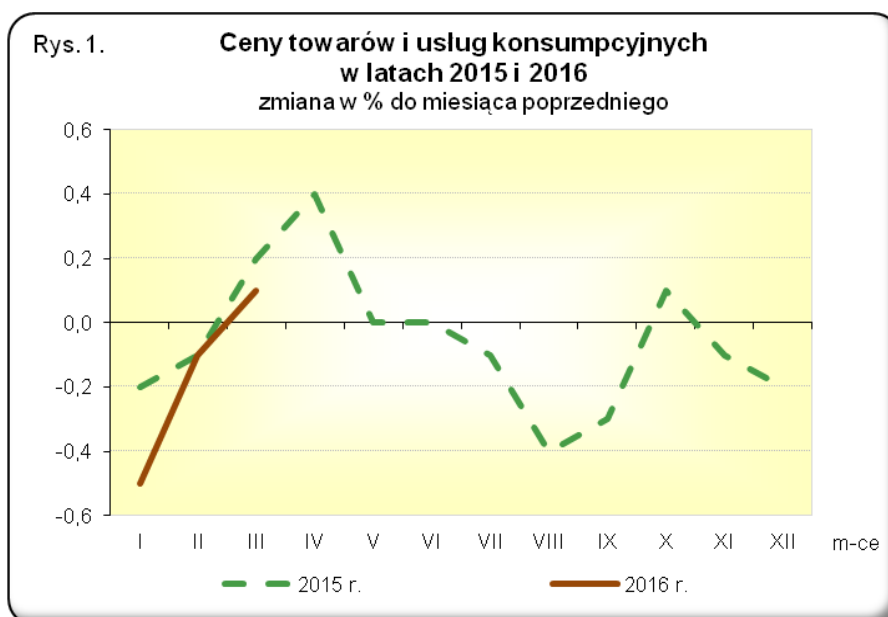




Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w marcu 2016 r., w stosunku do poprzedniego miesiąca, wzrosły o 0,1% (w tym towarów – o 0,3%, przy spadku cen usług – o 0,3%). 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 odzieży i obuwia (o 1,8%), żywności (o 0,4%), a także w zakresie transportu (o 0,8%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio o 0,10 p. proc., 0,09 p. proc. i 0,07 p. proc. Niższe ceny towarów i usług związanych z rekreacją i kulturą (o 1,7%) obniżyły ten wskaźnik o 0,11 p. proc.

Wyszczególnienie	III 2016			I-III 2016
	XII 2015= =100	III 2015= =100	II 2016= =100	I-III 2015= =100
O G Ó Ł E M	99,5	99,1	100,1	99,1
Żywność, napoje bezalkoholowe i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe	101,4	100,7	100,3	100,4
Żywność i napoje bezalkoholowe	101,7	100,8	100,4	100,4
w tym żywność	101,8	100,9	100,4	100,5
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	100,3	100,3	99,9	100,6
Odzież i obuwie	96,4	96,5	101,8	95,8
Mieszkanie	99,5	99,4	99,9	99,4
Użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii	99,4	99,3	100,0	99,4
w tym nośniki energii	98,3	97,3	99,8	97,4
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	99,8	99,4	99,8	99,5
Zdrowie	98,1	99,9	100,0	100,0
Transport	93,9	91,6	100,8	92,6
w tym paliwa do prywatnych środków transportu	91,8	86,6	101,3	88,5
Łączność	100,1	99,7	99,9	99,8
Rekreacja i kultura	99,3	98,0	98,3	98,9
Edukacja	100,1	100,8	100,0	100,8
Restauracje i hotele	100,3	101,2	100,2	101,2
Inne towary i usługi	100,7	100,6	100,2	100,4



