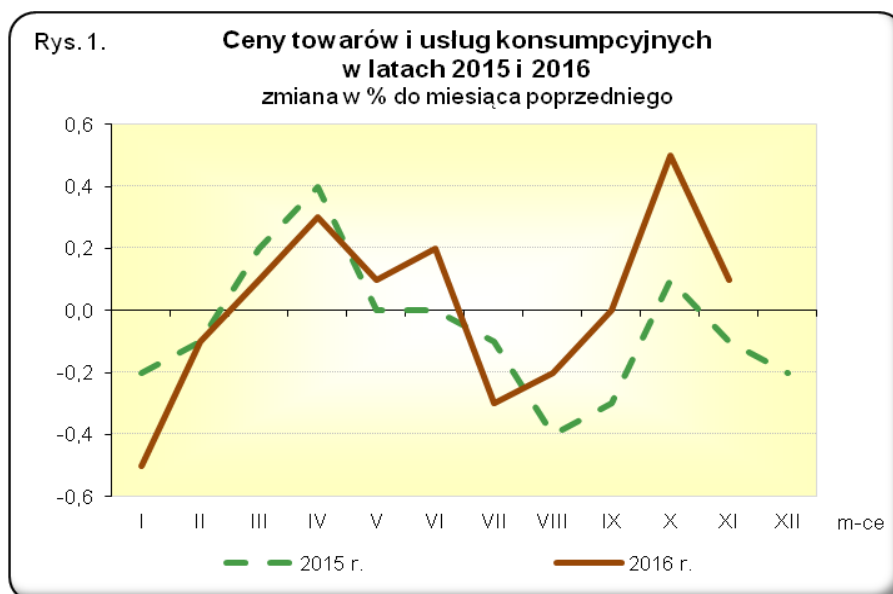




## Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2016 r., w stosunku do poprzedniego miesiąca, wzrosły o 0,1% (w tym towarów – o 0,1%, przy utrzymujących się na poziomie obserwowanym w październiku br. cenach 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 wyższe ceny żywności (o 0,5%) oraz w zakresie rekreacji i kultury (o 0,3%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio o 0,11 p. proc. i 0,02 p. proc. Niższe ceny w zakresie transportu (o 0,4%) oraz odzieży i obuwia (o 0,3%) obniżyły ten wskaźnik o 0,03 p. proc. i 0,02 p. proc.

Wyszczególnienie	XI 2016			I-XI 2016
	XII 2015= =100	XI 2015= =100	X 2016= =100	I-XI 2015= =100
<b>O G Ó Ł E M</b> .....	<b>100,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,1</b>	<b>99,3</b>
<b>Żywność, napoje bezalkoholowe i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe</b> .....	<b>101,2</b>	<b>101,1</b>	<b>100,4</b>	<b>100,7</b>
Żywność i napoje bezalkoholowe .....	101,3	101,2	100,4	100,7
w tym żywność .....	101,4	101,3	100,5	100,8
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe .....	101,0	100,9	100,1	100,6
<b>Odzież i obuwie</b> .....	<b>96,4</b>	<b>95,3</b>	<b>99,7</b>	<b>95,6</b>
<b>Mieszkanie</b> .....	<b>99,8</b>	<b>99,7</b>	<b>100,0</b>	<b>99,4</b>
Użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii .....	99,7	99,6	100,1	99,3
w tym nośniki energii .....	98,1	98,0	100,1	97,3
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego .....	100,2	100,0	99,6	99,9
<b>Zdrowie</b> .....	<b>98,2</b>	<b>98,2</b>	<b>100,2</b>	<b>99,3</b>
<b>Transport</b> .....	<b>100,0</b>	<b>99,8</b>	<b>99,6</b>	<b>94,6</b>
w tym paliwa do prywatnych środków transportu .....	103,4	100,7	99,9	92,0
<b>Łączność</b> .....	<b>99,3</b>	<b>99,3</b>	<b>100,0</b>	<b>99,2</b>
<b>Rekreacja i kultura</b> .....	<b>99,0</b>	<b>98,8</b>	<b>100,3</b>	<b>98,0</b>
<b>Edukacja</b> .....	<b>100,7</b>	<b>100,7</b>	<b>100,0</b>	<b>100,8</b>
<b>Restauracje i hotele</b> .....	<b>101,5</b>	<b>101,6</b>	<b>100,0</b>	<b>101,4</b>
<b>Inne towary i usługi</b> .....	<b>102,9</b>	<b>103,0</b>	<b>100,5</b>	<b>101,5</b>



