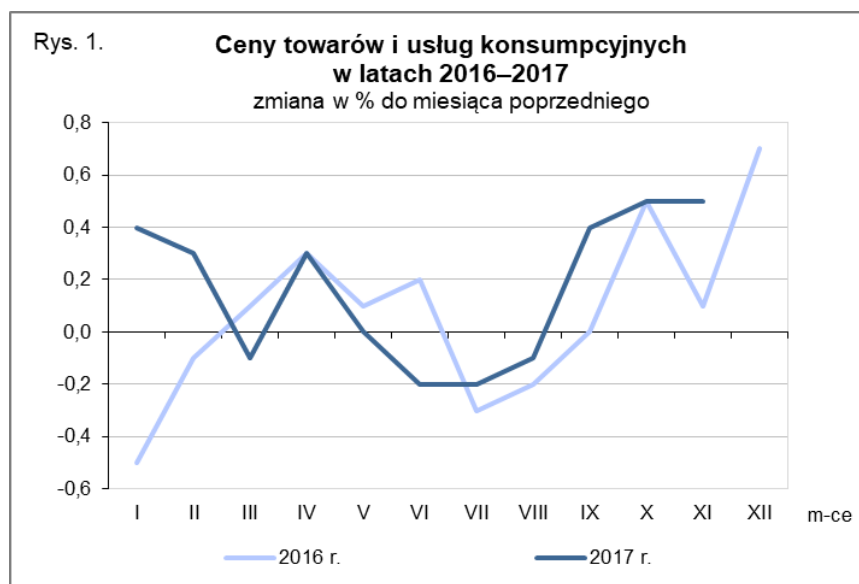




Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2017 r., w stosunku do poprzedniego miesiąca, wzrosły o 0,5% (w tym towarów – o 0,6%, a usług – o 0,1%). W poszczególnych grupach towarów i usług konsumpcyjnych odnotowano zróżnicowaną dynamikę cen. Największy wpływ na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem miały w tym okresie wyższe ceny żywności (o 1,1%), jak również w zakresie transportu (o 1,6%) oraz mieszkania (o 0,2%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio o 0,26 p. proc., 0,14 p. proc. i 0,06 p. proc. Niższe ceny odzieży i obuwia (o 0,3%) oraz łączności (o 0,2%) obniżyły ten wskaźnik po 0,01 p. proc.

Wyszczególnienie	XI 2017			I-XI 2017
	XII 2016= =100	XI 2016= =100	X 2017= =100	I-XI 2016= =100
O G Ó Ł E M	101,9	102,5	100,5	102,0
Żywność, napoje bezalkoholowe				
i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe	104,0	105,0	100,9	103,5
Żywność i napoje bezalkoholowe	104,8	106,0	101,0	104,1
w tym żywność	105,1	106,5	101,1	104,5
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	101,0	101,0	100,2	101,0
Odzież i obuwie	96,5	95,4	99,7	94,8
Mieszkanie	102,0	102,2	100,2	101,6
Użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii	102,5	102,7	100,3	101,9
w tym nośniki energii	102,4	102,8	100,4	101,5
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	100,2	100,3	100,0	100,3
Zdrowie	101,7	101,9	100,1	101,1
Transport	98,5	102,3	101,6	104,2
w tym paliwa do prywatnych środków transportu	99,4	104,7	102,9	108,0
Łączność	101,5	101,5	99,8	100,6
Rekreacja i kultura	101,5	101,7	100,6	101,4
Edukacja	101,8	101,8	100,1	101,1
Restauracje i hotele	102,6	102,7	100,2	102,2
Inne towary i usługi	100,8	100,7	100,0	102,3



