ 130.9 نقطة في دولة قطر.

وبذلك لم يسجل التضخم الخليجي لهذه المجموعة أي ارتفاع يذكر في العام 2016م مقارنة بالعام 2015م، أما بالنسبة لدول المجلس فقد تراوح معدل التضخم في نفس الفترة بين 1.9 % في دولة قطر و2.0 % في دولة الكويت، حيث بلغ معدل التضخم 1.3 % في مملكة البحرين، ونسبة 1.0 % في دولة الإمارات العربية المتحدة، في المقابل انخفضت أسعار هذه المجموعة في كل من سلطنة عمان بنسبة 1.2 %، والمملكة العربية السعودية بنسبة 0.6 %.

ثانياً: التبغ

سجل الرقم القياسي العام لمجموعة التبغ ارتفاعاً ملحوظاً خلال العام 2016م بلغ 177.6 نقطة منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، أما بالنسبة لدول المجلس فقد سجل الرقم القياسي لمجموعة التبغ في المملكة العربية السعودية أعلى رقمًا قياسيًّا بلغ 194.2 نقطة، ثم مملكة البحرين 188.5 نقطة، ودولة قطر 156.4 نقطة، ودولة الإمارات العربية المتحدة 151.9 نقطة، وفي دولة الكويت بلغ 148.2 نقطة، وأخيرًا سلطنة عمان بلغ 140.0 نقطة.

وبلغ معدل التضخم الخليجي لمجموعة التبغ 11.8 % في العام 2016م مقارنة بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد تراوح معدّل التضخم بين 0.0 % في دولة قطر، و26.0 % في مملكة البحرين، وبلغ معدل التضخم لهذه المجموعة في المملكة العربية السعودية 17.3 %، وفي سلطنة عمان 5.9 %، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 1.1 %، وفي دولة الكويت 0.3 %.

ثالثاً: الملابس والأحذية

بلغ الرقم القياسي العام لمجموعة الملابس والأحذية 114.9 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد حققت دولة الكويت أعلى رقمًا قياسيًّا لمجموعة الملابس والأحذية حيث بلغ الرقم القياسي 132.6 نقطة، ثم دولة قطر 115.5 نقطة، والمملكة العربية السعودية 113.6 نقطة، و111.2 نقطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وسلطنة عمان 110.8 نقطة، ومملكة البحرين 107.9 نقطة.

وأما معدل التضخم الخليجي لهذه المجموعة فقد بلغ 2.9 % في العام 2016م مقارنة بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد شهدت المملكة العربية السعودية ارتفاعاً بنسبة 3.7 %، تلتها دولة الإمارات العربية بنسبة 3.2 %، وبنسبة 0.9 % في دولة الكويت، وبنسبة 0.7 % في دولة قطر، في المقابل انخفضت أسعار كلاً من مملكة البحرين بنسبة 2.5 %، وسلطنة عمان بنسبة 0.2 %.

رابعاً: السكن والمياه والكهرباء والغاز

بلغ الرقم القياسي للسكن والمياه والكهرباء والغاز في المملكة العربية السعودية 176.6 نقطة في العام 2016م، و150.1 نقطة في دولة الكويت، و138.0 نقطة في سلطنة

عمان، و125.8 نقطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، و111.0 نقطة في دولة قطر، كما بلغ 108.3 نقطة في مملكة البحرين، منسوباً إلى سنة الأساس 2007م.

وتراوح معدل التضخم لدول المجلس في هذه المجموعة في العام 2016م مقارنة بالعام 2015م بين 0.7 % في سلطنة عمان و7.3 % في المملكة العربية السعودية، وبلغ في دولة الكويت 6.0 %، وفي دولة قطر 4.1 %، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 3.6 %، وفي مملكة البحرين 3.0 %.

خامساً: الأثاث والمعدات المنزلية

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة الأثاث والمعدات المنزلية 136.2 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لهذه المجموعة في دولة الكويت 146.1 نقطة، وفي مملكة البحرين 141.7 نقطة، وفي سلطنة عمان 138.0 نقطة، و135.6 نقطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، و134.3 نقطة في المملكة العربية السعودية، ودولة قطر 130.2 نقطة.

وقد سجل معدل التضخم الخليجي لمجموعة الأثاث والمعدات المنزلية ارتفاعاً في العام 2016م مقارنة بالعام 2015م بنسبة 1.6 %، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد تراوح معدل التضخم لهذه المجموعة بين 0.3 % في دولة الإمارات العربية المتحدة و2.3 % في دولة الكويت، كما بلغ معدل التضخم 2.0 % في المملكة العربية السعودية، و1.9 % في مملكة البحرين، و1.5 % في دولة قطر، و0.6 % في سلطنة عمان.

سادساً: الصحة

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة الصحة 120.3 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد سجل الرقم القياسي في دولة الكويت 130.9 نقطة، وفي دولة قطر 130.6 نقطة، وفي سلطنة عمان 125.0 نقطة، وفي المملكة العربية السعودية 122.8 نقطة، وفي مملكة البحرين 113.4 نقطة، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 110.0 نقطة.

ومن ذلك تظهر الإحصاءات أن التضخم الخليجي ارتفع في مجموعة الصحة في العام 2016م عن مستواه في العام 2015م بنسبة 4.2 %، وأما بالنسبة للدول فقد سجل التضخم في هذه المجموعة ارتفاعاً بنسبة 6.2 % في المملكة العربية السعودية، و1.7 % في دولة

تاسعا: الثقافة والترفيه

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة الثقافة والترفيه 120.5 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ في مملكة البحرين 142.7 نقطة، تلتها دولة الكويت 125.4 نقطة، ودولة قطر 122.6 نقطة، والمملكة العربية السعودية 119.2 نقطة، ودولة الإمارات العربية المتحدة 116.9 نقطة، وسلطنة عمان 108.1 نقطة.

وسجل معدل التضخم الخليجي ارتفاعاً بنسبة 0.8 % في مجموعة الثقافة والترفيه في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد شهدت دولة قطر ارتفاعاً بنسبة 7.4 %، ومملكة البحرين بنسبة 1.4 %، ودولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 0.3 %، في المقابل انخفضت أسعار هذه المجموعة في كلٍ من دولة الكويت بنسبة 1.9 %، وبنسبة 0.4 % في سلطنة عمان، وفي المملكة العربية السعودية بنسبة 0.3 %.

عاشرا: التعليم

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة التعليم 152.5 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة التعليم في دولة قطر 180.0 نقطة، وسلطنة عمان 172.8 نقطة، ودولة الإمارات العربية المتحدة 166.0 نقطة، ودولة الكويت 141.7 نقطة، ومملكة البحرين 133.6 نقطة، وأخيراً المملكة العربية السعودية 123.2 نقطة.

وقد سجل معدل التضخم الخليجي في مجموعة التعليم ارتفاعاً بنسبة 4.3 % في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد تراوح معدل التضخم في هذه المجموعة بين 2.5 % في مملكة البحرين و5.7 % في دولة قطر، وبلغ معدل التضخم في المملكة العربية السعودية 4.5 %، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 4.2 %، وفي دولة الكويت 3.9 %، وفي سلطنة عمان 3.0 %.

الحادي عشر: المطاعم والفنادق

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة المطاعم والفنادق 133.1 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة المطاعم والفنادق في دولة الإمارات العربية المتحدة

الإمارات العربية المتحدة، و1.2 % في دولة الكويت، وفي سلطنة عمان بنسبة 1.1 %، في المقابل انخفضت الأسعار في كلٍ من دولة قطر بنسبة 0.7 %، ومملكة البحرين بنسبة 0.1 %.

سابعاً: النقل

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة النقل 122.5 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد سجل الرقم القياسي لمجموعة النقل في دولة قطر 136.1 نقطة، كما بلغ في دولة الكويت 131.3 نقطة، وفي مملكة البحرين 123.2 نقطة، وفي المملكة العربية السعودية وسلطنة عمان 122.9 نقطة لكل منهما، ودولة الإمارات العربية المتحدة 119.2 نقطة.

وقد سجل معدل التضخم الخليجي ارتفاعاً بنسبة 3.2 % في مجموعة النقل في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة للدول فقد سجل التضخم في مملكة البحرين ما نسبته 13.2 %، تلتها المملكة العربية السعودية ما نسبته 9.9 %، وسلطنة عمان بنسبة 6.1 %، و4.2 % في دولة الكويت، وفي دولة قطر بنسبة ارتفاع قدرها 3.4 %، في المقابل سجلت أسعار هذه المجموعة انخفاضاً بنسبة 4.1 % في دولة الإمارات العربية المتحدة.

ثامناً: الاتصالات

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة الاتصالات 95.3 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة الاتصالات في دولة الكويت 102.2 نقطة، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 98.0 نقطة، وفي المملكة العربية السعودية 95.8 نقطة، وفي مملكة البحرين 87.0 نقطة، وفي دولة قطر 82.4 نقطة، وفي سلطنة عمان بلغ 80.2 نقطة.

وسجل معدل التضخم الخليجي ارتفاعاً في مجموعة الاتصالات بنسبة 0.6 % في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة للدول فقد سجل التضخم في دولة الكويت ارتفاعاً بنسبة 2.2 %، والمملكة العربية السعودية بنسبة 1.4 %، ودولة قطر بنسبة 0.1 %، في المقابل انخفضت أسعار هذه المجموعة في كلٍ من دولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 0.8 %، وسلطنة عمان بنسبة 0.4 %، بينما استقرت الأسعار في مملكة البحرين عند مستواها السابق.

148.5 نقطة، وفي دولة الكويت بلغ 145.6 نقطة، وبلغ الرقم القياسي لهذه المجموعة في سلطنة عمان 136.3 نقطة، وفي المملكة العربية السعودية 125.8 نقطة، وفي دولة قطر 119.0 نقطة، وأخيراً في مملكة البحرين بلغ 111.8 نقطة.

وقد سجل معدل التضخم الخليجي في مجموعة المطاعم والفنادق ارتفاعاً طفيفاً بنسبة 0.1 % في العام 2016 مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد ارتفع معدل التضخم في دولة الكويت بنسبة 7.1 %، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 2.1 %، وفي مملكة البحرين بنسبة 0.7 %، وسلطنة عمان بنسبة 0.2 %، في المقابل انخفضت أسعار هذه المجموعة في كل من المملكة العربية السعودية بنسبة 1.8 %، ودولة قطر بنسبة 1.0 %.

الثاني عشر: السلع والخدمات المتنوعة

سجل الرقم القياسي العام لمجلس التعاون الخليجي لمجموعة السلع والخدمات المتنوعة 130.7 نقطة في العام 2016م منسوباً إلى سنة الأساس 2007م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد بلغ الرقم القياسي لمجموعة السلع والخدمات المتنوعة في سلطنة عمان 177.4 نقطة، وفي دولة قطر 142.3 نقطة، وفي مملكة البحرين 141.5 نقطة، وفي دولة الكويت 131.4 نقطة، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة 131.1 نقطة، وفي المملكة العربية السعودية 124.3 نقطة.

وقد سجل معدل التضخم الخليجي في مجموعة السلع والخدمات المتنوعة ارتفاعاً بنسبة 1.6 % في العام 2016م مقارنةً بالعام 2015م، وأما بالنسبة لدول المجلس فقد ارتفع معدل التضخم في كل من المملكة العربية السعودية ودولة قطر بنسبة 2.5 % لكل منهما، ودولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 0.8 %، وكلاً من مملكة البحرين ودولة الكويت بنسبة 0.7 % لكل منهما، وسلطنة عمان بنسبة 0.2 %.