Ceny **żywności** w listopadzie br. w porównaniu z poprzednim miesiącem, podobnie jak w październiku br., wzrosły o 0,5%. Najbardziej podrożały tłuszcze zwierzęce (o 3,6%), głównie w wyniku wzrostu cen masła (o 3,8%). Więcej niż w poprzednim miesiącu konsumenci płacili za warzywa (o 2,8%), ryż (o 1,0%) oraz artykuły w grupie „mleko, sery, jaja” (przeciętnie o 0,8%, w tym jaja – o 1,4%, sery i twarogi – o 1,2%, mleko – o 0,5%, a jogurty, śmietany, napoje i desery mleczne – o 0,2%). Droższe niż w październiku br. były ryby i owoce morza (o 0,8%), tłuszcze roślinne oraz makarony i produkty makaronowe (po 0,4%), a także pieczywo i czekolada (po 0,3%). Nieznacznie więcej niż w poprzednim miesiącu płacono za mięso (przeciętnie o 0,1%, w tym wędliny – o 0,5%, mięso wołowe i cielęce – o 0,2%, przy spadku cen mięsa drobiowego – o 0,9% i mięsa wieprzowego – o 0,3%). Ceny cukru pozostały na poziomie notowanym w październiku br. Mniej niż przed miesiącem płacono natomiast za owoce (o 1,2%), dżemy, marmolady i miód (o 0,9%) oraz mąkę (o 0,5%). Ceny **napojów bezalkoholowych** w porównaniu z poprzednim miesiącem spadły o 0,2%. W listopadzie br. obniżyły się ceny soków warzywnych i owocowo-warzywnych (o 0,7%), wód mineralnych lub źródlanych (o 0,6%) oraz kawy (o 0,1%). Ceny herbaty utrzymały się na poziomie notowanym przed miesiącem. Więcej niż w październiku br. płacono natomiast za soki owocowe (o 1,6%), a także kakao i czekoladę w proszku (o 0,1%). W porównaniu z poprzednim miesiącem zanotowano nieznaczny wzrost cen **napojów alkoholowych** oraz **wyrobów tytoniowych** (po 0,1%).

W listopadzie br., ceny **odzieży** i **obuwia** ukształtowały się na poziomie odpowiednio o 0,4% i 0,1% niższym niż w poprzednim miesiącu.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** w listopadzie br. utrzymały się na poziomie notowanym w październiku br. Nieznacznie podrożało użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii (o 0,1%). Zanotowano wzrost opłat za usługi kanalizacyjne (o 0,1%). Opłaty za zaopatrywanie w wodę i 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 0,1%, w tym gaz – o 0,4%, opał – o 0,3%, przy utrzymujących się na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu cenach energii elektrycznej oraz energii ciepłej). W listopadzie br. ceny towarów i usług w zakresie

wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego spadły o 0,4%. Tańsze niż w październiku br. były meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy (o 1,3%), urządzenia gospodarstwa domowego (o 0,3%) oraz środki czyszczące i konserwujące (o 0,2%). Ceny artykułów włókienniczych pozostały na poziomie notowanym przed miesiącem. Nieznacznie więcej niż w październiku br. płacono za usługi związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego (o 0,1%).

Oplaty związane ze **zdrowiem** podniesiono w listopadzie br. o 0,2%. Odnotowano wzrost cen wyrobów farmaceutycznych (o 0,3%). Więcej niż w październiku br. płacono za usługi stomatologiczne, lekarskie oraz szpitalne i sanatoryjne (po 0,1%). Mniej niż w poprzednim miesiącu należało zapłacić za urządzenia i sprzęt terapeutyczny (o 0,1%).

Ceny w zakresie **transportu** były niższe niż w październiku br. o 0,4%. W listopadzie br. spadły ceny usług transportowych (o 2,4%), a także samochodów osobowych (o 0,7%). Nieznacznie mniej niż przed miesiącem płacono za paliwa do prywatnych środków transportu (przeciętnie o 0,1%, w tym za benzyny – o 0,8% i olej napędowy – o 0,3%, przy wzroście cen gazu ciekłego – o 4,6%).

Oplaty związane z **łącznością** pozostały na poziomie zbliżonym do obserwowanego w październiku br. Sprzęt telekomunikacyjny potaniał o 0,7%.