Ceny **żywności** w marcu br. w porównaniu z poprzednim miesiącem, podobnie jak w lutym br., wzrosły o 0,4%. Najbardziej podrożały cukier (o 4,3%), owoce (o 2,3%) oraz warzywa (o 1,6%). Więcej niż przed miesiącem konsumenci płacili za ryby i owoce morza (o 1,0%) oraz makarony i produkty makaronowe (o 0,6%). Droższe niż w lutym br. było także mięso (przeciętnie o 0,1%, w tym mięso drobiowe – o 1,4%, cielęce – o 0,3%, wołowe – o 0,1%, przy spadku cen mięsa wieprzowego – o 0,3% i wędlin – o 0,2%). Ceny pieczywa pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. W marcu br. obniżyły się ceny mąki (o 1,5%), masła (o 1,2%) oraz tłuszczów roślinnych (o 0,5%). Mniej niż w lutym br. konsumenci płacili za artykuły w grupie „mleko, sery, jaja” (przeciętnie o 0,2%, w tym za jaja – o 1,1%, mleko – o 0,3%, przy utrzymujących się na poziomie notowanym w lutym br. cenach serów i twarogów oraz wzroście cen jogurtów, śmietany, napojów i deserów mlecznych – o 0,1%). Tańszy niż przed miesiącem był również ryż (o 0,2%). **Napoje bezalkoholowe** potaniały w marcu br. przeciętnie o 0,1%. Tańsze niż przed miesiącem były kakao i czekolada w proszku (o 1,0%), soki owocowe i warzywne (o 0,4%), kawa oraz wody mineralne lub źródlane (po 0,2%). Więcej niż w lutym br. płacono natomiast za herbatę (o 0,8%). Zanotowano nieznaczny spadek cen **napojów alkoholowych** (o 0,1%). Ceny **wyrobów tytoniowych** pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu.

Koniec wyprzedaży kolekcji jesienno-zimowej, a także wprowadzenie na rynek nowej kolekcji wiosenno-letniej spowodowało, iż w marcu br. ceny **odzieży** i **obuwia** ukształtowały się na poziomie odpowiednio o 2,0% i 1,7% wyższym niż w lutym br.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** obniżyły się w marcu br. o 0,1%. Na poziomie zbliżonym do obserwowanego przed miesiącem pozostały opłaty za użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii. Zanotowano wzrost opłat za zaopatrywanie w wodę (o 0,3%), usługi kanalizacyjne (o 0,2%) i wywóz śmieci (o 0,1%). Podniesiono opłaty za najem mieszkania (o 0,2%). Ceny nośników energii były niższe niż w lutym br. (przeciętnie o 0,2%, w tym opał i gaz – po 0,5%, przy utrzymujących się na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu cenach energii elektrycznej oraz wzroście cen energii cieplnej – o 0,1%). W marcu br. ceny towarów i usług w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego obniżyły się o 0,2%. Tańsze niż w lutym br. były środki czyszczące i konserwujące (o 0,4%), artykuły włókiennicze (o 0,2%) oraz meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy (o 0,1%). Ceny urządzeń gospodarstwa domowego pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. Więcej niż

w lutym br. płacono natomiast za usługi związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego (o 0,2%).

W marcu br. opłaty związane ze **zdrowiem** utrzymały się przeciętnie na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. Więcej należało zapłacić za usługi lekarskie (o 0,3%), stomatologiczne oraz urządzenia i sprzęt terapeutyczny (po 0,1%). Usługi szpitalne utrzymały się na poziomie obserwowanym w lutym br. Potaniały usługi sanatoryjne (o 2,8%), a także wyroby farmaceutyczne (o 0,1%).

Po obserwowanych od grudnia 2015 r. spadkach, w marcu br. wzrosły ceny w zakresie **transportu** (o 0,8%), głównie w wyniku podwyżek cen paliw do prywatnych środków transportu (przeciętnie o 1,3%, w tym oleju napędowego – o 3,7%, benzyny – o 1,1%, przy spadku cen gazu ciekłego – o 5,1%). W marcu br. odnotowano również wzrost opłat za usługi transportowe (o 1,1%). Mniej niż w poprzednim miesiącu płacono za samochody osobowe (o 0,2%).

Opłaty związane z **łącznością** obniżono w marcu br. o 0,1%. Odnotowano spadek cen sprzętu telekomunikacyjnego (o 0,8%) i usług telekomunikacyjnych (o 0,1%). Wprowadzenie nowych cenników wpłynęło natomiast na wzrost cen usług pocztowych (o 3,4%).