Ceny **żywności** wzrosły w listopadzie br. w porównaniu z poprzednim miesiącem o 1,1% wobec wzrostu o 1,0% w październiku br. Najbardziej podrożały artykuły w grupie „mleko, sery i jaja” (przeciętnie o 4,9%, w tym jaja – o 30,0%, jogurty, śmietana, napoje i desery mleczne – o 1,4%, sery i twarogi – o 0,7% oraz mleko – o 0,3%), warzywa (o 3,1%) oraz mąka (o 1,3%). Droższe niż w październiku br. było masło (o 1,1%) oraz tłuszcze roślinne (o 0,9%). Więcej niż w poprzednim miesiącu konsumenci płacili za mięso (przeciętnie o 0,2%, w tym mięso wołowe – o 1,1%, mięso drobiowe – o 0,7%, wędliny – o 0,4%, mięso cielęce – o 0,2%, przy spadku cen mięsa wieprzowego – o 0,8%). Zanotowano wzrost cen czekolady (o 0,8%), makaronów i produktów makaronowych (o 0,7%), pieczywa (o 0,4%), ryżu (o 0,3%), jak również ryb i owoców morza (o 0,2%). Mniej niż przed miesiącem płacono natomiast za cukier (o 5,8%) i owoce (o 0,2%). Ceny **napojów bezalkoholowych** w porównaniu z poprzednim miesiącem utrzymały się na niezmiennym poziomie. Więcej niż w październiku br. płacono za kawę (o 0,6%). Obniżyły się natomiast ceny wód mineralnych lub źródlanych (o 1,1%), kakao i czekolady w proszku (o 0,5%), herbaty (o 0,4%) oraz soków owocowych i warzywnych (o 0,1%). W porównaniu z poprzednim miesiącem zanotowano wzrost cen **napojów alkoholowych** i **wyrobów tytoniowych** po 0,2%.

W listopadzie br., ceny **odzieży** i **obuwia** ukształtowały się na poziomie odpowiednio o 0,3% i 0,1% niższym niż w poprzednim miesiącu.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** wzrosły listopadzie br. o 0,2%. Podrożało użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii (o 0,3%). Zanotowano wzrost opłat za usługi kanalizacyjne (o 0,2%), natomiast opłaty za zaopatrywanie w wodę oraz wywóz śmieci pozostały na poziomie obserwowanym w październiku br. Podniesiono opłaty za najem mieszkania (o 0,2%). Ceny nośników energii były wyższe niż w poprzednim miesiącu (przeciętnie o 0,4%, w tym opał – o 1,3%, gazu – o 0,3%, energii cieplnej – o 0,1%, przy utrzymujących się na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu cenach energii elektrycznej). W listopadzie br. ceny towarów i usług w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego pozostały na poziomie notowanym przed miesiącem. Więcej niż w październiku br. płacono za usługi związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego (o 0,5%). Ceny środków czyszczących i konserwujących oraz artykułów włókienniczych pozostały na poziomie notowanym w październiku br. Tańsze niż w poprzednim miesiącu były meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy (o 0,2%) oraz urządzenia gospodarstwa domowego (o 0,1%).

Opłaty związane ze **zdrowiem** podniesiono w listopadzie br. o 0,1%. Odnotowano wzrost cen usług stomatologicznych (o 0,4%), usług lekarskich oraz urządzeń i sprzętu terapeutycznego (po 0,3%). Więcej niż w październiku br. płacono za usługi szpitalne (o 0,2%). Ceny wyrobów farmaceutycznych oraz usług sanatoryjnych utrzymały się na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu.

Ceny w zakresie **transportu** były wyższe niż w październiku br. o 1,6%, głównie w wyniku wzrostu cen paliw do prywatnych środków transportu (przeciętnie o 2,9%, w tym oleju napędowego – o 3,3%, benzyny – o 2,8% i gazu ciekłego – o 2,7%). W listopadzie br. spadły ceny usług transportowych (o 1,4%), a także samochodów osobowych (o 0,7%).

Opłaty związane z **łącznieścią** obniżyły się w listopadzie br. o 0,2%. Sprzęt telekomunikacyjny potaniał o 1,2%, a usługi telekomunikacyjne o 0,2%.

