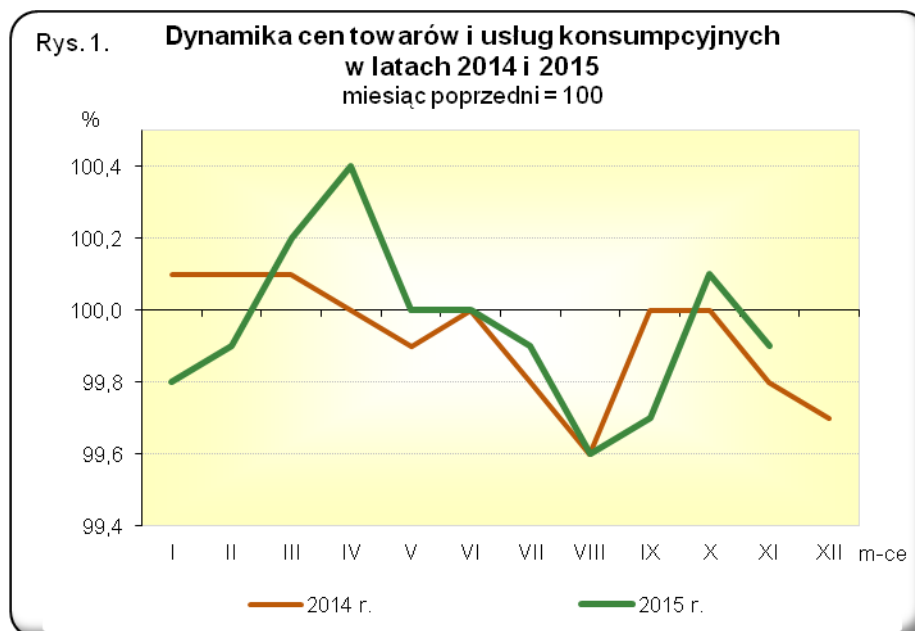




Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2015 r., w stosunku do poprzedniego miesiąca obniżyły się o 0,1% (w tej samej skali zmieniły się ceny zarówno towarów, jak i usług). 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 niższe ceny żywności (o 0,4%) oraz w zakresie rekreacji i kultury (o 0,3%), które obniżyły wskaźnik odpowiednio o 0,08 p. proc. i 0,02 p. proc. Podwyżki opłat związanych z transportem (o 0,3%) oraz mieszkaniem (o 0,1%) podniosły ten wskaźnik po 0,02 p. proc.

Wyszczególnienie	XI 2015			I-XI 2015
	XII 2014= =100	XI 2014= =100	X 2015= =100	I-XI 2014= =100
O G Ó Ł E M	99,6	99,4	99,9	99,0
Żywność, napoje bezalkoholowe i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe	100,2	100,2	99,7	98,8
Żywność i napoje bezalkoholowe	100,0	100,1	99,7	98,2
w tym żywność	100,1	100,2	99,6	98,1
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	100,9	100,9	100,0	101,2
Odzież i obuwie	96,5	95,4	99,7	95,2
Mieszkanie	100,3	100,3	100,1	100,5
Użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii	100,4	100,4	100,1	100,7
w tym nośniki energii	99,4	99,3	100,0	100,1
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	99,8	99,7	100,0	99,7
Zdrowie	102,6	102,6	99,9	101,8
Transport	93,9	91,8	100,3	90,9
w tym paliwa do prywatnych środków transportu	91,6	87,2	101,0	86,3
Łączność	100,9	100,9	99,9	102,0
Rekreacja i kultura	99,4	99,4	99,7	100,9
Edukacja	100,9	100,9	100,0	101,1
Restauracje i hotele	101,2	101,2	100,1	101,3
Inne towary i usługi	100,0	100,1	99,9	99,8