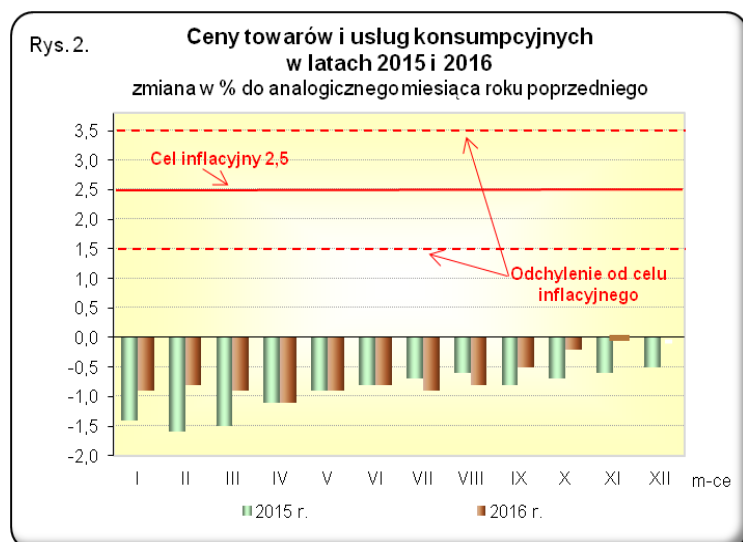
Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** w listopadzie br. wzrosły o 0,3%. Więcej niż w październiku br. konsumenci płacili za gazety i czasopisma (o 2,5%). Wzrosły ceny w zakresie turystyki zorganizowanej (przeciętnie o 0,4%, w tym za granicą – o 1,0%, przy spadku cen turystyki zorganizowanej w kraju – o 0,3%). Nieznacznie więcej niż w październiku br. płacono za usługi związane z rekreacją i sportem oraz artykuły piśmienne, malarskie, kreślarskie (po 0,1%). Ceny sprzętu audiowizualnego, fotograficznego i informatycznego oraz książek pozostały na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu. W listopadzie br. obniżono ceny usług związanych z kulturą (o 0,2%).

Oplaty dotyczące **edukacji** oraz ceny w **restauracjach i hotelach** pozostały na poziomie obserwowanym w październiku br.

Spośród **innych towarów i usług**, w listopadzie br. więcej niż w poprzednim miesiącu płacono za ubezpieczenia (o 1,4%), środki kosmetyczne i higieniczne (o 0,4%), a także usługi fryzjerskie, kosmetyczne i pielęgnacyjne (o 0,1%).

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie br., w porównaniu

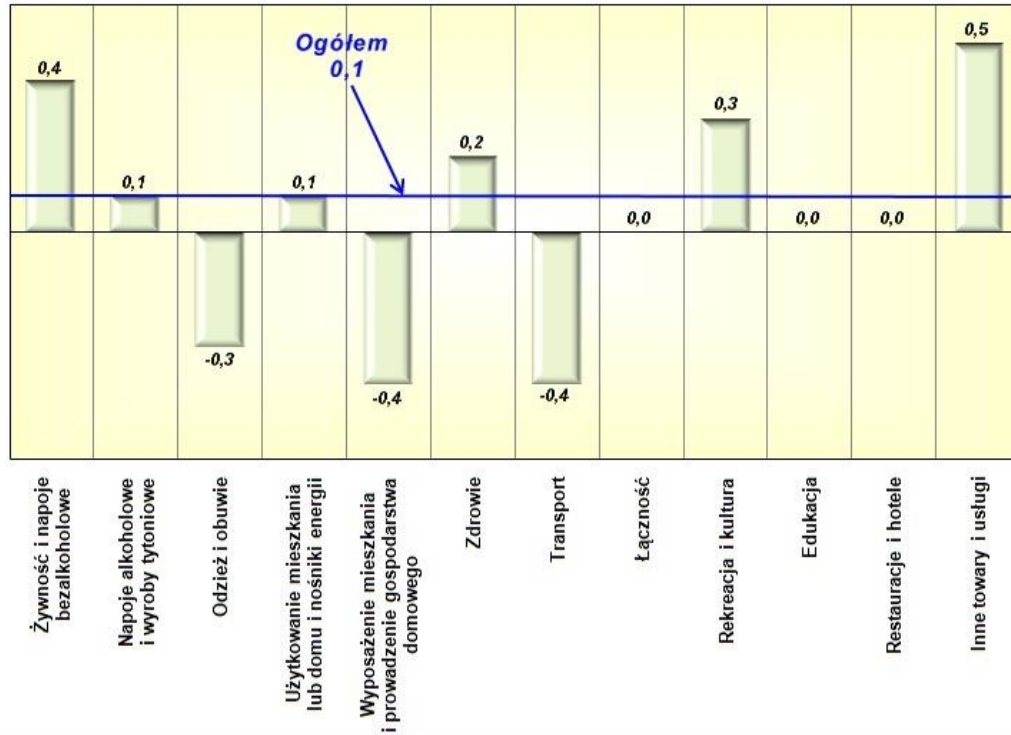
**z analogicznym miesiącem ub. roku**, utrzymały się na tym samym poziomie (przy czym towary potaniały o 0,4%, przy wzroście cen usług – o 1,1%). Największy wpływ na ukształtowanie się wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych na tym poziomie miały wyższe ceny żywności (o 1,3%), które podniosły wskaźnik o 0,28 p. proc. Niższe ceny odzieży i obuwia (o 4,7%) obniżyły ten wskaźnik o 0,26 p. proc.