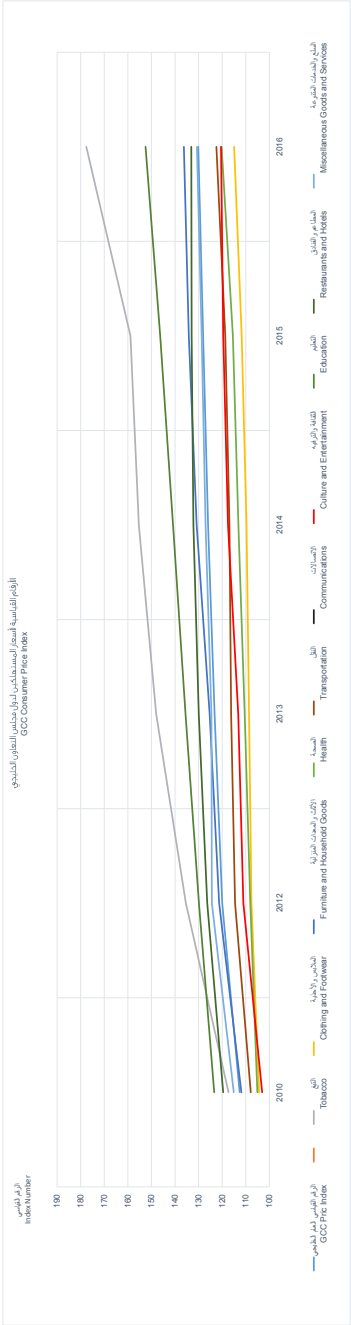


Figure (1) الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي
GCC Consumer Price Index

Year	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Food and non-alcoholic beverages	130.7	131.3	132.2	133.5	134.8	136.1	137.4	138.7	140.0	141.3
Alcohol and tobacco	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0
Clothing and footwear	124.2	124.7	125.2	125.7	126.2	126.7	127.2	127.7	128.2	128.7
Culture and entertainment	123.2	123.7	124.2	124.7	125.2	125.7	126.2	126.7	127.2	127.7
Education	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0	125.5	126.0	126.5
Health	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0	125.5
Furniture and household goods	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5
Communications	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5
Transport	118.0	118.5	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5
Other	117.0	117.5	118.0	118.5	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5

Table 2 الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي
GCC Consumer Price Index (2007 = 100)

Year	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Food and non-alcoholic beverages	130.7	131.3	132.2	133.5	134.8	136.1	137.4	138.7	140.0	141.3
Alcohol and tobacco	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0
Clothing and footwear	124.2	124.7	125.2	125.7	126.2	126.7	127.2	127.7	128.2	128.7
Culture and entertainment	123.2	123.7	124.2	124.7	125.2	125.7	126.2	126.7	127.2	127.7
Education	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0	125.5	126.0	126.5
Health	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5	125.0	125.5
Furniture and household goods	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5	124.0	124.5
Communications	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5	123.0	123.5
Transport	118.0	118.5	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5	122.0	122.5
Other	117.0	117.5	118.0	118.5	119.0	119.5	120.0	120.5	121.0	121.5

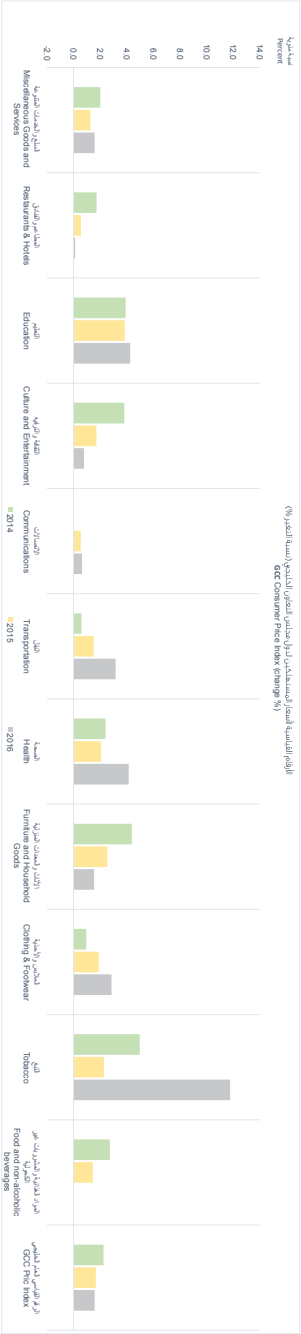
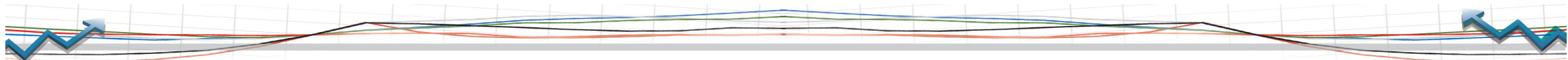


Figure (2) الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون الخليجي
GCC Consumer Price Index (2007 = 100)



Consumer Price Index in GCC Countries

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون دول الخليج العربية

جدول (4) Table

الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين - يشمل السكن (نسبة التغير %)
Consumer Price Index - Including Housing (Change %*)

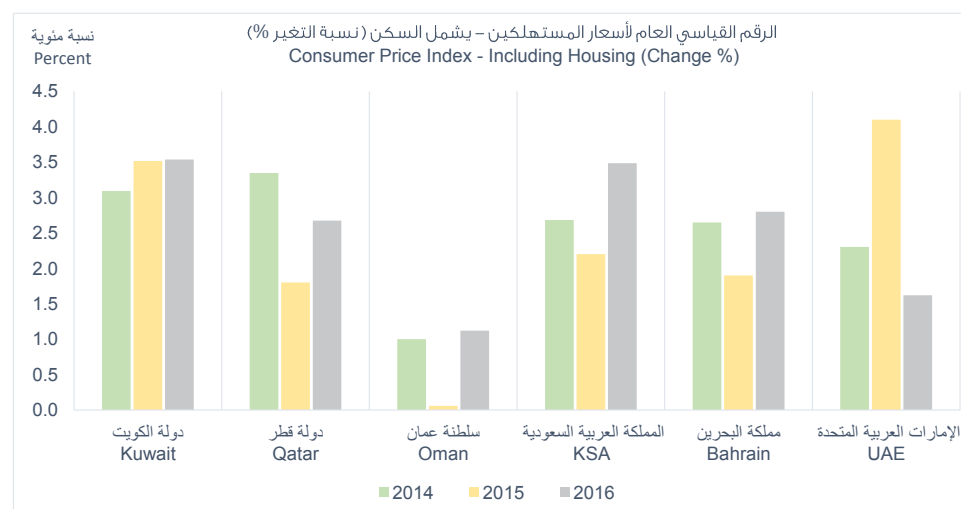
سنة الأساس Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2002	2.9	-0.5	0.1	-0.3	0.2	0.9
2003	3.1	1.7	0.5	0.2	2.3	1.0
2004	5.0	2.3	0.3	0.7	6.8	1.3
2005	6.2	2.6	0.5	1.9	8.8	4.1
2006	9.3	2.1	2.0	3.4	11.8	3.1
2007	11.1	3.3	5.0	5.9	13.6	5.5
2008	12.3	3.5	6.1	12.4	12.6	6.3
2009	1.6	2.8	4.2	3.4	-4.5	4.6
2010	0.9	2.0	3.8	3.2	-1.1	4.6
2011	0.9	-0.4	4.4	4.1	1.1	4.8
2012	0.7	2.8	2.2	2.9	2.3	3.3
2013	1.1	3.3	3.5	1.1	3.2	2.7
2014	2.3	2.6	2.7	1.0	3.3	3.1
2015	4.1	1.9	2.2	0.1	1.8	3.5
2016	1.6	2.8	3.5	1.1	2.7	3.5

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (4) Figure



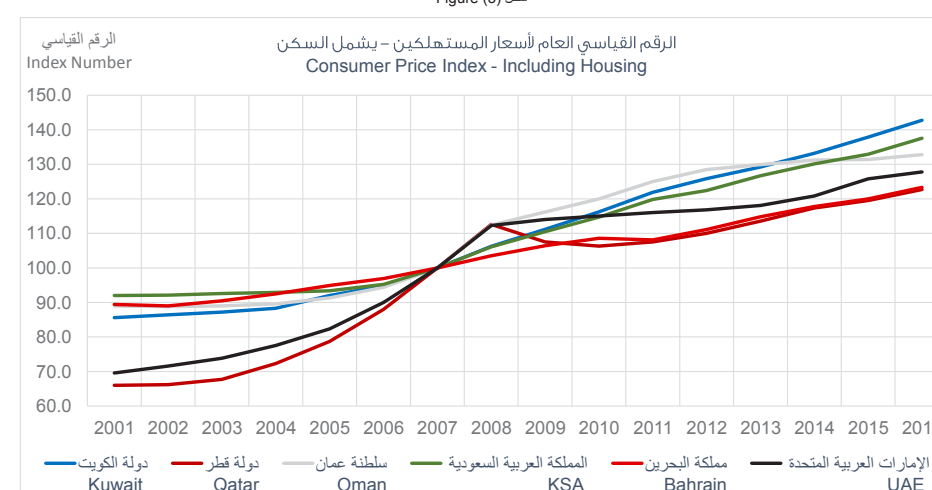
جدول (3) Table

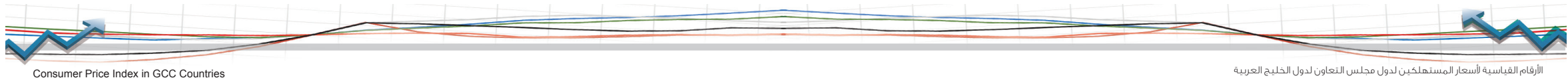
الرقم القياسي العام لأسعار المستهلكين - يشمل السكن
Consumer Price Index - Including Housing

سنة الأساس Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2001	69.6	89.4	92.0	89.0	66.0	85.6
2002	71.6	89.0	92.1	88.8	66.2	86.4
2003	73.8	90.5	92.6	89.0	67.7	87.2
2004	77.6	92.5	92.9	89.6	72.3	88.3
2005	82.4	94.9	93.4	91.3	78.7	92.0
2006	90.0	96.9	95.2	94.4	88.0	94.8
2007	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2008	112.3	103.5	106.1	112.4	112.6	106.3
2009	114.0	106.4	110.5	116.2	107.5	111.2
2010	115.0	108.6	114.7	120.0	106.3	116.2
2011	116.0	108.1	119.8	125.0	107.5	121.9
2012	116.8	111.1	122.4	128.5	110.0	125.8
2013	118.1	114.8	126.7	129.9	113.6	129.2
2014	120.8	117.8	130.1	131.2	117.4	133.2
2015	125.8	120.0	132.9	131.4	119.5	137.9
2016	127.8	123.3	137.6	132.8	122.7	142.8

شكل (3) Figure





جدول (6) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية (نسبة التغير %)

Consumer Price Index for Food and Non-Alcoholic Beverages (Change %*)

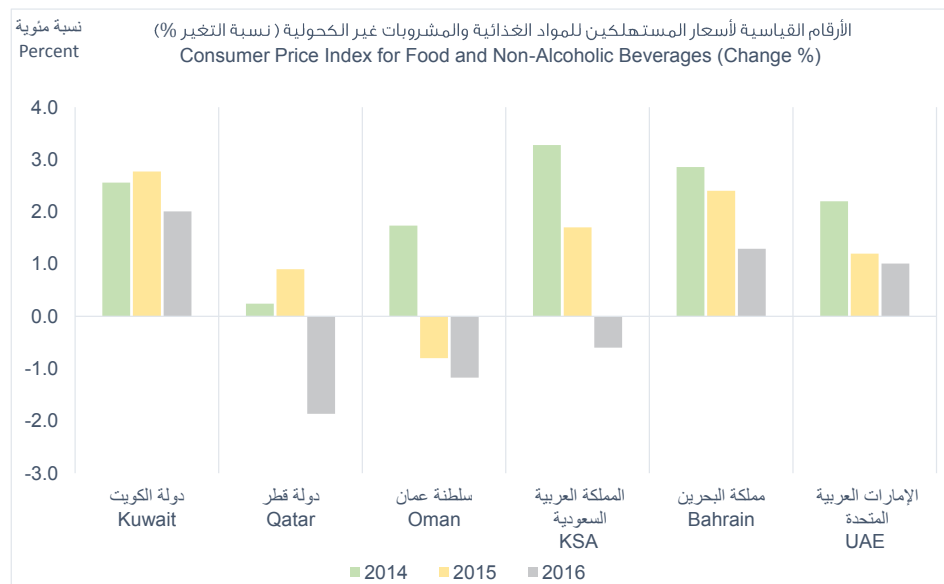
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	16.3	15.3	13.7	22.6	17.1	11.8
2009	0.8	4.7	2.4	0.0	1.0	2.6
2010	4.5	4.8	3.8	1.8	2.2	5.5
2011	5.9	2.3	6.9	4.6	3.5	7.5
2012	5.2	3.8	2.8	2.2	3.1	4.8
2013	2.7	2.3	5.9	2.8	2.3	4.0
2014	2.2	2.9	3.3	1.7	0.2	2.6
2015	1.2	2.4	1.7	-0.8	0.9	2.8
2016	1.0	1.3	-0.6	-1.2	-1.9	2.0