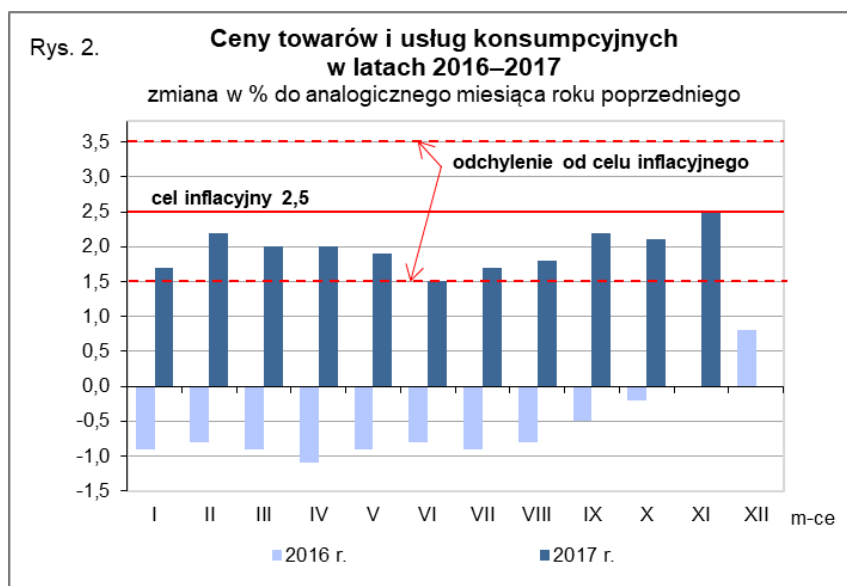
Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** w listopadzie br. wzrosły o 0,6%. Odnotowano wzrost cen książek (o 2,6%) oraz opłat radiowo-telewizyjnych (o 1,5%). Wzrosły ceny usług związanych z rekreacją i sportem (o 0,3%), a także artykułów piśmiennych, malarskich, kreślarskich (o 0,2%). Więcej niż w październiku br. konsumenci płacili za turystykę zorganizowaną (przeciętnie o 0,2%, w tym za granicą – o 1,3%, przy spadku cen turystyki zorganizowanej w kraju – o 0,8%). W listopadzie br. obniżono ceny gazet i czasopism (o 0,5%) oraz sprzętu audiowizualnego, fotograficznego i informatycznego (o 0,1%).

W listopadzie br. opłaty związane z **edukacją** były wyższe niż w poprzednim miesiącu o 0,1%.

Ceny w **restauracjach i hotelach** były wyższe niż w październiku br. o 0,2%.

Spośród **innych towarów i usług**, w listopadzie br. więcej niż w poprzednim miesiącu płacono za artykuły do higieny osobistej i kosmetyki, usługi fryzjerskie, kosmetyczne i pielęgnacyjne, a także w zakresie opieki społecznej (po 0,1%). W porównaniu z październikiem br. potaniały ubezpieczenia (o 0,3%).

Wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie br., w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku, wyniósł 2,5% (w tym usługi wzrosły – o 2,7%, a towary – o 2,5%) i znalazł się na poziomie celu inflacyjnego określonego przez Radę Polityki Pieniężnej (2,5%).



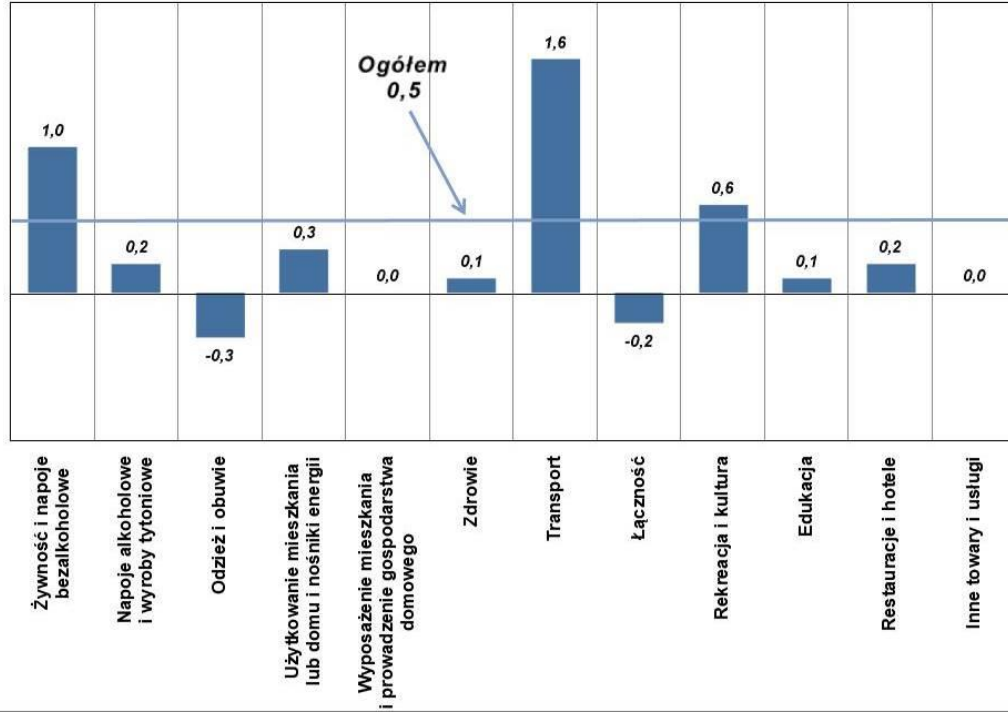
Największy wpływ na ukształtowanie się wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych na tym poziomie miały wyższe ceny żywności (o 6,5%), w zakresie mieszkania (o 2,2%) oraz transportu (o 2,3%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio

o 1,43 p. proc., 0,57 p. proc. i 0,20 p. proc. Niższe ceny odzieży i obuwia (o 4,6%) obniżyły ten wskaźnik o 0,26 p. proc.