Rys. 3.

### Zmiany cen grup towarów i usług konsumpcyjnych w listopadzie 2016 r.

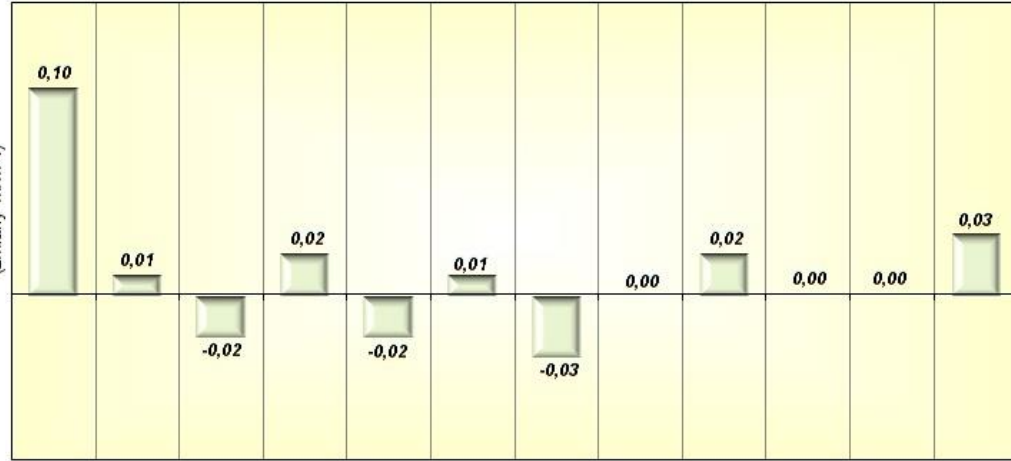
(m/m-1)



%

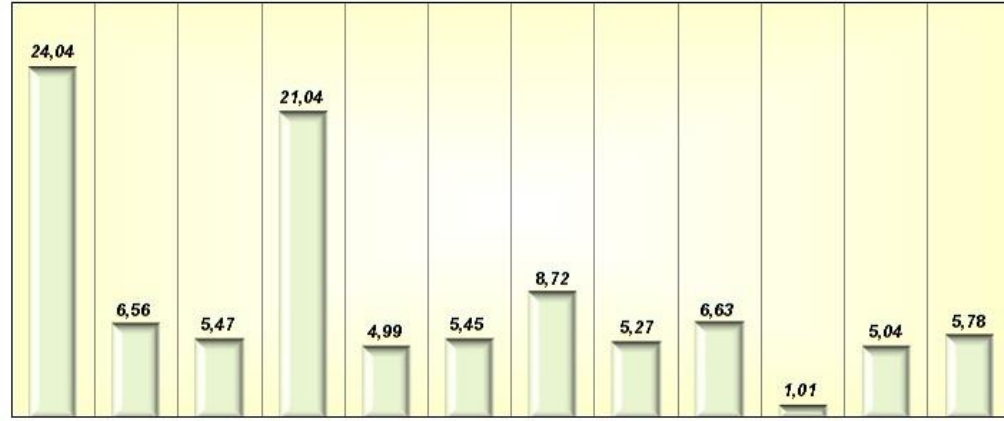
### Wpływ zmian cen grup towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w listopadzie 2016 r.

(zmiany m/m-1)



p. proc.