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (6) Figure



جدول (5) Table

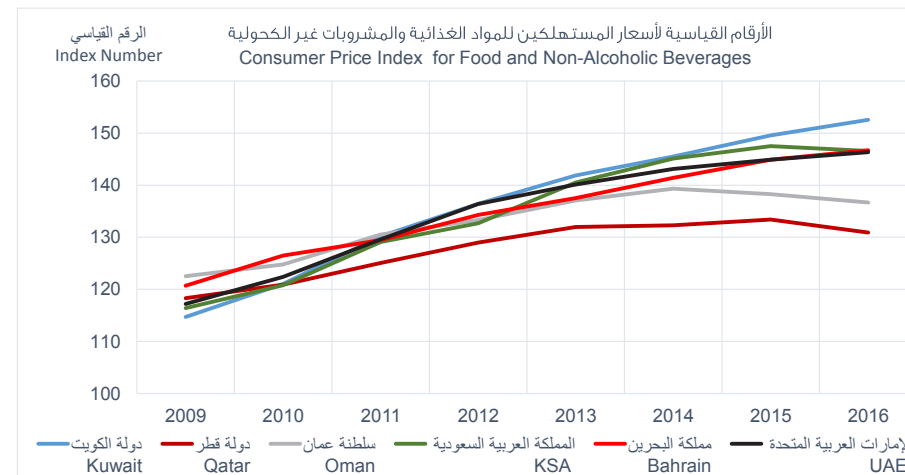
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمواد الغذائية والمشروبات غير الكحولية

Consumer Price Index for Food and Non-Alcoholic Beverages

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	116.3	115.3	113.7	122.5	117.1	111.8
2009	117.2	120.7	116.4	122.5	118.3	114.7
2010	122.4	126.5	120.8	124.8	120.9	121.1
2011	129.6	129.4	129.1	130.5	125.1	130.2
2012	136.4	134.3	132.7	133.3	129.0	136.4
2013	140.1	137.5	140.5	137.1	132.0	141.9
2014	143.1	141.4	145.1	139.3	132.3	145.5
2015	144.9	144.9	147.5	138.3	133.4	149.5
2016	146.3	146.7	146.6	136.7	130.9	152.5

شكل (5) Figure



جدول (8) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتبغ (نسبة التغير %)

Consumer Price Index for Tobacco (Change %*)

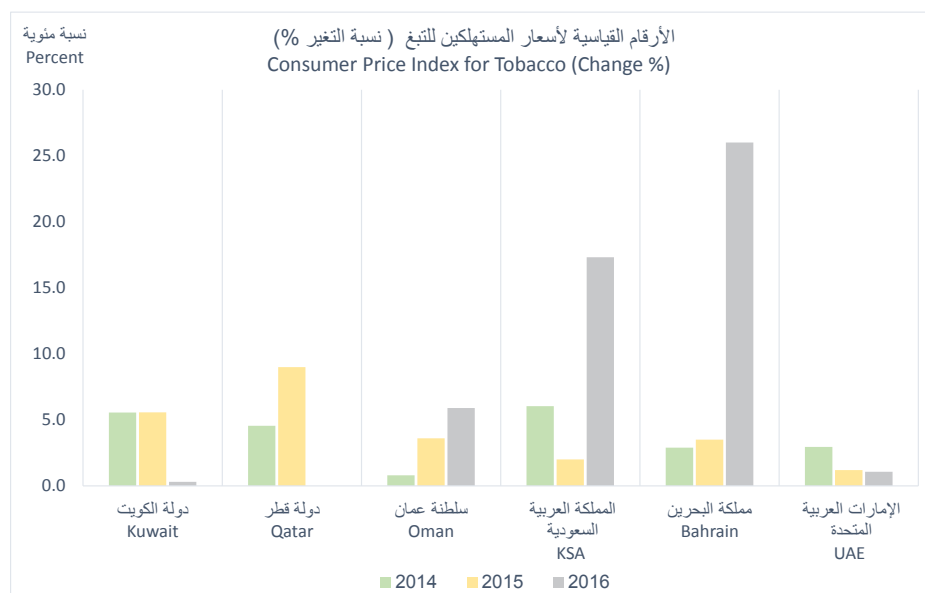
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	3.7	3.9	5.1	3.4	0.0	0.5
2009	10.7	2.2	2.1	2.2	11.0	4.6
2010	1.3	5.7	11.1	0.9	2.7	6.7
2011	2.2	6.0	12.7	7.8	7.5	3.5
2012	6.4	12.2	5.1	8.4	11.1	6.6
2013	14.2	5.4	8.4	1.5	0.8	7.1
2014	3.0	2.9	6.0	0.8	4.6	5.6
2015	1.2	3.5	2.0	3.6	9.0	5.6
2016	1.1	26.0	17.3	5.9	0.0	0.3

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (8) Figure



جدول (7) Table

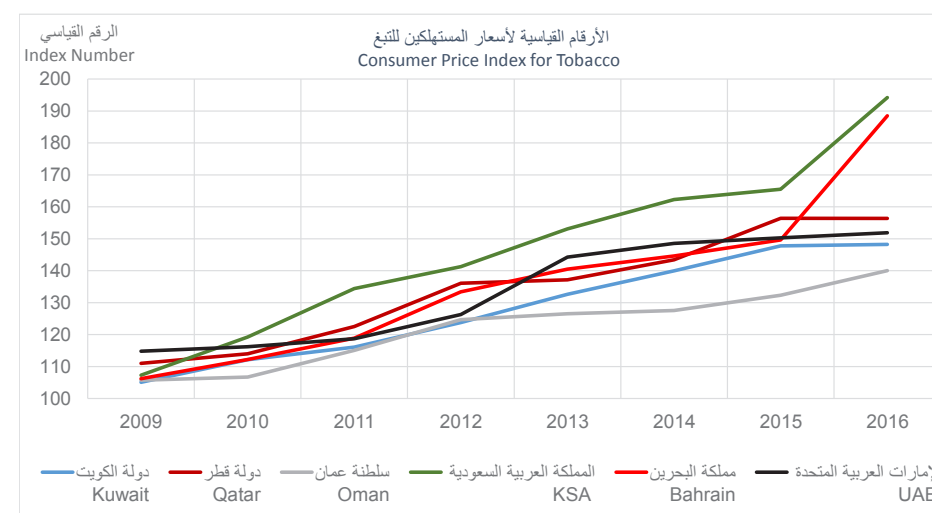
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتبغ

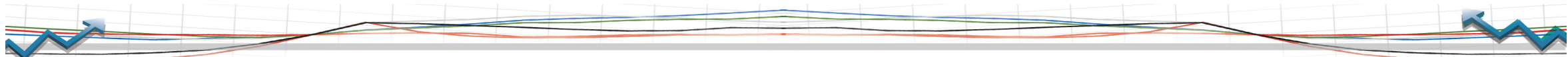
Consumer Price Index for Tobacco

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	103.7	103.9	105.1	103.5	100.0	100.5
2009	114.8	106.2	107.3	105.7	111.0	105.1
2010	116.2	112.2	119.2	106.7	114.0	112.2
2011	118.7	118.9	134.4	115.1	122.5	116.1
2012	126.3	133.4	141.3	124.7	136.1	123.8
2013	144.3	140.5	153.1	126.6	137.2	132.6
2014	148.5	144.6	162.3	127.6	143.4	140.0
2015	150.3	149.6	165.5	132.3	156.4	147.8
2016	151.9	188.5	194.2	140.0	156.4	148.2

شكل (7) Figure





جدول (10) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للملابس والأحذية (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Clothing and Footwear (Changes %*)

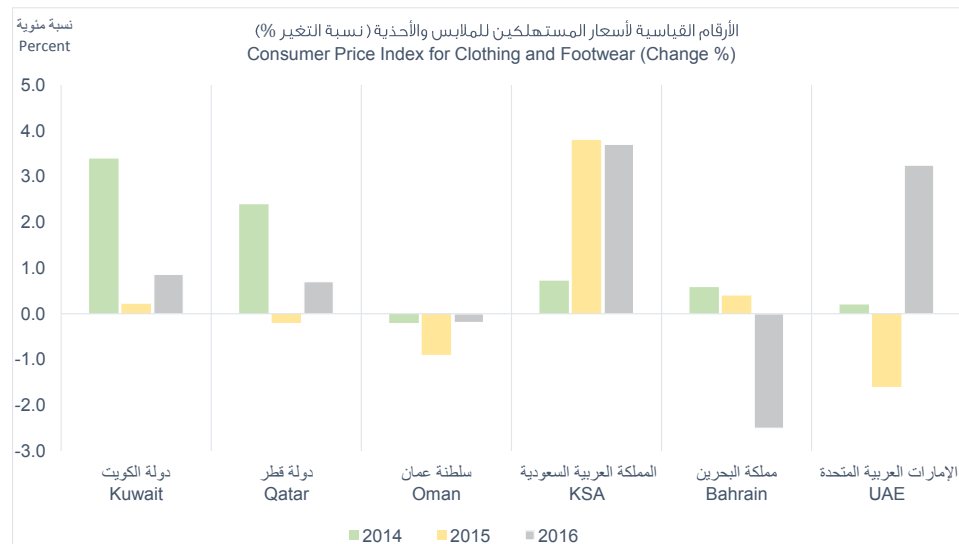
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	19.8	2.0	1.0	4.5	11.1	5.1
2009	-4.8	0.5	0.6	2.1	-6.1	5.1
2010	-5.0	1.7	-0.5	-0.1	-0.9	4.7
2011	-1.9	2.1	-1.3	0.7	7.9	5.3
2012	2.4	2.2	3.5	2.7	1.6	4.3
2013	0.3	0.8	1.5	1.8	-1.0	-0.1
2014	0.2	0.6	0.7	-0.2	2.4	3.4
2015	-1.6	0.4	3.8	-0.9	-0.2	0.2
2016	3.2	-2.5	3.7	-0.2	0.7	0.9

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (10) Figure



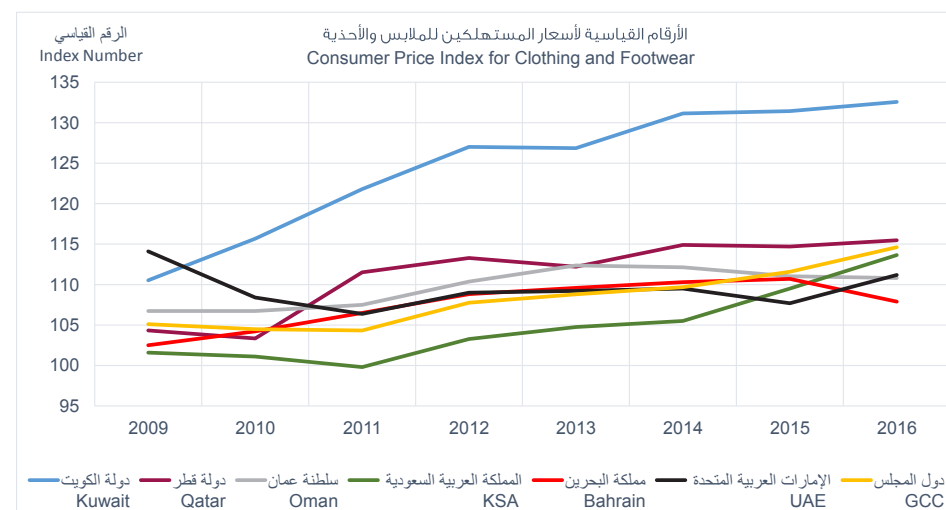
جدول (9) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للملابس والأحذية
Consumer Price Index for Clothing and Footwear

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	119.8	102.0	101.0	104.4	111.1	105.1
2009	114.1	102.5	101.6	106.7	104.3	110.5
2010	108.4	104.2	101.1	106.7	103.3	115.7
2011	106.4	106.5	99.8	107.5	111.5	121.8
2012	109.0	108.8	103.3	110.4	113.3	127.0
2013	109.2	109.6	104.8	112.4	112.2	126.9
2014	109.5	110.3	105.5	112.1	114.9	131.2
2015	107.7	110.7	109.5	111.0	114.7	131.4
2016	111.2	107.9	113.6	110.8	115.5	132.6

شكل (9) Figure



جدول (12) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسكن والمياه والكهرباء والغاز (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Housing, Water, Electricity and Fuel (Change %*)

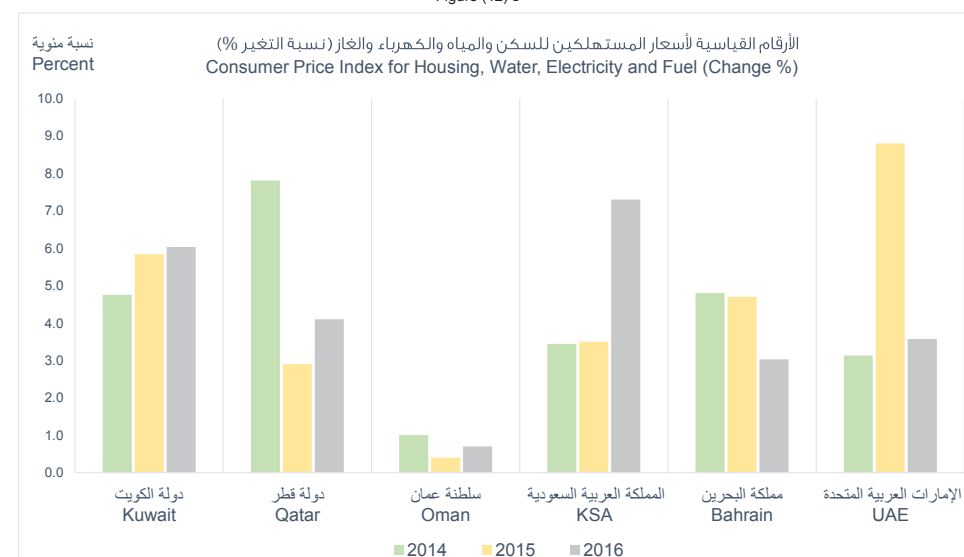
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	13.4	2.9	8.5	12.0	19.1	3.8
2009	0.4	2.2	10.7	9.3	-6.7	5.9
2010	-0.3	-1.2	7.6	4.5	-12.9	4.9
2011	-2.4	-12.4	13.0	3.0	-3.7	4.2
2012	-2.6	-3.3	1.8	2.1	-2.6	2.4
2013	0.3	8.7	3.4	0.5	6.1	3.8
2014	3.1	4.8	3.4	1.0	7.8	4.7
2015	8.8	4.7	3.5	0.4	2.9	5.8
2016	3.6	3.0	7.3	0.7	4.1	6.0