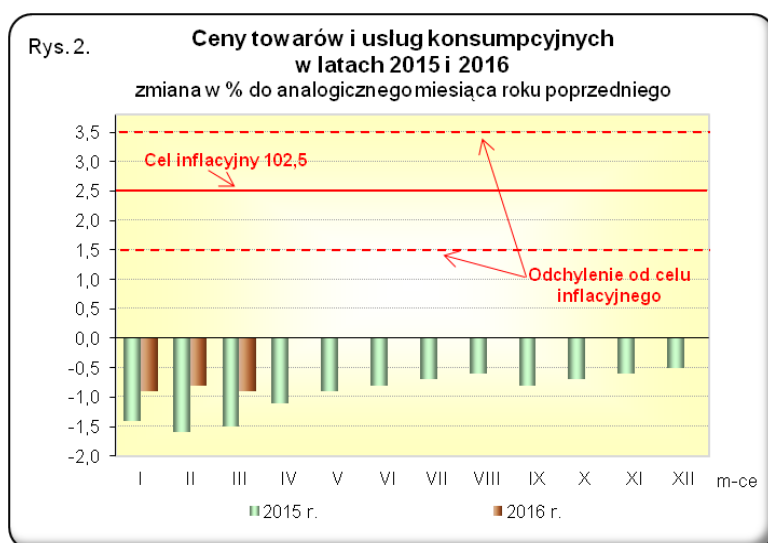
Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** w marcu br. obniżyły się przeciętnie o 1,7%. Nowe cenniki wprowadzane przez operatorów telewizji kablowych i satelitarnych wpłynęły na spadek cen usług związanych z kulturą (o 8,2%). Obniżono ceny w zakresie turystyki zorganizowanej (przeciętnie o 0,4%, w tym w kraju – o 0,5%, a za granicą – o 0,2%). Mniej niż w lutym br. konsumenci płacili także za sprzęt audiowizualny, fotograficzny i informatyczny (o 0,4%). Wzrosły ceny gazet i czasopism (o 2,8%), usług związanych z rekreacją i sportem (o 0,6%), artykułów piśmiennych, malarskich, kreślarskich (o 0,3%) oraz książek (o 0,2%).

W marcu br. opłaty dotyczące **edukacji** pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu.

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

Spośród **innych towarów i usług**, w marcu br. więcej niż w poprzednim miesiącu płacono za ubezpieczenia (o 0,4%), środki kosmetyczne i higieniczne oraz usługi fryzjerskie, kosmetyczne i pielęgnacyjne (po 0,2%), a także opiekę społeczną (o 0,1%). Potaniały natomiast artykuły papierniczo-higieniczne i pozostałe (o 0,6%).

Spadek cen towarów i usług konsumpcyjnych w marcu br., w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku, wyniósł 0,9% (w tym towarów – o 1,6%, przy wzroście cen usług – o 0,8%).

