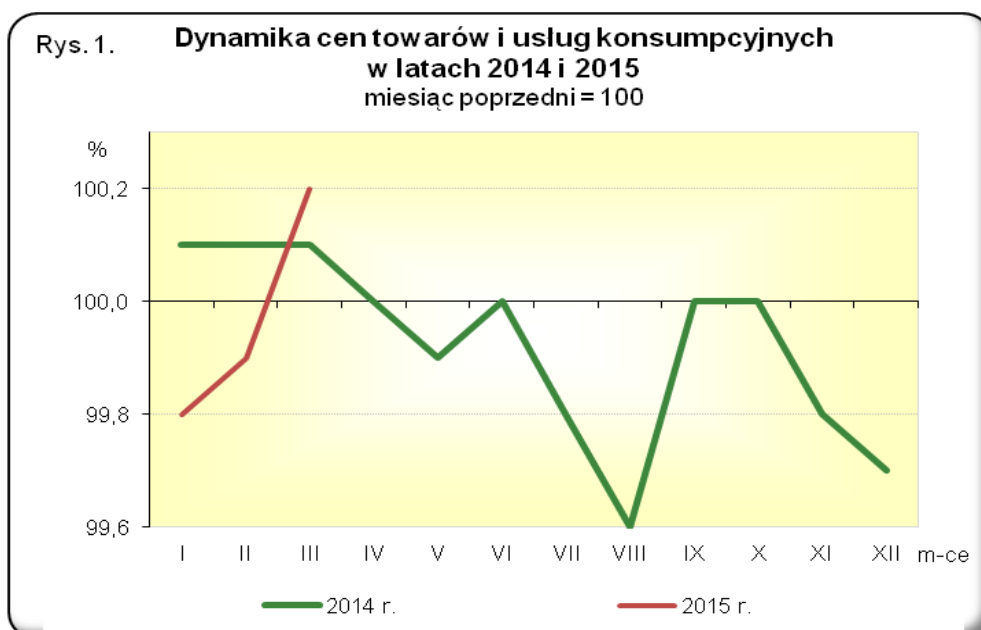




Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych

Ceny towarów i usług konsumpcyjnych w marcu 2015 r., w stosunku do poprzedniego miesiąca, wzrosły o 0,2% (po spadkach notowanych od listopada 2014 r.). 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 w zakresie transportu (o 1,9%), a także odzieży i obuwia (o 0,8%), które podwyższyły wskaźnik odpowiednio o 0,16 p. proc. i 0,04 p. proc. Niższe ceny żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,1%) oraz towarów i usług związanych z rekreacją i kulturą (o 0,2%) obniżyły ten wskaźnik o 0,02 p. proc. i 0,01 p. proc.

Wyszczególnienie	III 2015			I-III 2015
	XII 2014= =100	III 2014= =100	II 2015= =100	I-III 2014= =100
O G Ó Ł E M	99,8	98,5	100,2	98,5
Żywność, napoje bezalkoholowe i alkoholowe oraz wyroby tytoniowe	100,7	97,5	100,0	97,5
Żywność i napoje bezalkoholowe	100,7	96,5	99,9	96,3
w tym żywność	100,7	96,2	99,9	96,0
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	100,9	101,4	100,2	102,0
Odzież i obuwie	95,3	94,7	100,8	94,8
Mieszkanie	100,3	100,5	100,0	100,5
Użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii	100,4	100,7	100,0	100,7
w tym nośniki energii	100,2	100,4	99,9	100,4
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	99,9	99,7	100,0	99,7
Zdrowie	100,7	101,1	100,1	101,4
Transport	95,9	90,1	101,9	89,5
w tym paliwa do prywatnych środków transportu	94,4	85,2	103,7	84,0
Łączność	100,2	102,1	100,2	102,4
Rekreacja i kultura	100,8	101,2	99,8	101,6
Edukacja	100,1	101,2	100,0	101,2
Restauracje i hotele	100,3	101,2	100,2	101,2
Inne towary i usługi	100,2	99,8	99,9	99,8



Ceny **żywności** obniżyły się w marcu 2015 r. w porównaniu z poprzednim miesiącem o 0,1% (wobec utrzymania się na niezmiennym poziomie przed miesiącem). Najbardziej potaniała mąka (o 1,2%), oleje i tłuszcze (o 0,9%) oraz warzywa (o 0,8%). Konsumentom mniej niż w lutym br. płacono także za mleko (o 0,3%), mięso wołowe (o 0,2%), wędliny, pieczywo oraz sery i twarogi (po 0,1%). Ceny mięsa wieprzowego, ryb i owoców morza, jaj oraz ryżu pozostały na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. Droższy niż w lutym br. był natomiast cukier (o 2,3%). W marcu br. więcej należało zapłacić także za owoce (o 1,5%), mięso cielęce (o 0,5%), makarony i produkty makaronowe (o 0,3%), mięso drobiowe oraz artykuły w grupie „jogurty, śmietana, napoje i desery mleczne” (po 0,1%). W marcu br. ceny **napojów bezalkoholowych** utrzymały się przeciętnie na poziomie notowanym w poprzednim miesiącu. Więcej niż w lutym br. płacono za kawę (o 0,6%), herbatę oraz kakao i czekoladę w proszku (po 0,1%). Obniżyły się ceny soków owocowych i warzywnych (o 0,6%), a także wód mineralnych lub źródlanych (o 0,5%). Za **wyroby tytoniowe** należało zapłacić o 0,7% więcej, a za **napoje alkoholowe** o 0,1% mniej niż w poprzednim miesiącu.