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (12) Figure



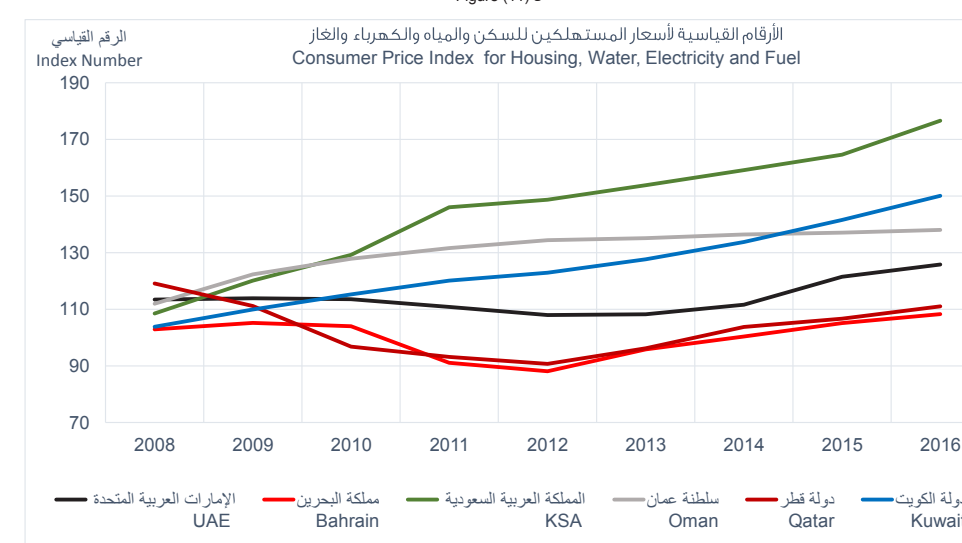
جدول (11) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسكن والمياه والكهرباء والغاز
Consumer Price Index for Housing, Water, Electricity and Fuel

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	113.4	102.9	108.5	112.0	119.1	103.8
2009	113.9	105.2	120.1	122.3	111.1	109.9
2010	113.6	104.0	129.2	127.8	96.8	115.3
2011	110.8	91.1	146.0	131.6	93.2	120.1
2012	108.0	88.1	148.7	134.4	90.7	122.9
2013	108.2	95.8	153.8	135.1	96.2	127.7
2014	111.6	100.4	159.1	136.4	103.8	133.7
2015	121.5	105.1	164.6	137.1	106.7	141.5
2016	125.8	108.3	176.6	138.0	111.0	150.1

شكل (11) Figure



جدول (14) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للأثاث والمعدات المنزلية (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Furniture and Household Goods (Change %*)

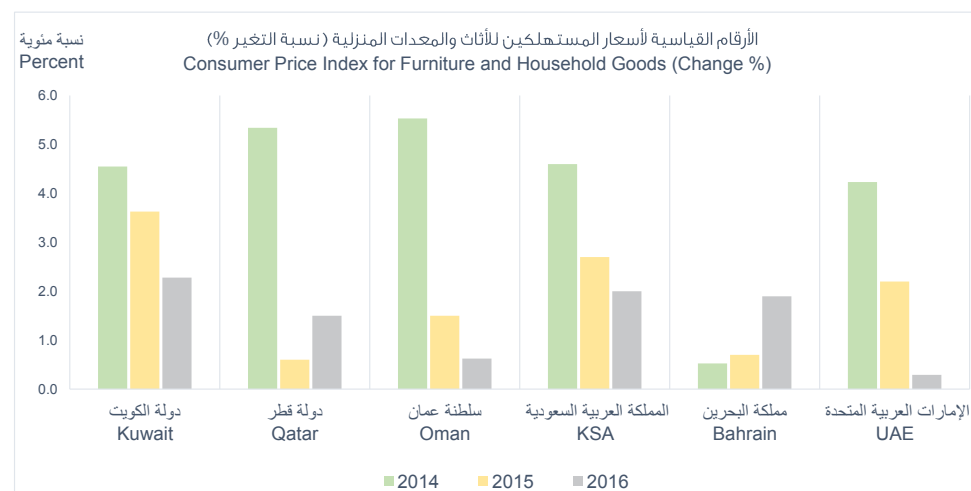
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	7.0	13.2	3.2	8.8	7.8	6.2
2009	6.2	4.4	2.3	6.6	-4.8	5.7
2010	4.7	1.5	1.3	0.6	4.8	4.7
2011	3.6	1.9	8.7	2.9	3.2	5.3
2012	2.1	4.9	1.0	4.3	4.7	3.3
2013	0.9	7.1	4.3	2.2	4.0	3.2
2014	4.2	0.5	4.6	5.5	5.3	4.6
2015	2.2	0.7	2.7	1.5	0.6	3.6
2016	0.3	1.9	2.0	0.6	1.5	2.3

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (14) Figure



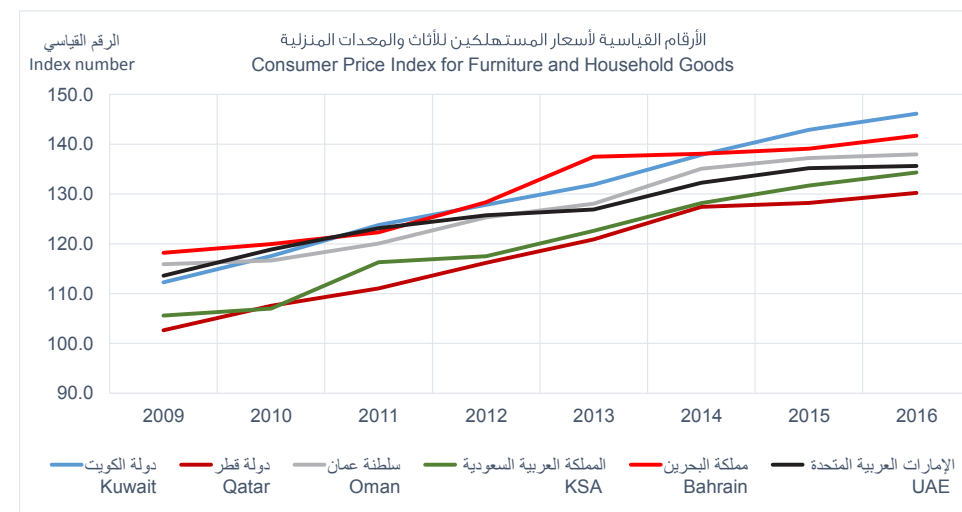
جدول (13) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للأثاث والمعدات المنزلية
Consumer Price Index for Furniture and Household Goods

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	107.0	113.2	103.2	108.8	107.8	106.2
2009	113.6	118.2	105.6	115.9	102.6	112.3
2010	118.9	120.0	107.0	116.7	107.6	117.6
2011	123.1	122.3	116.3	120.1	111.1	123.8
2012	125.7	128.4	117.5	125.3	116.2	127.8
2013	126.9	137.5	122.6	128.1	120.9	131.9
2014	132.3	138.1	128.2	135.1	127.4	137.9
2015	135.2	139.1	131.7	137.2	128.2	142.9
2016	135.6	141.7	134.3	138.0	130.2	146.1

شكل (13) Figure



جدول (16) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للصحة (نسبة التغير %)

Consumer Price Index for Health (Change %*)

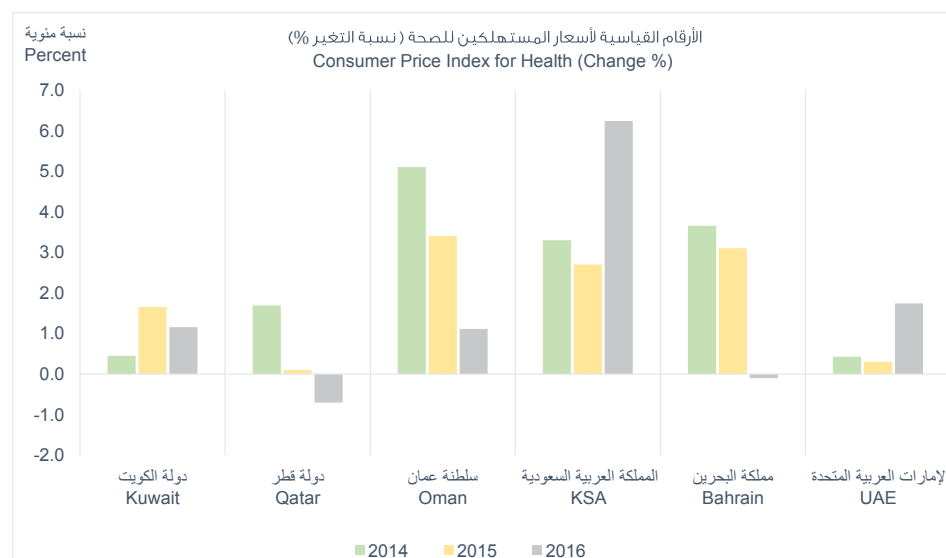
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	7.8	-2.4	3.2	2.2	8.8	4.4
2009	-1.5	0.7	0.0	4.4	7.7	5.2
2010	-0.9	3.5	0.1	0.6	2.3	4.4
2011	0.5	3.1	0.8	2.0	2.2	5.7
2012	1.1	1.0	1.4	2.4	3.0	3.4
2013	0.4	0.3	3.2	1.5	2.5	1.2
2014	0.4	3.7	3.3	5.1	1.7	0.4
2015	0.3	3.1	2.7	3.4	0.1	1.7
2016	1.7	-0.1	6.2	1.1	-0.7	1.2

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (16) Figure



جدول (15) Table

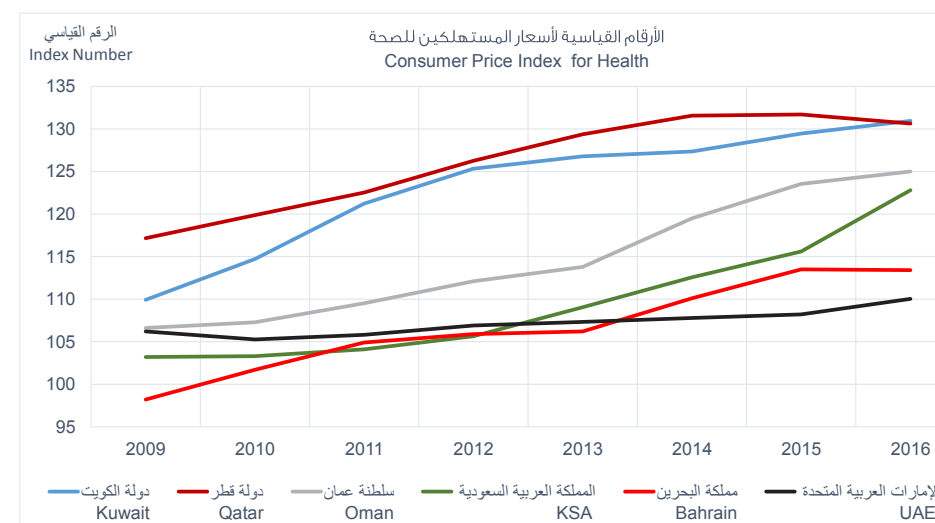
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للصحة

Consumer Price Index for Health

Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	107.8	97.6	103.2	102.1	108.8	104.4
2009	106.2	98.2	103.2	106.6	117.2	109.9
2010	105.3	101.7	103.3	107.3	119.9	114.7
2011	105.8	104.9	104.1	109.5	122.5	121.2
2012	106.9	105.9	105.6	112.1	126.3	125.3
2013	107.3	106.2	109.0	113.8	129.4	126.8
2014	107.8	110.1	112.6	119.5	131.6	127.3
2015	108.2	113.5	115.6	123.5	131.7	129.4
2016	110.0	113.4	122.8	125.0	130.6	130.9