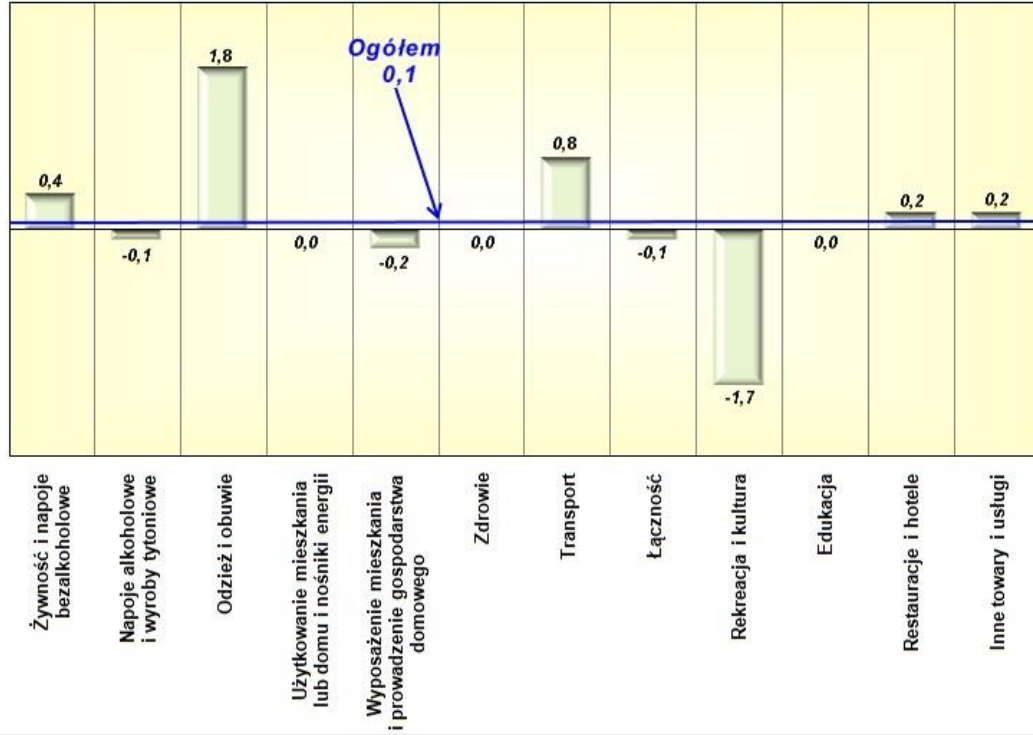


Największy wpływ na ukształtowanie się wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych na tym poziomie miały obniżki opłat związanych z transportem (o 8,4%), niższe ceny odzieży i obuwia (o 3,5%) oraz w zakresie mieszkania (o 0,6%), które obniżyły wskaźnik odpowiednio o 0,73 p. proc., 0,19 p. proc. i 0,17 p. proc. Wzrosty cen żywności (o 0,9%), a także w zakresie restauracji i hoteli (o 1,2%) podniosły ten wskaźnik odpowiednio o 0,20 p. proc. i 0,06 p. proc.

Rys. 3.

Zmiany cen grup towarów i usług konsumpcyjnych w marcu 2016 r.

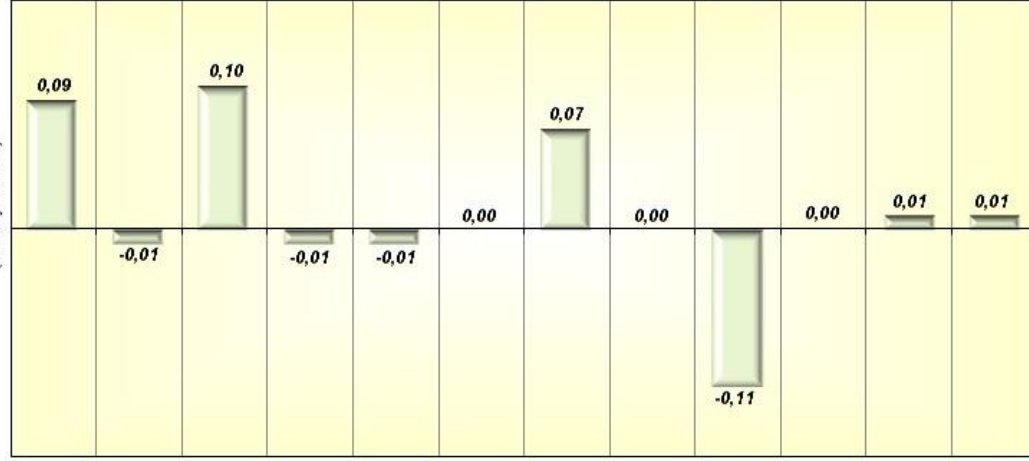
(m/m-1)



%

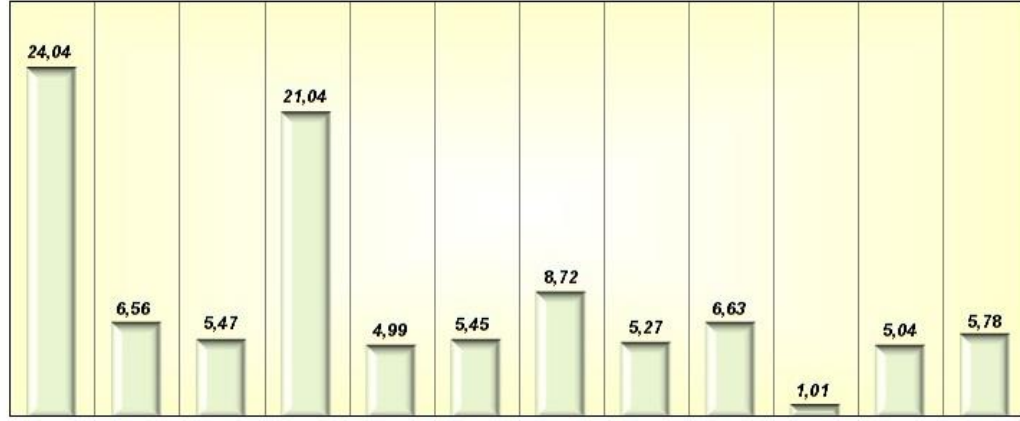
Wpływ zmian cen grup towarów i usług na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w marcu 2016 r.

