

Warszawa, 2009.12.15

Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2009 r.

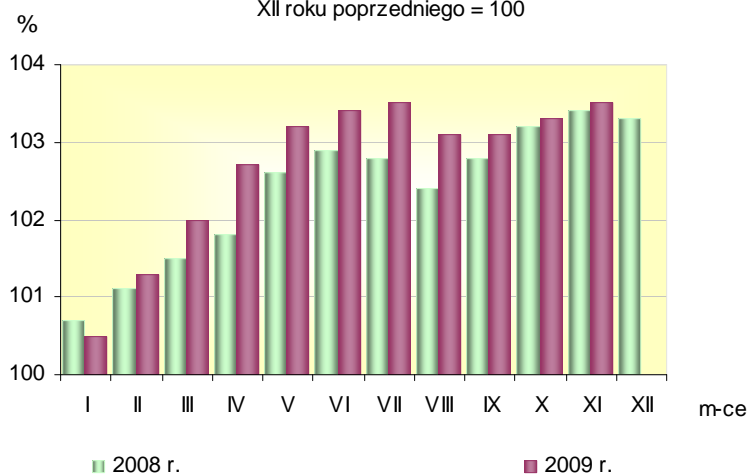
W listopadzie 2009 r. **ceny towarów i usług konsumpcyjnych** wzrosły przeciętnie o 0,3%. W poszczególnych grupach towarów i usług konsumpcyjnych odnotowano zróżnicowaną dynamikę cen. Największy wpływ na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem miały w tym okresie podwyżki cen żywności (o 0,7%), a także opłat związanych z transportem (o 0,9%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio o 0,16 pkt proc. i 0,09 pkt proc. Spadek opłat w zakresie łączności (o 0,4%), a także rekreacji i kultury (o 0,1%) obniżył ten wskaźnik odpowiednio o 0,02 pkt proc. i 0,01 pkt proc.

W okresie styczeń – listopad br. ceny towarów i usług konsumpcyjnych wzrosły o 3,5%.

Rys. 1.

Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2008-2009

XII roku poprzedniego = 100



Podniesiono ceny napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 8,0%), opłaty związane z transportem (o 7,6%) oraz z mieszkaniem (o 4,9%). Odnotowano natomiast spadek cen odzieży i obuwia (o 5,6%).

Wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych w skali roku był wyższy niż w październiku br. (3,3% wobec 3,1%) i nadal pozostał poniżej górnej granicy odchyłeń

od celu inflacyjnego, określonego przez Radę Polityki Pieniężnej na poziomie 2,5%. Największy wpływ na ukształtowanie się wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych na tym poziomie miały podwyżki opłat związanych z mieszkaniem (o 5,0%) oraz wzrost cen żywności i napojów bezalkoholowych (o 3,4%), które podniosły ten wskaźnik odpowiednio o 1,25 pkt proc. i 0,84 pkt proc. Dynamika cen odzieży i obuwia oraz spadek cen w zakresie łączności obniżyły wskaźnik w tym okresie odpowiednio o 0,33 pkt proc. i 0,03 pkt proc.

Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Wyszczególnienie	XI 2009			I-XI 2009
	XII 2008= =100	XI 2008= =100	X 2009= =100	I-XI 2008= =100
O G Ó Ł E M	103,5	103,3	100,3	103,5
Żywność, napoje bezalkoholowe i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe ..	103,9	104,4	100,6	105,1
Żywność i napoje bezalkoholowe	102,9	103,4	100,7	104,1
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	108,0	108,3	100,1	109,5
Odzież i obuwie	94,4	93,8	100,0	92,5
Mieszkanie	104,9	105,0	100,1	107,4
Użytkowanie mieszkania i nośniki energii	105,6	105,8	100,1	108,8
w tym nośniki energii	105,7	105,9	100,1	110,9
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	102,0	102,0	100,1	102,0
Zdrowie	103,1	103,3	100,1	103,1
Transport	107,6	103,0	100,9	96,8
w tym paliwa do prywatnych środków transportu	114,0	103,7	102,4	91,6
Łączność	99,4	99,3	99,6	99,7
Rekreacja i kultura	102,5	102,8	99,9	102,2
Edukacja	102,7	102,8	100,1	103,5
Restauracje i hotele	104,0	104,4	100,2	105,1
Inne towary i usługi	103,2	103,5	100,1	102,5