شكل (15) Figure



جدول (18) Table

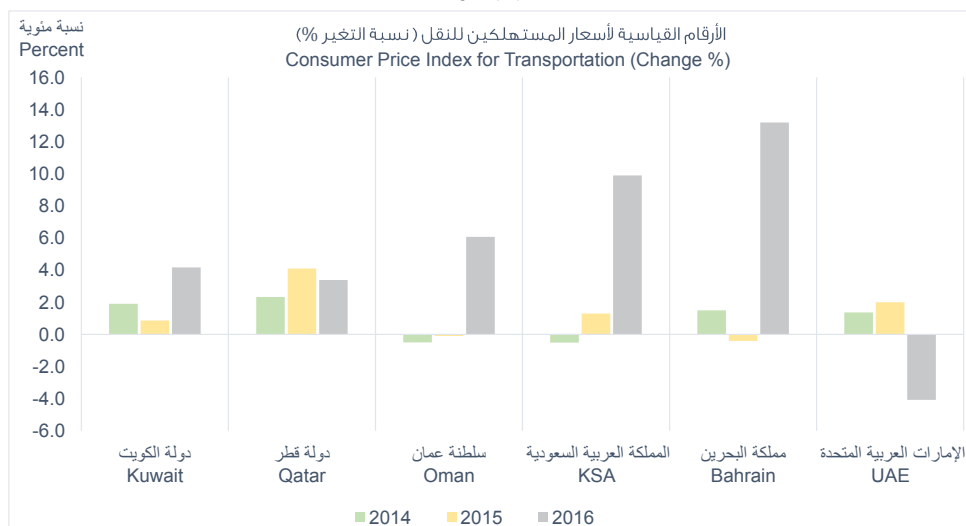
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للنقل (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Transportation (Change %*)
سنة الأساس 2007 = 100 Base year

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	5.7	-1.0	-3.0	4.3	11.1	4.3
2009	4.8	0.3	1.2	2.2	-5.5	5.2
2010	3.4	3.8	1.5	3.5	5.0	3.7
2011	3.7	3.4	3.8	2.2	7.5	3.7
2012	0.2	2.3	4.6	2.7	2.8	2.6
2013	1.0	-1.3	2.5	0.4	1.4	1.3
2014	1.4	1.5	-0.5	-0.5	2.3	1.9
2015	2.0	-0.4	1.3	-0.1	4.1	0.9
2016	-4.1	13.2	9.9	6.1	3.4	4.2

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (18) Figure

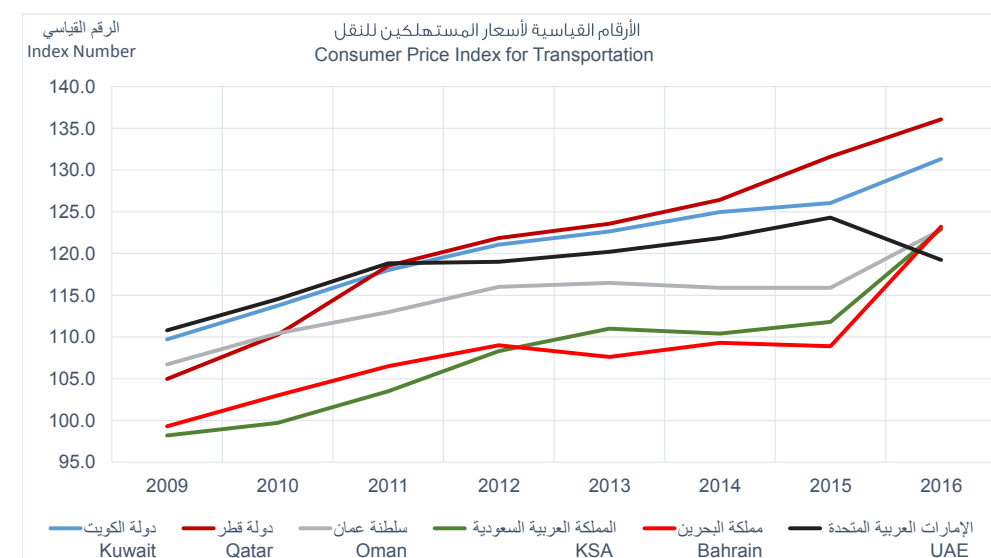


جدول (17) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للنقل
Consumer Price Index for Transportation
سنة الأساس 2007 = 100 Base year

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	105.7	99.0	97.0	104.4	111.1	104.3
2009	110.8	99.3	98.2	106.7	105.0	109.7
2010	114.5	103.0	99.7	110.4	110.3	113.8
2011	118.8	106.5	103.5	113.0	118.5	118.0
2012	119.0	109.0	108.3	116.0	121.9	121.1
2013	120.2	107.6	111.0	116.5	123.6	122.6
2014	121.9	109.3	110.4	115.9	126.4	125.0
2015	124.3	108.9	111.8	115.9	131.6	126.1
2016	119.2	123.2	122.9	122.9	136.1	131.3

شكل (17) Figure



جدول (20) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للاتصالات (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Communications (Change %*)

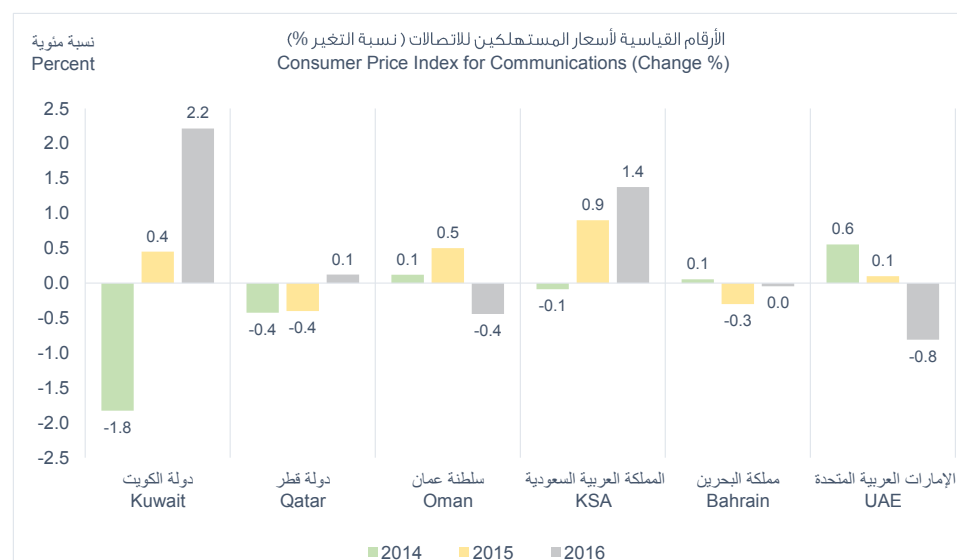
سنة الأساس 2007 = 100
Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	1.0	0.0	-1.9	-4.6	2.7	0.8
2009	3.2	-3.0	0.1	-9.1	-9.3	-0.2
2010	-5.8	-2.8	-0.5	0.4	-5.4	0.3
2011	0.0	-2.1	-5.6	-2.1	-4.3	0.3
2012	0.0	-4.2	0.0	-3.8	-1.8	0.1
2013	0.0	-1.5	1.7	-2.3	0.1	0.0
2014	0.6	0.1	-0.1	0.1	-0.4	-1.8
2015	0.1	-0.3	0.9	0.5	-0.4	0.4
2016	-0.8	0.0	1.4	-0.4	0.1	2.2

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (20) Figure



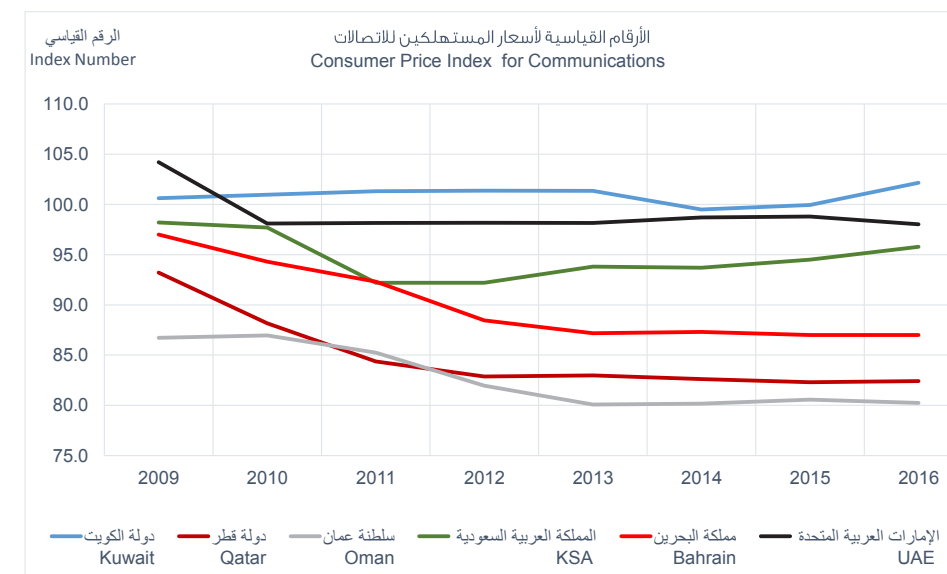
جدول (19) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للاتصالات
Consumer Price Index for Communications

سنة الأساس 2007 = 100
Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	101.0	100.0	98.1	95.4	102.7	100.8
2009	104.2	97.0	98.2	86.7	93.2	100.6
2010	98.1	94.3	97.7	87.0	88.2	101.0
2011	98.2	92.3	92.2	85.2	84.4	101.3
2012	98.2	88.5	92.2	82.0	82.9	101.4
2013	98.2	87.2	93.8	80.1	83.0	101.3
2014	98.7	87.3	93.7	80.2	82.6	99.5
2015	98.8	87.0	94.5	80.6	82.3	99.9
2016	98.0	87.0	95.8	80.2	82.4	102.2

شكل (19) Figure



جدول (21) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للثقافة والترفيه
Consumer Price Index For Culture and Entertainment

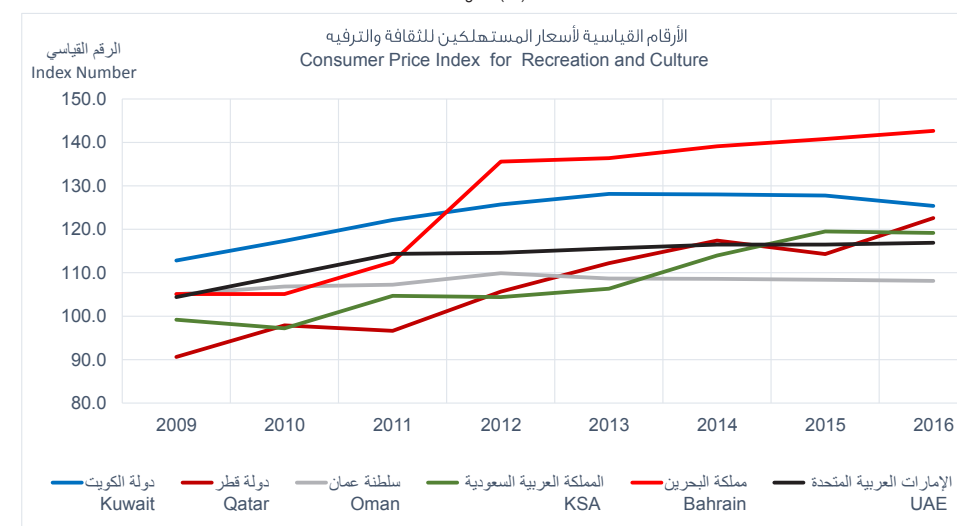
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	105.2	100.8	97.7	103.3	110.7	107.3
2009	104.4	105.1	99.2	105.1	90.6	112.8
2010	109.3	105.1	97.2	106.8	97.9	117.3
2011	114.3	112.5	104.7	107.3	96.6	122.1
2012	114.6	135.6	104.4	109.9	105.6	125.7
2013	115.6	136.4	106.3	108.7	112.2	128.2
2014	116.5	139.1	114.0	108.6	117.4	128.0
2015	116.5	140.8	119.5	108.4	114.3	127.8
2016	116.9	142.7	119.2	108.1	122.6	125.4

مقارنة بالسنة السابقة

Figure (21) شكل

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للثقافة والترفيه
Consumer Price Index for Recreation and Culture



جدول (24) Table (24)

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتعليم (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Education (Change %*)