Koniec wyprzedaży kolekcji jesienno – zimowej, a także wprowadzenie na rynek nowej kolekcji wiosenno – letniej spowodowało, iż w marcu br. ceny **odzieży**, a także **obuwia** ukształtowały się na poziomie odpowiednio o 1,0% i 0,6% wyższym niż w lutym br.

Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** utrzymały się na poziomie notowanym w lutym br. Na poziomie zbliżonym do obserwowanego przed miesiącem pozostały opłaty za użytkowanie mieszkania lub domu i nośniki energii. Zanotowano wzrost opłat za usługi kanalizacyjne (o 0,6%), zaopatrywanie w wodę (o 0,3%) 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 0,1%, w tym opału – o 0,4%, gazu – o 0,3%, przy utrzymujących się na poziomie obserwowanym w poprzednim miesiącu cenach energii elektrycznej oraz wzroście opłat za energię ciepłą – o 0,1%). W marcu br. ceny towarów i usług w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego pozostały na poziomie obserwowanym przed miesiącem. Więcej niż w lutym br. płacono za meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy oraz usługi związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego (po 0,2%). Wzrosły ceny urządzeń gospodarstwa domowego, artykułów włókienniczych, a także sprzętu i narzędzi do domu i ogrodu (po 0,1%). Potaniały natomiast środki czyszczące i konserwujące (o 0,3%).

W marcu br. wzrosły opłaty związane ze **zdrowiem** (o 0,1%). Więcej należało zapłacić za usługi lekarskie (o 0,3%), stomatologiczne (o 0,2%) oraz szpitalne (o 0,1%). Wyroby farmaceutyczne utrzymały się na poziomie obserwowanym w lutym br. Obniżono ceny usług sanatoryjnych (o 1,7%), a także urządzeń i sprzętu terapeutycznego (o 0,1%).

Po obserwowanych od września 2014 r. spadkach, w marcu br. wzrosły ceny w zakresie **transportu** (o 1,9%), głównie w wyniku podwyżek cen paliw do prywatnych środków transportu (przeciętnie o 3,7%, w tym oleju napędowego – o 4,7%, benzyny – o 4,6%, przy spadku cen gazu ciekłego – o 4,4%). Mniej niż w poprzednim miesiącu płacono natomiast za samochody osobowe (o 1,1%) i usługi transportowe (o 0,3%).

Opłaty związane z **łącznością** podwyższono w marcu br. o 0,2%. Odnotowano wzrost cen usług telekomunikacyjnych (o 0,3%). Sprzęt telekomunikacyjny potaniał o 1,8%.

Ceny towarów i usług związanych z **rekreacją i kulturą** w marcu br. obniżyły się przeciętnie o 0,2%. Nowe cenniki wprowadzane przez operatorów telewizji kablowych i satelitarnych wpłynęły na spadek cen usług związanych z kulturą (o 1,4%). Mniej niż w lutym br. konsumenci płacili za artykuły ogrodnicze dla domu i ogrodu przydomowego (o 0,4%) oraz sprzęt audiowizualny, fotograficzny i informatyczny (o 0,1%). Wzrosły natomiast ceny gazet i czasopism (o 2,6%). Więcej niż w poprzednim miesiącu płacono także za usługi związane z rekreacją i sportem (o 0,4%) oraz artykuły piśmienne, malarskie, kreślarskie (o 0,3%). Podwyższono ceny w zakresie turystyki zorganizowanej (przeciętnie o 0,1%, w tym za granicą – o 0,7%, przy spadku cen turystyki zorganizowanej w kraju – o 0,7%).

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. mniej niż w poprzednim miesiącu płacono za usługi finansowe świadczone przez banki i inne instytucje (o 7,3%) oraz artykuły papierniczo-higieniczne i pozostałe (o 0,4%). Ceny w zakresie ubezpieczeń utrzymały się przeciętnie na poziomie notowanym w lutym br. Wzrosły natomiast ceny środków kosmetycznych i higienicznych (o 0,2%), usług fryzjerskich, kosmetycznych i pielęgnacyjnych oraz opieki społecznej (po 0,1%).