Ceny **żywności** obniżyły się w listopadzie br. w porównaniu z poprzednim miesiącem o 0,4%, wobec wzrostu o 0,4% w październiku br. Najbardziej potaniały owoce (o 2,7%), mąka (o 0,8%) oraz mięso (przeciętnie o 0,6%, w tym mięso drobiowe – o 1,3%, wieprzowe – o 0,9%, wędliny – o 0,4%, przy wzroście cen mięsa wołowego i cielęcego – o 0,3%). Tańsze niż w październiku br. były tłuszcze roślinne (o 0,6%), pieczywo (o 0,4%), a także artykuły w grupie „mleko, sery i jaja” (przeciętnie o 0,2%, w tym mleko – o 1,0%, jogurty, śmietana, napoje i desery mleczne – o 0,3%, przy wzroście cen serów i twarogów – o 0,3% oraz jaj – o 0,1%). Niższe niż w poprzednim miesiącu były ceny cukru (o 0,1%). Ceny makaronów i produktów makaronowych pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. Więcej niż przed miesiącem płacono natomiast za warzywa i czekoladę (po 0,7%) oraz tłuszcze zwierzęce i ryż (po 0,5%). Odnotowano także nieznaczny wzrost cen ryb i owoców morza (o 0,1%). **Napoje bezalkoholowe** potaniały w listopadzie br. przeciętnie o 0,1%. Obniżyły się ceny soków owocowych i warzywnych (o 0,3%) oraz wód mineralnych lub źródlanych (o 0,2%). Ceny kawy pozostały na poziomie obserwowanym przed miesiącem. Więcej niż w październiku br. płacono za herbatę (o 0,4%) oraz kakao i czekoladę w proszku (o 0,1%). Za **wyroby tytoniowe** należało zapłacić o 0,2% więcej, a za **napoje alkoholowe** o 0,2% mniej niż w poprzednim miesiącu.

W listopadzie br., ceny **odzieży i obuwia** ukształtowały się na poziomie odpowiednio o 0,3% i 0,2% niższym niż w poprzednim miesiącu.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** wzrosły w listopadzie br. o 0,1%. Podrożało użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii (o 0,1%). Zanotowano wzrost opłat za zaopatrywanie w wodę i usługi kanalizacyjne (po 0,2%) oraz wywóz śmieci (o 0,1%). Podniesiono opłaty za najem mieszkania (o 0,2%). Ceny nośników energii utrzymały się przeciętnie na poziomie obserwowanym w październiku br. Więcej niż w poprzednim miesiącu konsumenci płacili za gaz i energię ciepłą (po 0,1%). W listopadzie br. ceny towarów i usług w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego pozostały na poziomie obserwowanym przed miesiącem. Więcej niż w październiku br. płacono za środki czyszczące i konserwujące oraz artykuły włókiennicze (po 0,2%), a także usługi związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego (o 0,1%). Potaniały natomiast meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy (o 0,2%) oraz urządzenia gospodarstwa domowego (o 0,1%).

Oplaty związane ze **zdrowieniem** obniżono w listopadzie br. o 0,1%. Odnotowano spadek cen wyrobów farmaceutycznych (o 0,3%). Ceny usług szpitalnych i sanatoryjnych utrzymały się na poziomie obserwowanym w październiku br. Więcej niż w poprzednim miesiącu należało zapłacić za usługi stomatologiczne (o 0,2%), usługi lekarskie oraz urządzenia i sprzęt terapeutyczny (po 0,1%).

Ceny w zakresie **transportu** były wyższe niż w październiku br. o 0,3%, głównie w wyniku wzrostu cen paliw do prywatnych środków transportu (przeciętnie o 1,0%, w tym gazu ciekłego – o 9,7%, oleju napędowego – o 0,9%, przy spadku cen benzyny – o 0,3%). Mniej niż w poprzednim miesiącu płacono natomiast za usługi transportowe (o 1,7%) i samochody osobowe (o 0,7%).

Oplaty związane z **łącznością** obniżono w listopadzie br. o 0,1%. Odnotowano spadek cen usług telekomunikacyjnych (o 0,1%). Sprzęt telekomunikacyjny podrożał natomiast o 1,9%.

Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** w listopadzie br. obniżyły się przeciętnie o 0,3%. Tańsze niż przed miesiącem były gazety i czasopisma (o 2,6%). Nowe cenniki wprowadzane przez operatorów telewizji kablowych i satelitarnych wpłynęły na spadek cen usług związanych z kulturą (o 1,2%). Obniżono ceny w zakresie turystyki zorganizowanej (przeciętnie o 0,4%, w tym w kraju – o 1,0%, przy utrzymujących się na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu cenach turystyki zorganizowanej za granicą). Mniej niż w październiku br. konsumenci płacili również za sprzęt audiowizualny, fotograficzny i informatyczny (o 0,2%). Wzrosły natomiast ceny roślin i kwiatów (o 2,4%) oraz sprzętu sportowego (o 0,9%). Więcej niż w poprzednim miesiącu płacono także za artykuły piśmienne, malarskie, kreślarskie (o 0,3%) i książki (o 0,2%).