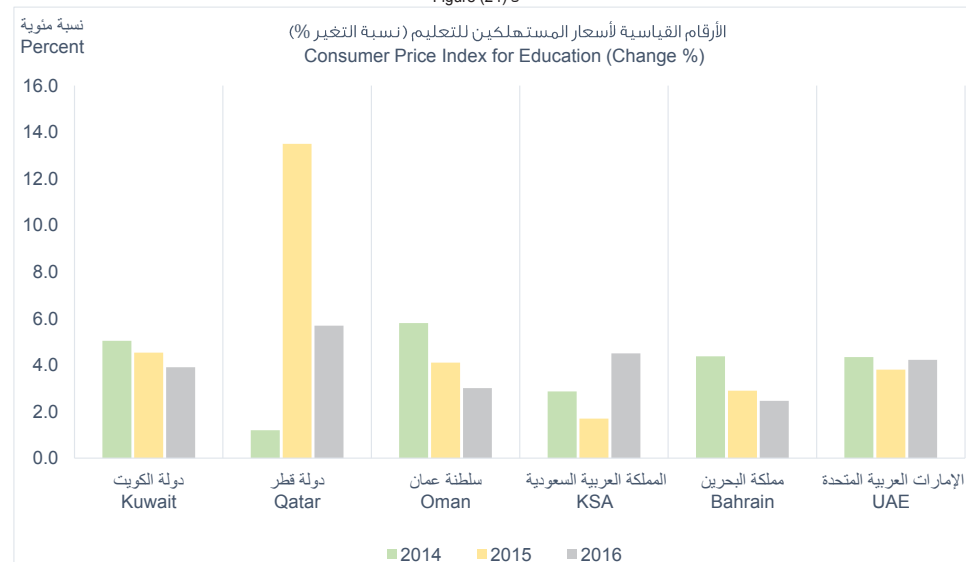
سنة الأساس Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	8.6	1.8	10.3	7.7	10.6	6.6
2009	9.9	3.8	1.4	6.2	18.2	5.5
2010	8.1	6.0	1.3	4.8	3.3	3.9
2011	3.6	1.9	-3.7	4.0	1.7	3.9
2012	4.5	1.8	1.1	17.3	1.1	1.6
2013	5.4	4.5	2.2	4.2	6.9	0.8
2014	4.3	4.4	2.9	5.8	1.2	5.0
2015	3.8	2.9	1.7	4.1	13.5	4.5
2016	4.2	2.5	4.5	3.0	5.7	3.9

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (24) Figure (24)



جدول (23) Table (23)

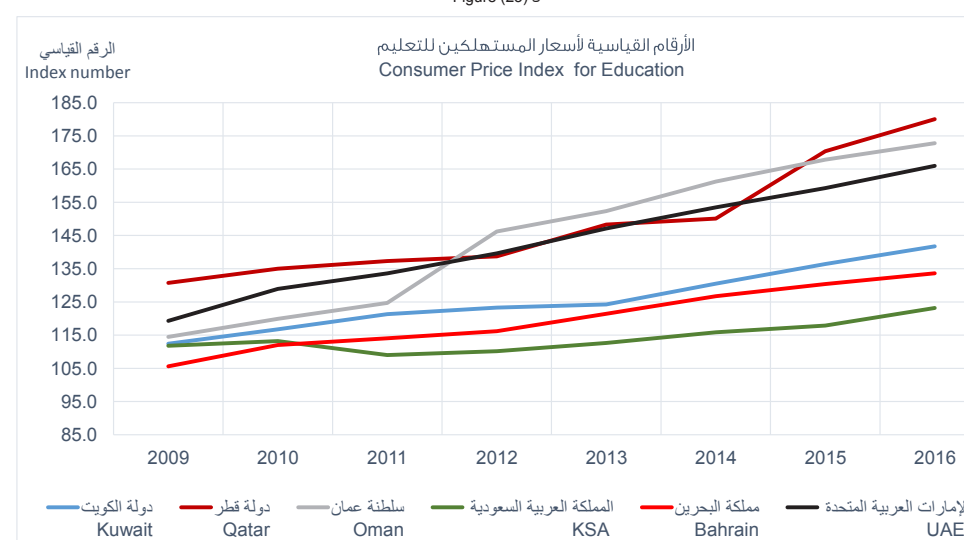
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للتعليم

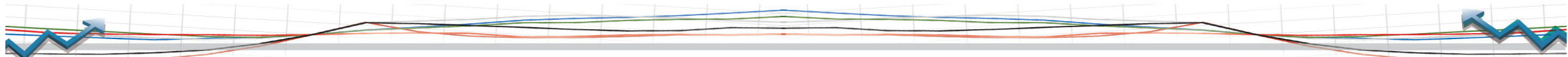
Consumer Price Index for Education

سنة الأساس Base year 2007 = 100

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	108.6	101.8	110.3	107.7	110.6	106.6
2009	119.3	105.6	111.8	114.5	130.7	112.4
2010	128.9	112.0	113.2	119.9	135.0	116.8
2011	133.6	114.1	109.0	124.7	137.3	121.3
2012	139.6	116.2	110.2	146.2	138.7	123.3
2013	147.1	121.4	112.6	152.3	148.3	124.2
2014	153.5	126.7	115.9	161.3	150.1	130.5
2015	159.3	130.4	117.9	167.8	170.4	136.4
2016	166.0	133.6	123.2	172.8	180.0	141.7

شكل (23) Figure (23)





جدول (26)

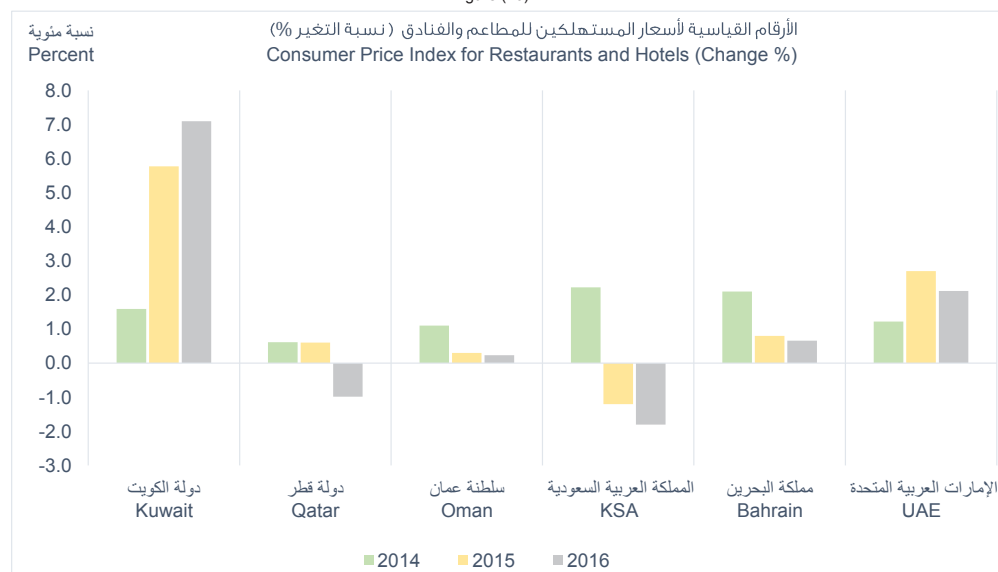
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمطاعم والفنادق (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Restaurants and Hotels (Change %)
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	23.7	-5.5	3.2	15.3	10.4	6.8
2009	4.9	4.7	6.6	5.8	6.5	4.1
2010	0.9	5.9	3.5	4.3	0.6	6.1
2011	0.7	0.9	3.3	2.9	-1.4	3.7
2012	4.1	1.4	3.3	1.2	2.3	2.9
2013	1.9	0.6	4.4	1.1	-0.5	0.5
2014	1.2	2.1	2.2	1.1	0.6	1.6
2015	2.7	0.8	-1.2	0.3	0.6	5.8
2016	2.1	0.7	-1.8	0.2	-1.0	7.1

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (26)

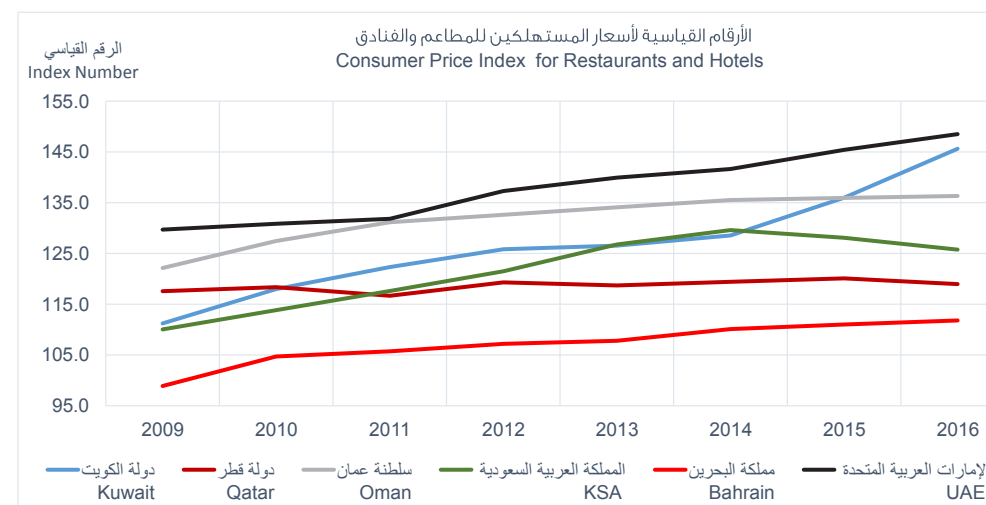


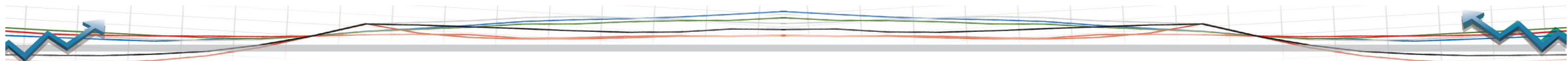
جدول (25)

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للمطاعم والفنادق
Consumer Price Index for Restaurants and Hotels
Base year 2007 = 100 سنة الأساس

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	123.7	94.5	103.2	115.4	110.4	106.8
2009	129.7	98.9	110.0	122.1	117.6	111.2
2010	130.8	104.7	113.8	127.5	118.4	118.0
2011	131.8	105.7	117.6	131.2	116.7	122.3
2012	137.3	107.2	121.5	132.6	119.3	125.9
2013	139.9	107.8	126.8	134.1	118.7	126.5
2014	141.7	110.1	129.6	135.5	119.4	128.6
2015	145.4	111.0	128.1	135.9	120.1	136.0
2016	148.5	111.8	125.8	136.3	119.0	145.6

شكل (25)





جدول (28) Table

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسلع والخدمات المتنوعة (نسبة التغير %)
Consumer Price Index for Miscellaneous Goods and Services (Change %*)

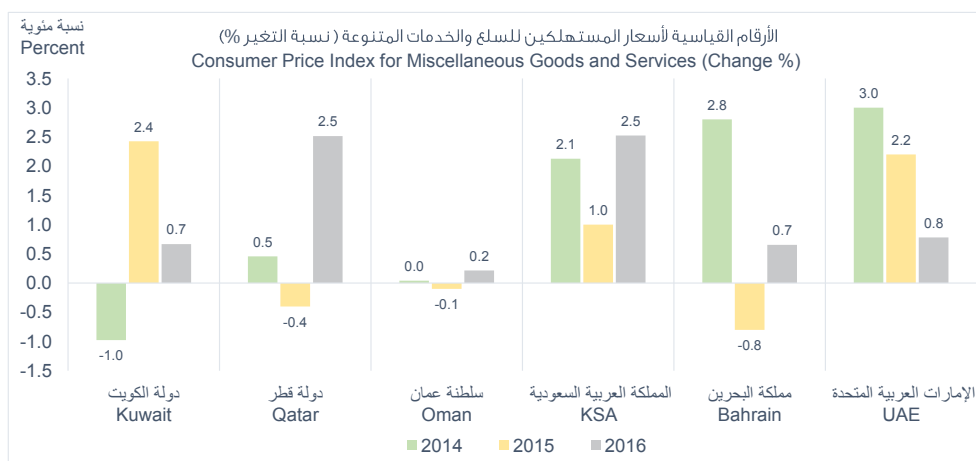
سنة الأساس 2007 = 100 Base year

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	12.1	5.3	1.6	14.7	7.8	8.2
2009	3.2	6.7	3.2	9.7	5.9	4.0
2010	1.4	2.3	5.0	14.5	7.3	3.3
2011	3.9	11.6	6.5	16.4	5.6	3.6
2012	1.6	3.6	0.4	5.5	7.6	4.5
2013	-0.2	3.7	-0.2	0.3	-0.3	2.3
2014	3.0	2.8	2.1	0.0	0.5	-1.0
2015	2.2	-0.8	1.0	-0.1	-0.4	2.4
2016	0.8	0.7	2.5	0.2	2.5	0.7