Listopad br. to drugi z kolei miesiąc, w którym wzrosły ceny **żywności** (o 0,7%). W związku ze znacznym wzrostem cen na rynkach światowych, a także sezonowym spadkiem podaży mleka i wzrostem jego cen w skupie, najbardziej podrożało masło (o 9,1%). Więcej niż w poprzednim miesiącu należało zapłacić za warzywa (o 7,5%) i owoce (o 3,3%). Zdrożały artykuły w grupie „mleko, sery i jaja” (o 0,6%, w tym jaja – o 1,6%, a w konsekwencji spadku produkcji, sery dojrzewające i topione – o 1,3%). Droższa była czekolada (o 0,4%) oraz pieczywo (o 0,3%). Utrzymał się obserwowany od lipca br. spadek cen drobiu, za który konsumenci płacili o 3,6% mniej niż w październiku br., będący wynikiem m.in. wysokiego skupu żywca. Od maja br. notuje się obniżanie cen cukru, za który w listopadzie br. należało zapłacić o 3,5% mniej niż w poprzednim miesiącu. Z uwagi na wysoką podaż tańszego mięsa z importu, nadal taniało mięso wieprzowe (o 1,7%). Wzrost produkcji przełożył się na dalszy spadek cen mąki (o 0,8%). Tańszy niż przed miesiącem był ryż (o 0,5%). Ceny **napojów bezalkoholowych** wzrosły przeciętnie o 0,1%, w tym herbaty – o 0,2%, a soków – o 0,1%. Ceny wód mineralnych lub źródlanych obniżyły się o 0,2%, a

kawy – o 0,1%. Za **wyroby tytoniowe** należało zapłacić o 0,2% więcej niż w poprzednim miesiącu. Podobnie jak przed miesiącem, zanotowano niewielki wzrost cen **napojów alkoholowych** (o 0,1%).

Ceny **odzieży** oraz **obuwia** utrzymały się na poziomie zbliżonym do zanotowanego w październiku br.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** wzrosły o 0,1%. W niewielkiej skali podrożało użytkowanie mieszkania (o 0,1%). Nieznacznie więcej płacono za zaopatrywanie w wodę i usługi kanalizacyjne (po 0,1%). Opłaty za wywóz nieczystości (śmieci) utrzymały się na poziomie zanotowanym w październiku br. W listopadzie br. opłaty za najem mieszkania podniesiono o 0,1%. Ceny nośników energii wzrosły przeciętnie o 0,1%. Energia ciepła podrożała o 0,4%. W listopadzie br. ceny towarów i usług w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego wzrosły przeciętnie o 0,1%. Więcej niż w październiku należało zapłacić za środki do prania i czyszczenia (o 0,3%). Tańszy był sprzęt gospodarstwa domowego (o 0,2%).

Opłaty związane ze **zdrowiem** podniesiono w listopadzie br. o 0,1%. Więcej należało zapłacić za usługi stomatologiczne (o 0,4%) i lekarskie (0,2%). Nieznacznie wzrosły ceny artykułów farmaceutycznych (o 0,1%).

Po obniżkach utrzymujących się od sierpnia br., w listopadzie ceny w zakresie **transportu** wzrosły o 0,9%. Odnotowano podwyżkę cen paliw do prywatnych środków transportu (o 2,4%). Najbardziej wzrosły ceny gazu ciekłego – o 6,7% oraz oleju napędowego – o 3,8%. W mniejszej skali podniesiono ceny benzyn silnikowych – o 1,4%. Samochody osobowe sprzedawano po cenach o 0,5% niższych niż w październiku br.

Opłaty związane z **łącznością** obniżyły się przeciętnie o 0,4%. W wyniku wprowadzenia nowego cennika usług na połączenia pomiędzy operatorami stacjonarnymi a komórkowymi, obniżyły się opłaty za telefon stacjonarny (o 1,1%). Mniej niż w październiku br. płacono za sprzęt telekomunikacyjny (o 0,7%).

Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** obniżyły się o 0,1%. Odnotowano dalsze obniżki cen w zakresie turystyki zorganizowanej (o 1,7%), w tym za granicą – o 2,6%, a w kraju – o 1,3%. Potaniał sprzęt audiowizualny, fotograficzny i informatyczny (o 0,7%). Więcej niż przed miesiącem należało zapłacić za książki (o 1,0%).

W listopadzie br. opłaty dotyczące **edukacji** wzrosły przeciętnie o 0,1%.