### System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2016 r.<sup>a</sup>



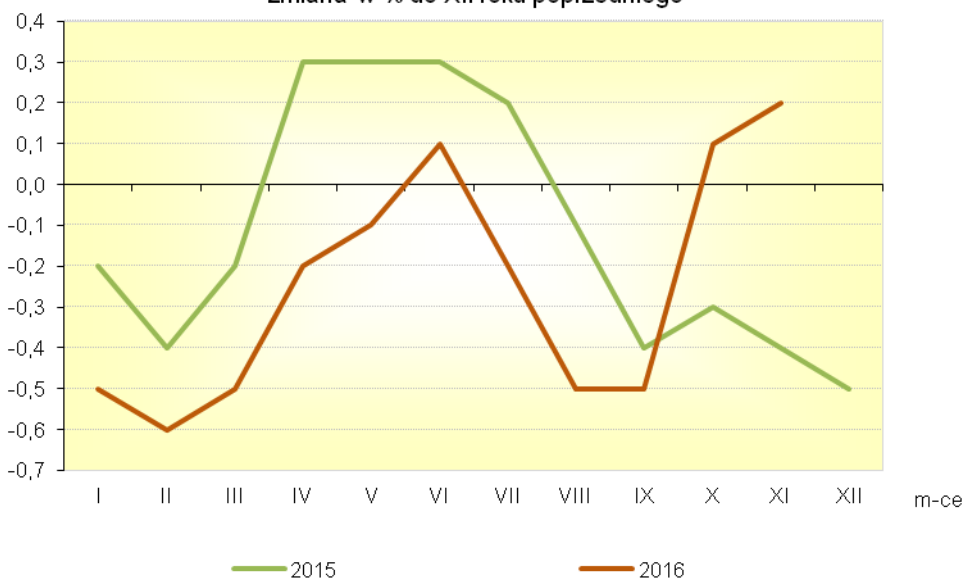
%

<sup>a</sup> Opracowany na podstawie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w 2015 r.

Rys. 4.

### Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2015 i 2016

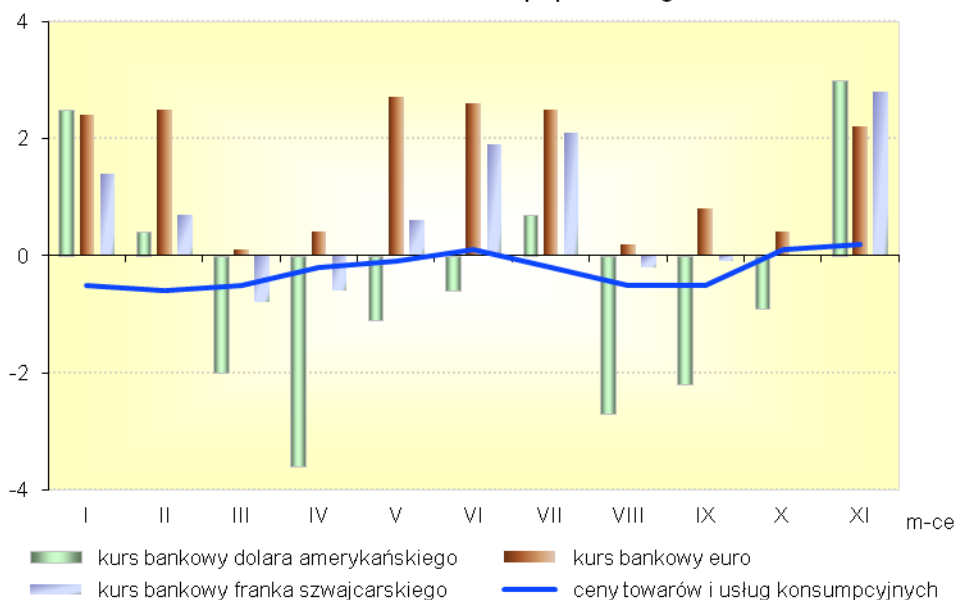
zmiana w % do XII roku poprzedniego



Rys. 5.

### Ceny towarów i usług konsumpcyjnych oraz kursy walut w 2016 r.

zmiana w % do XII roku poprzedniego



Opracowanie merytoryczne:  
**Departament Handlu i Usług**  
**Anna Bobel**  
 Tel: 22 608 3512  
 e-mail: [a.bobel@stat.gov.pl](mailto: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](mailto:rzecznik@stat.gov.pl)

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