* Comparing with Previous Year

* مقارنة بالسنة السابقة

شكل (28) Figure



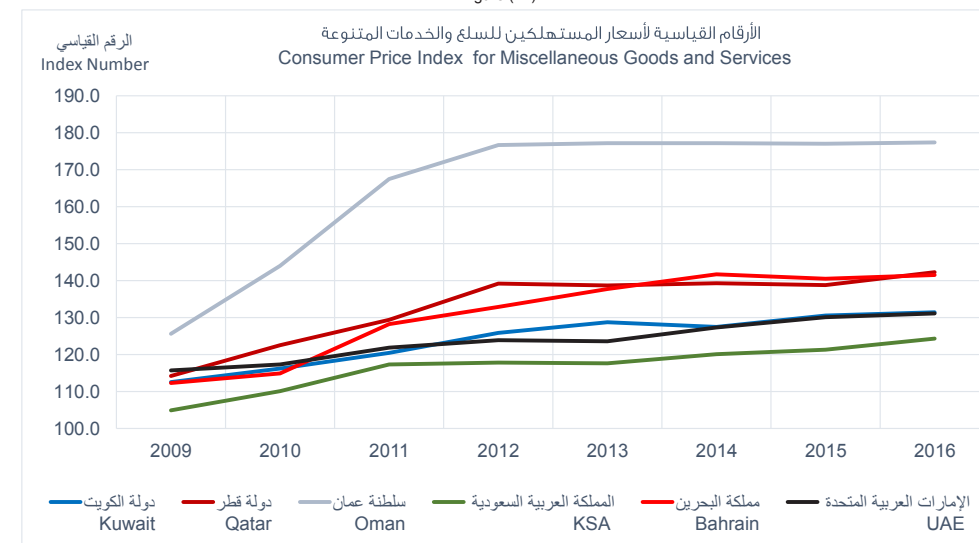
جدول (27) Table

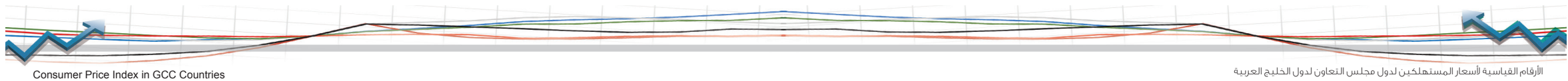
الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين للسلع والخدمات المتنوعة
Consumer Price Index for Miscellaneous Goods and Services

سنة الأساس 2007 = 100 Base year

السنة Year	الإمارات العربية المتحدة UAE	مملكة البحرين Bahrain	المملكة العربية السعودية KSA	سلطنة عمان Oman	دولة قطر Qatar	دولة الكويت Kuwait
2008	112.1	105.3	101.6	114.8	107.8	108.2
2009	115.7	112.3	104.9	125.6	114.2	112.5
2010	117.3	114.9	110.1	144.0	122.5	116.2
2011	121.9	128.2	117.3	167.5	129.4	120.5
2012	123.9	132.9	117.8	176.7	139.2	125.9
2013	123.6	137.7	117.6	177.2	138.7	128.7
2014	127.3	141.7	120.1	177.2	139.3	127.5
2015	130.1	140.5	121.3	177.0	138.8	130.6
2016	131.1	141.5	124.3	177.4	142.3	131.4

شكل (27) Figure





VIII. Communication

The aggregate GCC index for the communication group recorded 95.3 points in 2016 related to the base year 2007, the corresponding national indices scoring 102.2 points in Kuwait, 98.0 points in the United Arab Emirates, 95.8 points in the Saudi Arabia, 87.0 points in the Kingdom of Bahrain, 82.4 points in Qatar, and 80.2 points in the Sultanate of Oman.

The aggregate GCC inflation for communication recorded 0.6% in 2016 compared to 2015. The increases in national inflation rates for this group occurred in Kuwait by 2.2%, Saudi Arabia by 1.4%, 0.1% in Qatar and no change in the Kingdom of Bahrain, whereas the decreases in communication prices took place in both UAE by -0.8%, and Sultanate of Oman by -0.4%.

IX. Culture and Entertainment

The aggregate GCC index for the culture and entertainment group was recorded at 120.5 points in 2016 compared to the base year 2007. The corresponding national indices recorded in Bahrain at 142.7 points, followed by Kuwait 125.4 points, Qatar 122.6 points, Saudi Arabia 119.2 points, the United Arab Emirates 116.9 points, and finally the Sultanate of Oman 108.1 points.

In 2016, the aggregate GCC inflation rate for the culture and entertainment group rose by 0.8% compared with 2015. The national inflation increase in Qatar by 7.4%, the Kingdom of Bahrain by 1.4%, UAE by 0.3%, whereas prices fell down for this group in Kuwait by -1.9%, by -0.4% in Oman, and the Kingdom of Saudi Arabia by -0.3%.

X. Education

The aggregate GCC index for the Education group stood at 152.5 points in 2016 in comparison to the base year 2007. The corresponding national indices recorded in Qatar 180.0 points, followed by the Sultanate of Oman 172.8 points, the United Arab Emirates 166.0 points, Kuwait 141.7 points, the Kingdom of Bahrain 133.6 points, and finally Saudi Arabia 123.2 points.

The aggregate GCC inflation rate for the Education group increased by 4.3% in 2016 compared with 2015, the national inflation ranging in the GCC countries between a low of 2.5% in Bahrain and high of 5.7% in Qatar, 4.5% in Saudi Arabia, 4.2% in the UAE, 3.9% in Kuwait and 3.0% in Oman.

XI. Restaurants and Hotels

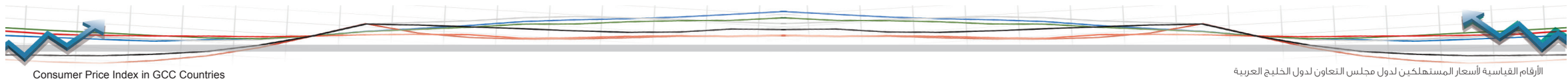
The aggregate GCC index for the Restaurant and Hotels group recorded 133.1 points in 2016 compared to the base year 2007. The corresponding national indices recorded in the UAE at 148.5 points, followed by 145.6 points in Kuwait, 136.3 points in the Sultanate of Oman, 125.8 points in Saudi Arabia, 119.0 points in Qatar, and finally 111.8 points in the Kingdom of Bahrain.

Compared with 2015, the aggregate GCC inflation rate in the Restaurants and Hotels group slightly increased by 0.1% in 2016. The highest increases in the national inflation rates of this group were recorded in Kuwait by 7.1%, UAE by 2.1%, the Kingdom of Bahrain 0.7%, , and Oman by 0.2%, In contrast, prices in the Kingdom of Saudi Arabia fell by -1.8% and Qatar by -1.0%.

XII. Miscellaneous Goods and Services

The aggregate GCC index for the miscellaneous goods and services group recorded 130.7 points in 2016 compared to the base year 2007. The corresponding national indices reaching 177.4 points in Oman, 142.3 points in Qatar, 141.5 points in the Kingdom of Bahrain, 131.4 points in Kuwait, 131.1 points in the UAE, and 124.3 points in Saudi Arabia.

The aggregate GCC inflation rate for the miscellaneous goods and services group grew by 1.6% in 2016 compared to 2015. The highest national inflation rates in this group were in both Saudi Arabia and Qatar 2.5% each, UAE by 0.8%, Bahrain and Kuwait 0.7% each, and 0.2% in the Sultanate of Oman.



Consumer Price Index in GCC Countries

الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية

Saudi Arabia, followed 188.5 points in the Kingdom of Bahrain, 156.4 points in Qatar, 151.9 points in the United Arab Emirates, 148.2 points in Kuwait, and finally 140.0 points in Oman, compared to the base year 2007.

The aggregate GCC inflation for the tobacco group grew by 11.8 % in 2016 compared to 2015, while in the GCC countries it ranged between 0.0% in Qatar and 26.0% in Bahrain, 17.3% in Saudi Arabia, 5.9% in Oman, 1.1% in the United Arab Emirates, 0.3% in Kuwait.

III. Clothing and Footwear

The aggregate GCC index for clothing and footwear group index stood at 114.9 points in relation to the base year 2007. The corresponding national indices recorded that Kuwait had the highest index value of 132.6 points, followed by Qatar with 115.5 points, and Saudi Arabia with 113.6 points, the United Arab Emirates at 111.2 points, the Sultanate of Oman 110.8 points, The lowest CPI for this group was recorded in the Kingdom of Bahrain with 107.9 points.

Compared to 2015, the aggregate GCC inflation rate increased by 2.9% for this group in 2016. In the Kingdom of Saudi Arabia, inflation recorded 3.7%, the United Arab Emirates recorded 3.2%, Kuwait recorded 0.9%, Qatar 0.7%, In contrast, prices fell down in Bahrain by -2.5% and Oman by -0.2%.

IV. Housing, Water, Electricity and Gas

Compared with the base year 2007, the CPI for the housing, water, electricity and gas group in 2016 was recorded at 176.6 points in Saudi Arabia, 150.1 points in the State of Kuwait, 138.0 points in the Sultanate of Oman, and 125.8 points in the United Arab Emirates, 111.0 points in the State of Qatar, and finally at 108.3 points in the Kingdom of Bahrain.

Compared to 2015, the housing, water, electricity and gas inflation ranged between 0.7% in Oman and 7.3% in Saudi Arabia, In Kuwait 6.0%, in Qatar 4.1%, 3.6% in the United Arab Emirates, Bahrain 3.0%.

V. Furniture and Household Equipment

The aggregate GCC index for furniture and household equipment rose to 136.2 points in 2016 compared to the base year 2007. The corresponding

national indices recorded at 146.1 points in Kuwait, 141.7 points in Bahrain, 138.0 points in the Sultanate of Oman, 135.6 points in the United Arab Emirates, 134.3 points in the Kingdom of Saudi Arabia, and 130.2 points in Qatar.

In 2016 the aggregate GCC inflation for the furniture and household equipment increased by 1.6% compared to 2015. In the GCC countries, the national inflation for this group ranged between a low of 0.3% in United Arab Emirates and a high of 2.3% in Kuwait. The inflation rate was 2.0% in Saudi Arabia, 1.9% in the Kingdom of Bahrain, 1.5% in Qatar and 0.6% in the Sultanate of Oman.

VI. Health

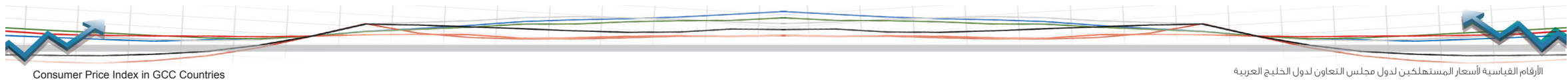
The aggregate GCC index for Health group stood at 120.3 points in 2016, while the corresponding national indices recorded in Kuwait 130.9 points, in Qatar at 130.6 points, the Sultanate of Oman at 125.0 points, Saudi Arabia at 122.8 points, Kingdom of Bahrain at 113.4 points, United Arab Emirates 110.0 points compared to the base year 2007.

Statistics show that the aggregate GCC inflation in the Health group grew by 4.2% in 2016 compared with 2015. For this group, the highest national inflation was 6.2% in Saudi Arabia, followed by 1.7% in United Arab Emirates, Kuwait by 1.2%, 1.1% in the Sultanate of Oman, In contrast, prices fell down in Qatar by -0.7% and Bahrain by -0.1%.

VII. Transportation

The aggregate GCC index for the transportation group stood at 122.5 points in 2016 in comparison to 2007 (the base year). The corresponding national indices recorded at 136.1 points in Qatar, 131.3 points in Kuwait, 123.2 points in Bahrain, 122.9 in both Oman and Saudi Arabia, 119.2 in the United Arab Emirates.

The aggregate GCC inflation for transportation group increased by 3.2% in 2016 compared with 2015. National inflation was highest in the Kingdom of Bahrain rising by 13.2%, followed by Saudi Arabia 9.9%, 6.1% in the Sultanate of Oman and 4.2% in Kuwait, 3.4% in Qatar. On the other hand, prices of the transportation group decreased by -4.1% in the UAE.



5- Aggregate GCC Consumer Price Index

The GCC-STAT has published for the first time an aggregate non-housing consumer price index for the group of states of the Gulf Cooperation Council (GCC). The index is a base year 2007 index, re-referenced and calculated from the national CPI main group data based on country Household expenditure estimates measured at PPP and national CPI expenditure structure without the housing component. The objective of this temporary aggregate GCC inflation measure is to serve as proxy for region-level inflation measure while a common index methodology is being developed, agreed and implemented in all GCC member countries. The harmonization is expected to be completed by 2020.