Rys. 3.

Zmiany cen grup towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2017 r.

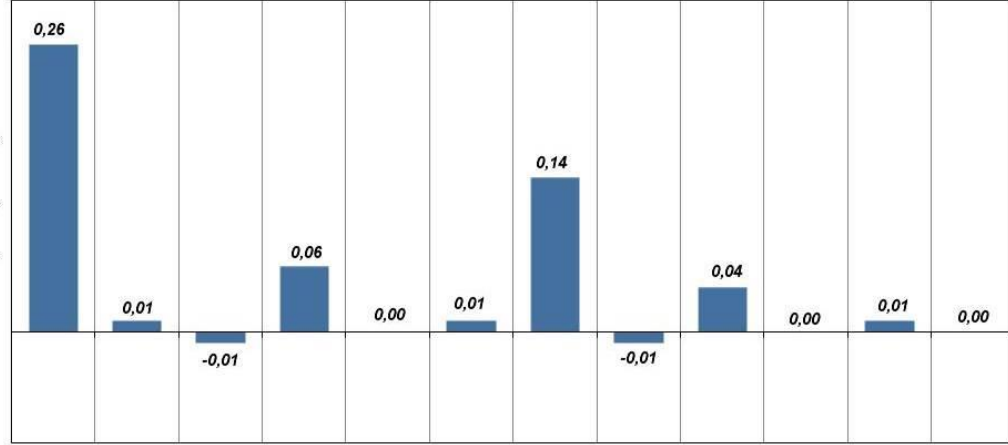
(m/m-1)



%

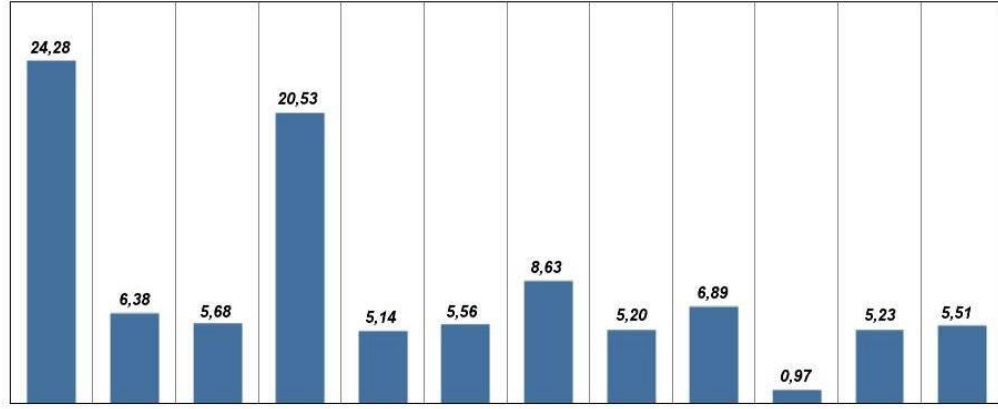
Wpływ zmian cen grup towarów i usług na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w listopadzie 2017 r.

(zmiany m/m-1)