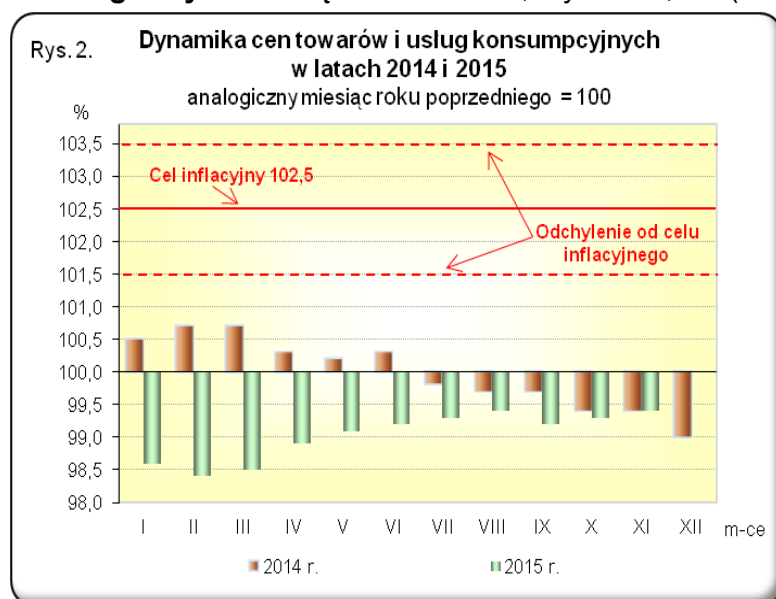
W listopadzie br. opłaty dotyczące **edukacji** utrzymały się na poziomie obserwowanym w październiku br.

Ceny w **restauracjach i hotelach** wzrosły w listopadzie br. o 0,1%.

Spośród **innych towarów i usług**, w listopadzie br. mniej niż w poprzednim miesiącu płacono za środki kosmetyczne i higieniczne (o 0,7%). Ceny w zakresie opieki społecznej utrzymały się przeciętnie na poziomie notowanym w październiku br. Wzrosły natomiast ceny artykułów papierniczo-higienicznych i pozostałych (o 0,4%), a także w zakresie ubezpieczeń oraz usług fryzjerskich, kosmetycznych i pielęgnacyjnych (o 0,1%).

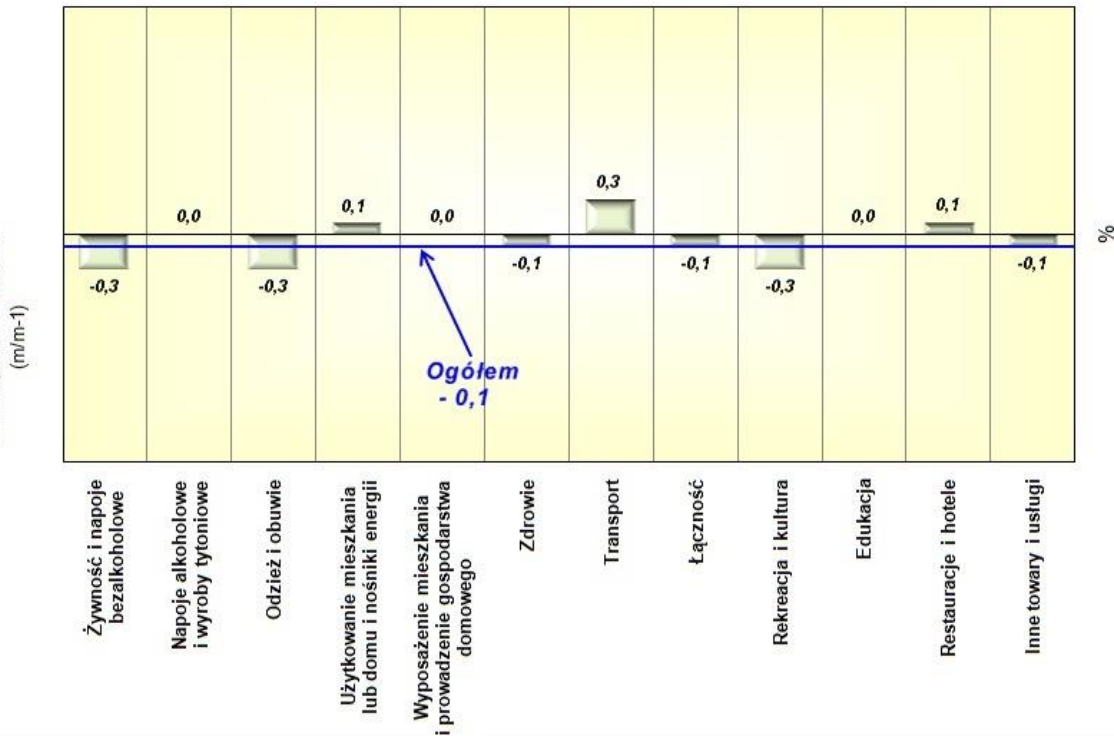
Spadek cen towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie br., w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku, wyniósł 0,6% (w tym towarów – o 1,3%, przy wzroście