5.1 GCC Consumer Price Index (Excluding Housing):

A review of the GCC CPI series, in comparison to the base year 2007, shows an upward trend during 2010-2016. The Overall GCC CPI recorded 130.1 points in 2016 compared to 100 points in year of 2007. The GCC Inflation has grown gradually during the period 2010 and 2011, where it reached 3.3% in 2011 compared to 2010, then it started to decline during the period 2012-2016, where it reached 3.1% in 2012 compared to 2011 and it reached 1.6% in 2016 compared to 2015.

5.2 Overall Consumer Price Index in GCC countries (Including Housing):

A review of the CPI series in GCC countries, in comparison to the base year 2007, shows an upward trend during 2001-2016. Kuwait, the Kingdom of Saudi Arabia and Oman are at the forefront of Member States with the highest CPI in 2016. In 2016, the index in Kuwait was recorded at 142.8 points above its level in 2007; it reached 137.6 points in Saudi Arabia and 132.8 points in the Sultanate of Oman for the same period. In the United Arab Emirates, the general index stood at 127.8 points, 123.3 point in the Kingdom of Bahrain, and 122.7 points in Qatar. In general, the indices of the series reflect the inflationary wave that was clearly shown in the years 2007 and 2008. However, inflation rates declined in the following years.

The increase over the previous period is mainly attributed to the sharp rise in the index due to a group of economic and social factors such as population

growth and the increase in the volume of economic activity, creating an increase in demand for housing and an increased demand for various goods and services.

Moreover, the impact of imports and imported inflation on domestic prices were also contributing factors to the increase. The significant increase in incomes due to the rise in salaries created an effective demand that naturally resulted in an increase in prices.

In 2016, the CPI generally ranged between 122.7 and 142.8 points in the GCC countries using 2007 as the base year. Compared with the previous year 2015, the inflation rate in 2016 recorded 3.5 % in both of Saudi Arabia and Kuwait, 2.8% in Bahrain, 2.7 in Qatar, %1.6 in the United Arab Emirates, and 1.1% in the Sultanate of Oman.

The following is a detailed analysis of the results of the main groups of the CPI:

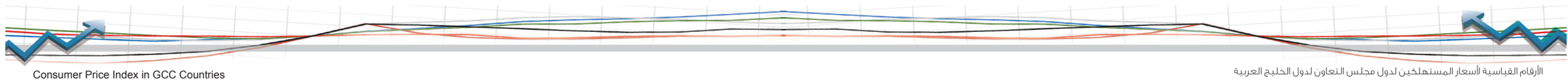
I. Food and Non-Alcoholic Beverages

The index of the food and non-alcoholic beverages group increased in 2016. The aggregate GCC index for food and non-alcoholic beverages group rose to 145.7 points. The corresponding national indices recorded at 152.5 points in Kuwait, 146.7 points in Kingdom of Bahrain, 146.6 points in the Kingdom of Saudi Arabia, 146.3 points in the United Arab Emirates, 136.7 points in the Sultanate of Oman, and 130.9 points in Qatar, compared with the base year 2007.

Thus, the aggregate GCC inflation recorded a 0.0 in 2016 compared to 2015. As for the GCC countries, the inflation rate in the same period ranged between -1.9% in Qatar and 2.0% in Kuwait. Inflation rose by 1.3% in the Kingdom of Bahrain, and 1.0% in the United Arab Emirates, the prices decreased in this group by -1.2% in Oman, and -0.6% in Saudi Arabia, This group has a great impact on the index due to its significant weight.

II .Tobacco

The tobacco group index increased significantly during 2016 in all GCC countries. The aggregate GCC index for this group rose to 177.6 points. The corresponding national indices recorded at 194.2 points in the Kingdom of



An Overview of the Consumer Price Indices

1- Brief

Price statistics are key economic statistics that relate to people's daily life. They provide the information necessary to show the general price trend and to calculate price indices. Consumer price indices represent one of the key indicators used in economic and planning studies. Moreover, price statistics reflect changes in the structure of producer and consumer sectors in the community; they represent a statistical method to measure changes in the prices of goods and services purchased by consumers in one period compared with another. This change is a measure used by countries to see the overall situation with regard to the cost of living.

2- Definition of Consumer Price Index (CPI)

It is a statistical method used to measure changes in the prices of goods and services between two periods. It is a measure to calculate price levels of certain goods and services consumed by different segments of society in their daily lives during a specific reference period (current period) compared with another period referred to as the base period.

3- CPI compilation methodology

It is a statistical method used to measure changes in the prices of goods and services between two time periods. It is a measure to calculate price levels of certain goods and services consumed by different segments of society in their daily lives in a specific reference period (current period) compared with another period referred to as the base period.

$$\frac{\sum \frac{P_1}{P_0} \times W}{\sum W} \times 100$$

Where P1 represents the current price, P₀ represent the price in the base year, and W represents weights.

Given the importance of the consumer price index, many countries compile and publish it on an annual, quarterly, monthly or weekly basis. The index relates to consumer's burden and measures inflation in consumer prices. The CPI primarily depends on the weights derived from the Household Income and Expenditure Surveys that identify consumer patterns and determine the weights of every main expenditure group and sub-group. In this light, the items of the basket of goods and services are determined and basket prices are collected on a regular basis according to the periodicity of data collection from various sources. Data collection takes place after identifying the basket including the items selected to represent the index, and identifying the specifications and characteristics of these items to ensure the accuracy of the comparison and that similar items are compared.

4- Base year

The literature of the consumer price index refers to the base year which is the period related to which change is measured, and that it usually considered equal to 100. The current period is referred to as the comparison period during which the price change is measured.

Typically, the base period should not be distant from the comparison period, and can be updated at regular intervals, usually every five years or according to the years in which the HIES is implemented (fixed base). However, in recent years, many countries adopted the changing base to avoid the problems that accompany using the fixed base in terms of the change in weights, addition and exclusion of goods and items in the basket, change in technologies, etc. The changing base refers to measuring the current period in relation to a previous period (for example 2016/2015). The GCC countries adopt the fixed base method to compile the consumer price index (CPI). The Kingdom of Bahrain, the Kingdom of Saudi Arabia and Sultanate of Oman compile indices based on the base years 2006, 2007, 2012 respectively, Qatar and Kuwait both compile indices based on the base year 2013, and The United Arab Emirates compile indices based on the base year 2014. The GCC-Stat publishes CPI data in this bulletin based on a standard base year where 2007=100.



Introduction

The Consumer price index (CPI) is one of the most significant economic indicators that is prepared by statistical centers around the globe. The CPI is widely used to measure a general inflation and cost of living; it also reflects the purchasing power of the country's currency in addition to its use in making estimations for National Accounts at constant prices.

Due to its importance, Statistical Centers in GCC collect prices on a basket of goods and services that are consumed by households to compile this vital indicator. Stemming from the importance of the CPI the GCC-STAT is pleased to release this publication, which contains the Consumer Price Index publication for GCC Countries from 2001 to 2016 as well as aggregate GCC Consumer Price Index.

The GCC-STAT would like to express its thanks and appreciation to the National Statistical Centers in the Gulf Cooperation Council for providing the figures for this publication.

This publication is available in the official website (www.gccstat.org) and GCC-STAT welcomed any feedback and/or suggestion to improve future publication visually and/or relating to its content.

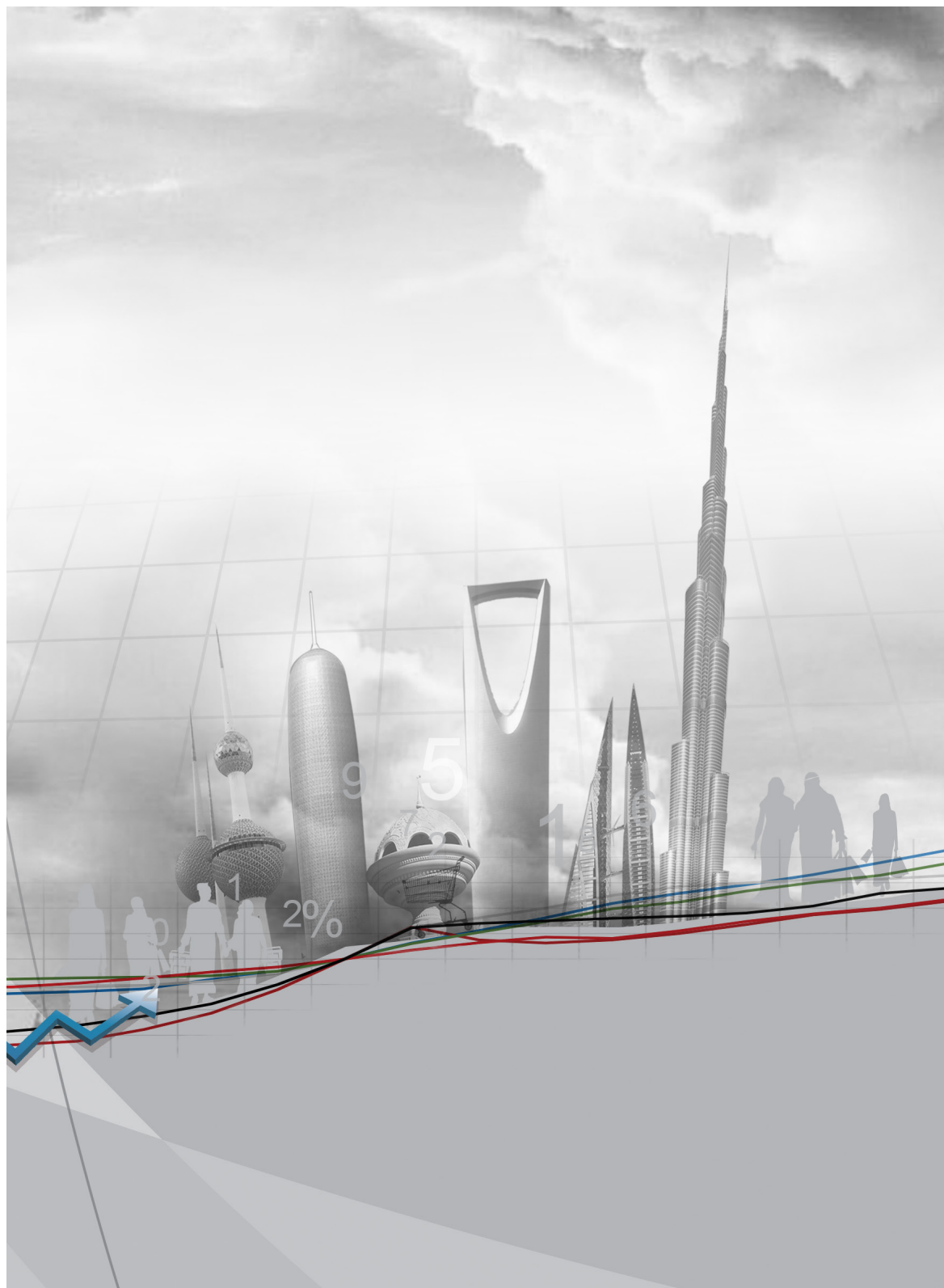


Table No.	Figure No.	Contents	Page No.
		Introduction	52
		An Overview of the Consumer Price Indices	51
1	1	GCC Consumer Price Index	16
2	2	GCC Consumer Price Index (Change %)	17
3	3	Consumer Price Index - Including Housing	18
4	4	Consumer Price Index - Including Housing (Change %)	19
5	5	Consumer Price Index for Food and Non-Alcoholic Beverages	20
6	6	Consumer Price Index for Food andNon-Alcoholic Beverages (Change %)	21
7	7	Consumer Price Index for Tobacco	22
8	8	Consumer Price Index for Tobacco (Change %)	23
9	9	Consumer Price Index for Clothing and Footwear	24
10	10	Consumer Price Index for Clothing and Footwear (Change %)	25
11	11	Consumer Price Index for Housing, Water, Electricity and Fuel	26
12	12	Consumer Price Index for Housing, Water, Electricity and Fuel (Change %)	27
13	13	Consumer Price Index for Furniture and Household Goods	28
14	14	Consumer Price Index for Furniture and Household Goods (Change %)	29
15	15	Consumer Price Index for Health	30
16	16	Consumer Price Index for Health (Change %)	31
17	17	Consumer Price Index for Transportation	32
18	18	Consumer Price Index for Transportation (Change %)	33
19	19	Consumer Price Index for Communications	34
20	20	Consumer Price Index for Communications (Change %)	35
21	21	Consumer Price Index For Culture and Entertainment	36
22	22	Consumer Price Index for Culture and Entertainment (Change %)	37
23	23	Consumer Price Index for Education	38
24	24	Consumer Price Index for Education (Change %)	39
25	25	Consumer Price Index for Restaurants and Hotels	40
26	26	Consumer Price Index for Restaurants and Hotels (Change %)	41
27	27	Consumer Price Index for Miscellaneous Goods and Services	42
28	28	Consumer Price Index for Miscellaneous Goods and Services (Change %)	43



Consumer Price Index

in GCC Countries

2016