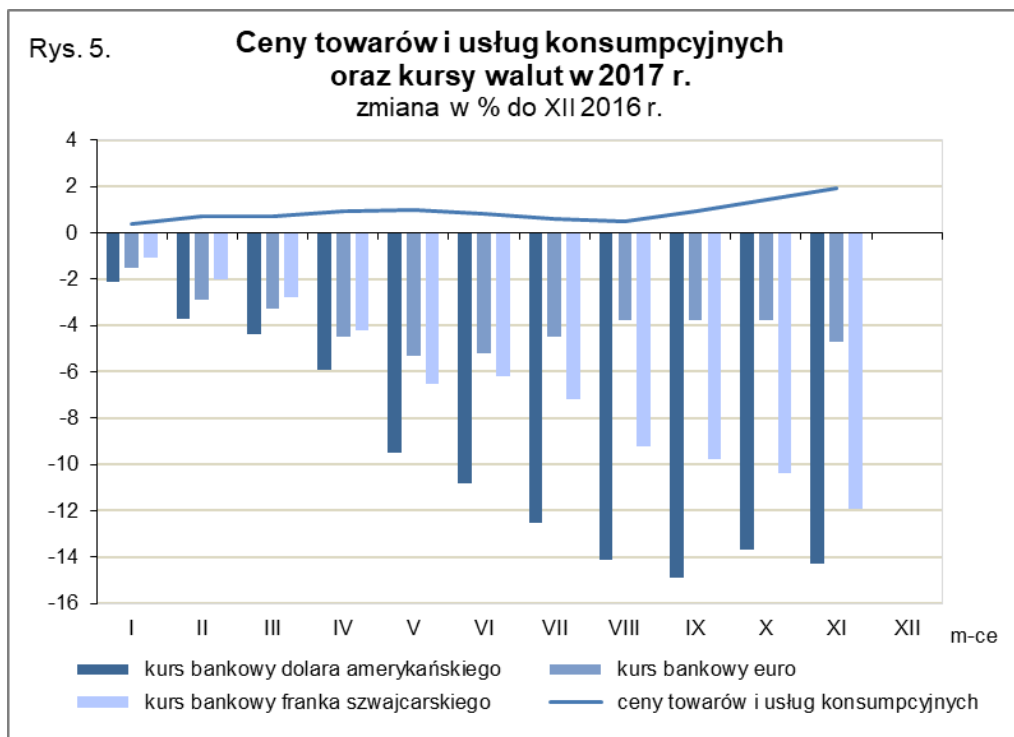
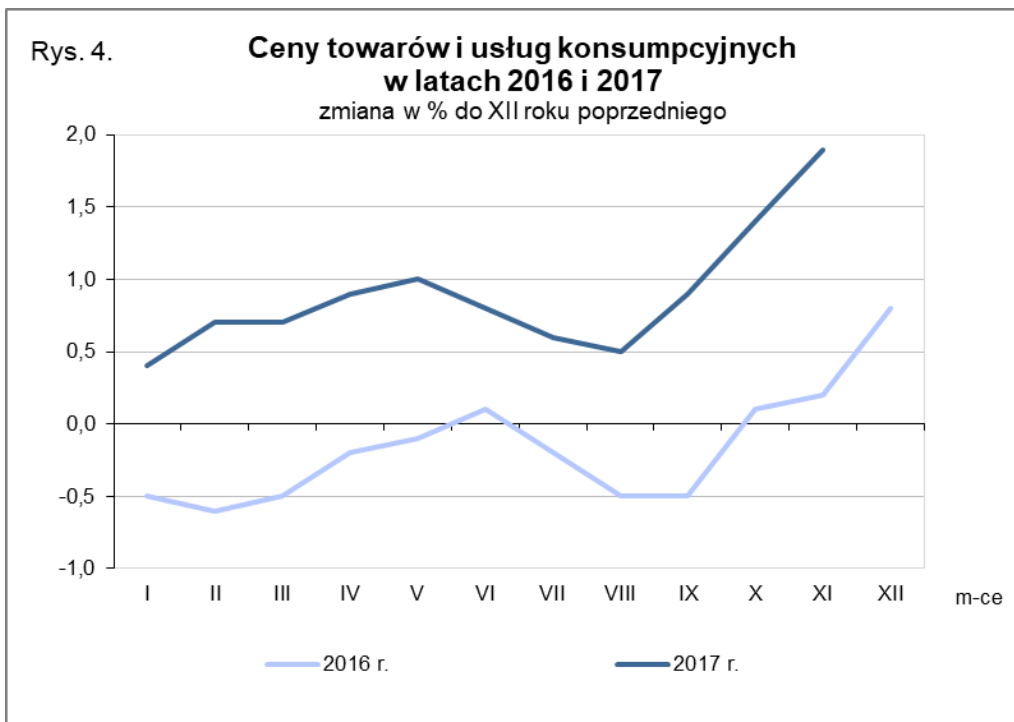
p. proc.

System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2017 r.^a



%

^a Opracowany na podstawie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w 2016 r.



Opracowanie merytoryczne:
Departament Handlu i Usług
Anna Bobel
 Tel: 22 608 3512
 e-mail: a.bobel@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:
Rzecznik Prasowy Prezesa GUS
Karolina Dawidziuk
 Tel: 22 608 3475, 22 608 3009
 e-mail: rzecznik@stat.gov.pl

Więcej na: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/>