cen usług – o 1,2%). Największy wpływ na ukształtowanie się wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych na tym poziomie miały obniżki opłat związanych z transportem (o 8,2%) oraz niższe ceny odzieży i obuwi (o 4,6%), które obniżyły wskaźnik odpowiednio o 0,72 p. proc. i 0,25 p. proc. Wzrosty cen związanych ze zdrowiem (o 2,6%), a także w zakresie restauracji i hoteli (o 1,2%) oraz mieszkania (o 0,3%) podniosły ten wskaźnik odpowiednio o 0,14 p. proc. i po 0,07 p. proc.

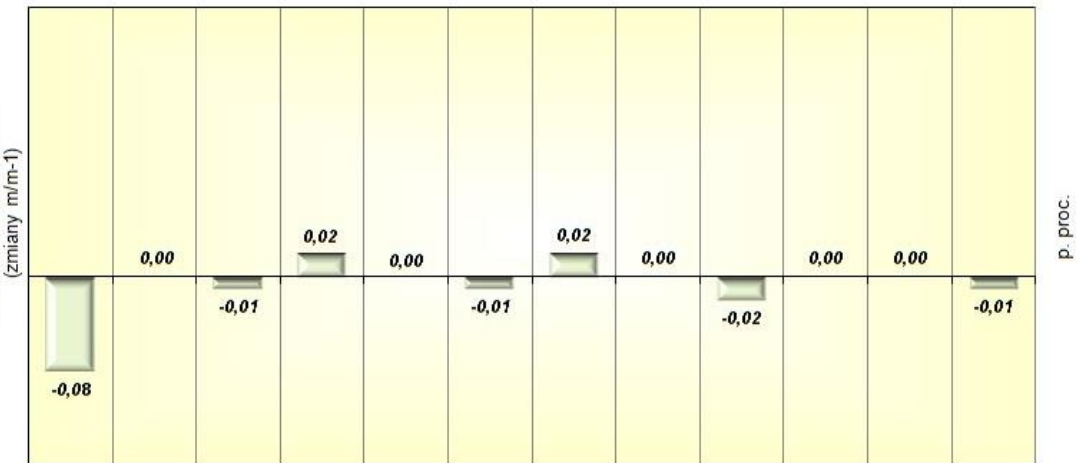


Rys. 3.

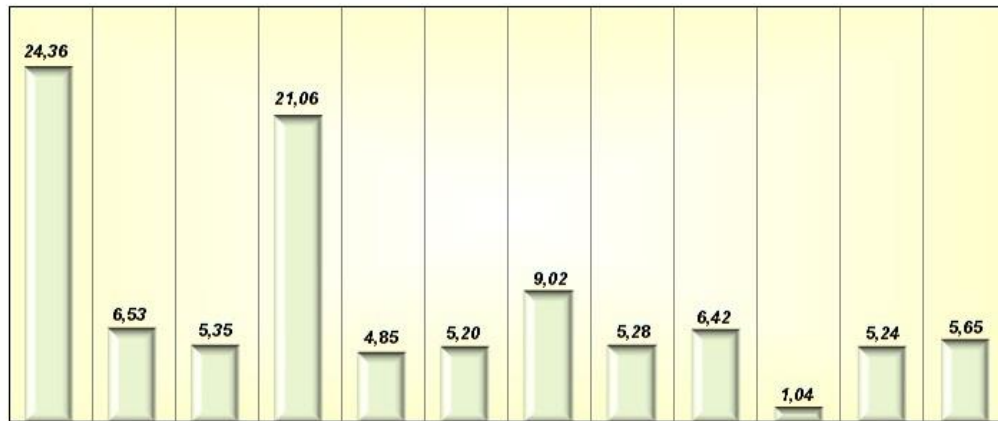
Zmiany cen grup towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2015 r.