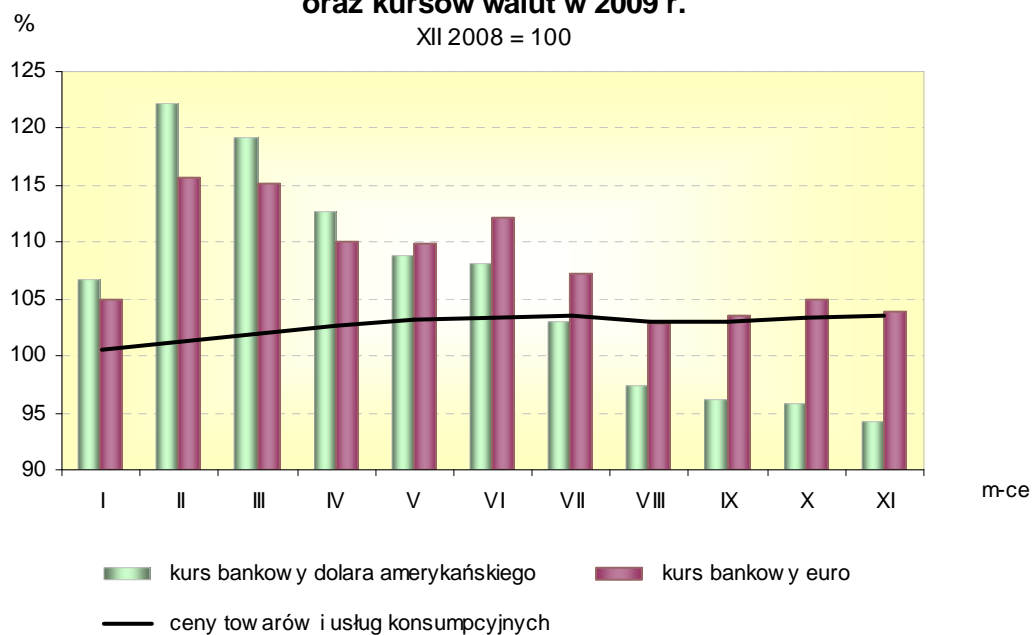
Ceny w **restauracjach i hotelach** były wyższe niż w październiku br. o 0,2%.

Spośród **innych towarów i usług**, w listopadzie br. wzrosły ceny środków do higieny osobistej oraz usług świadczonych w salonach fryzjerskich, kosmetycznych i zakładach pielęgnacyjnych (po 0,2%). Odnotowano spadek cen w zakresie ubezpieczeń (o 0,3%).

Rys. 2.

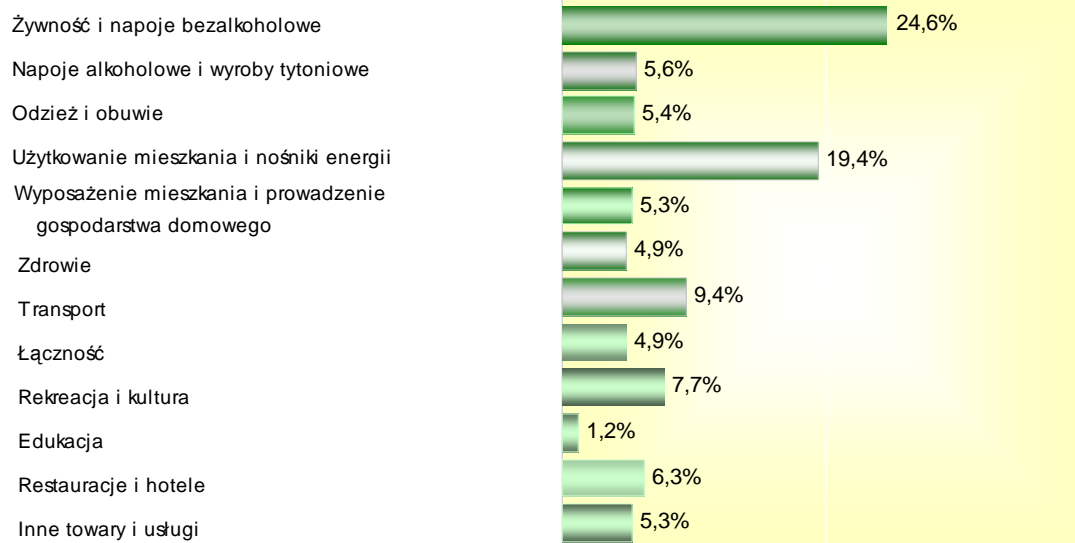
Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych oraz kursów walut w 2009 r.

XII 2008 = 100



Rys. 3.

System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2009 r.^a



^a Opracowany na podstawie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w 2008 r.