(zmiany m/m-1)



p. proc.

System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2016 r.^a



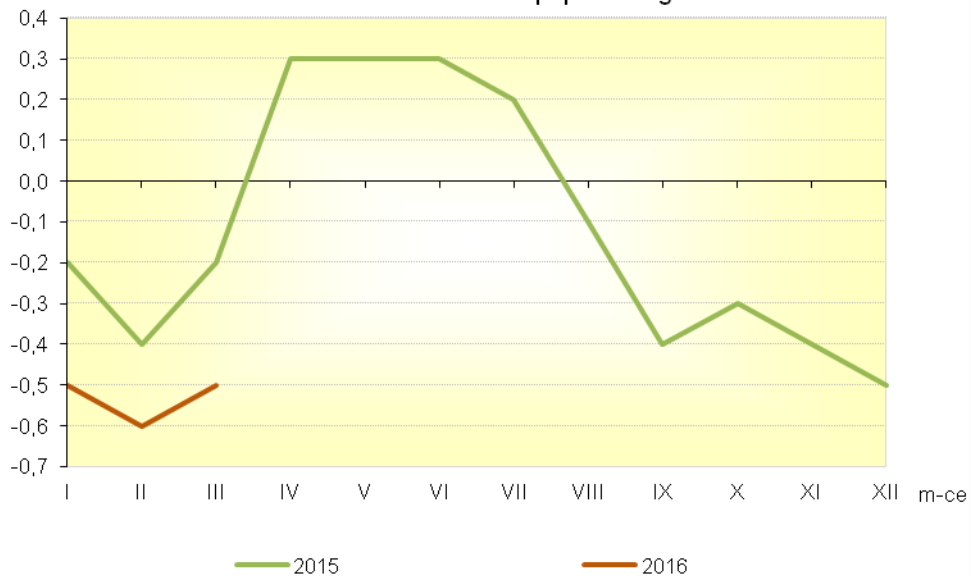
%

^a Opracowany na podstawie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w 2015 r.

Rys. 4.

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2015 i 2016

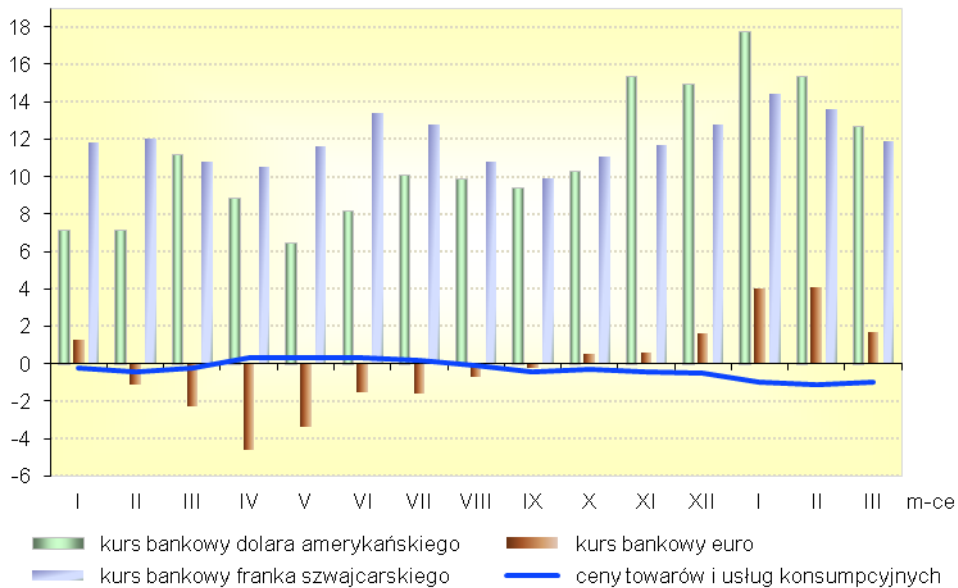
zmiana w % do XII roku poprzedniego



Rys. 5.

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych oraz kursów walut w latach 2015 i 2016

zmiana w % do XII 2014 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/>