Wpływ zmian cen grup towarów i usług na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w listopadzie 2015 r.

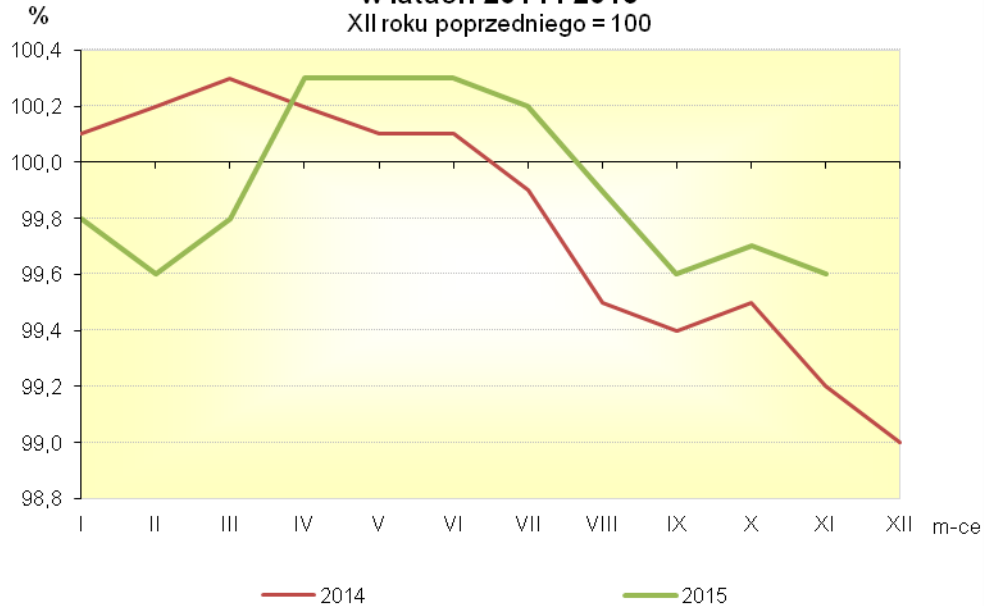


System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2015 r.^a

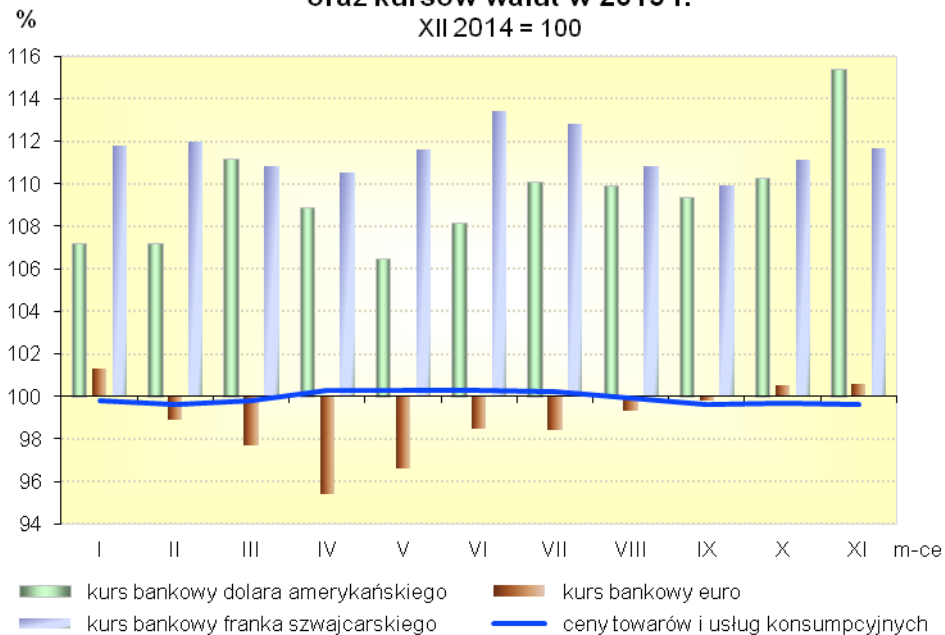


^a Opracowany na podstawie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w 2014 r.

Rys. 4. **Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2014 i 2015**



Rys. 5. **Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych oraz kursów walut w 2015 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
Artur Satora
 Tel: 22 608 3475, 22 608 3009
 e-mail: rzecznik@stat.gov.pl

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