Spadek cen towarów i usług konsumpcyjnych w marcu br., w porównaniu z analogicznym

miesiącem ub. roku, wyniósł

1,5%. Największy wpływ na

ukształtowanie się wskaźnika

cen towarów i usług konsumpcyjnych

na tym poziomie miały

obniżki opłat związanych z

transportem (o 9,9%), niższe

ceny żywności i napojów

bezalkoholowych (o 3,5%) oraz

odzieży i obuwia (o 5,3%), które

obniżyły wskaźnik o 0,89 p. proc.,

0,87 p. proc. i 0,28 p. proc.

Wzrosty cen związanych z

mieszaniem (o 0,5%), łącznością

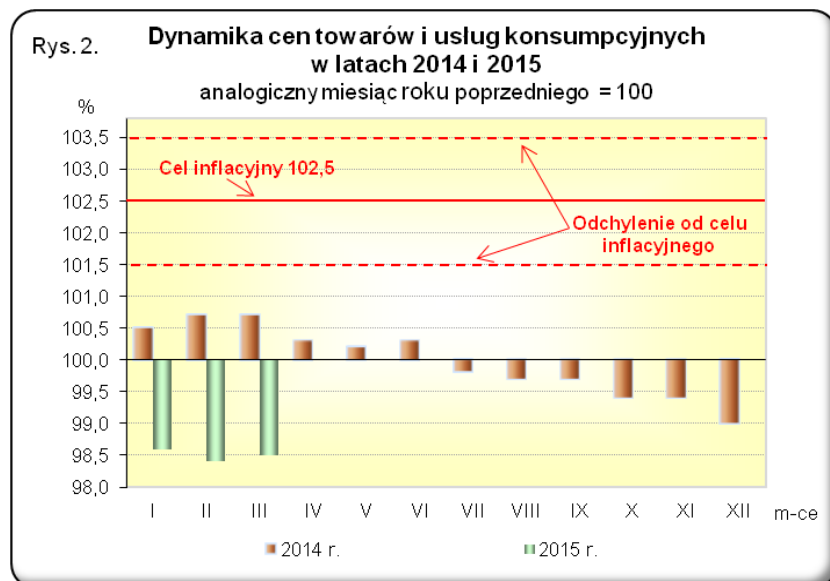
(o 2,1%), napojów alkoholowych

(o 1,4%), a także towarów i usług

w zakresie rekreacji i kultury (o 1,2%)

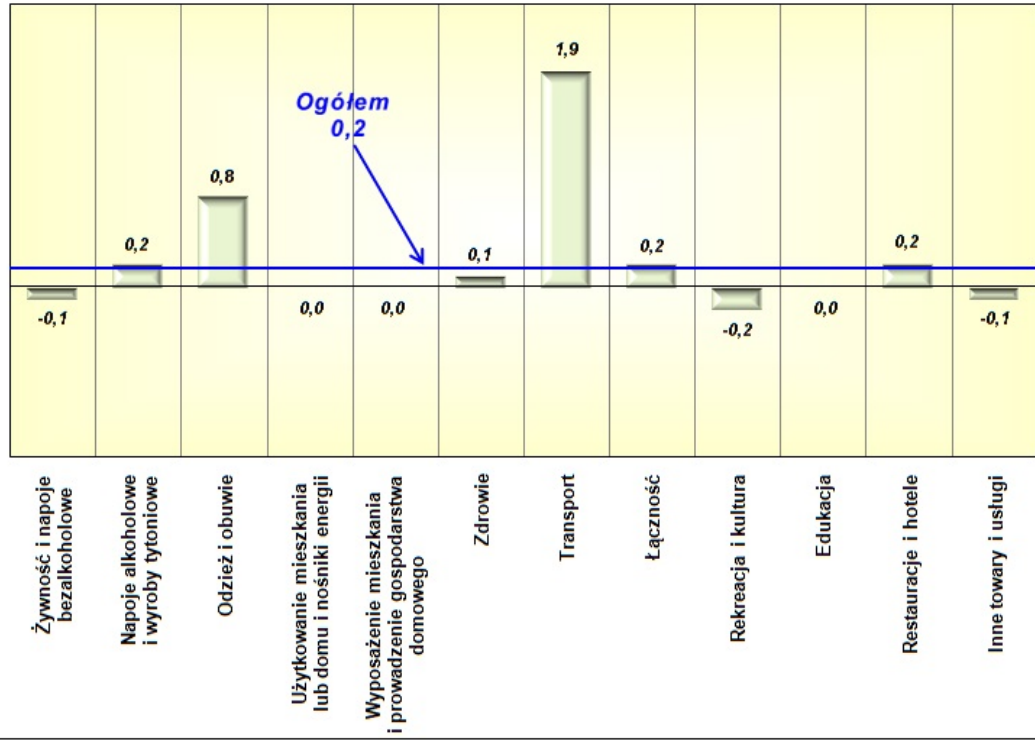
podniosły ten wskaźnik o 0,13 p. proc.,

0,11 p. proc., 0,09 p. proc. i 0,08 p. proc.



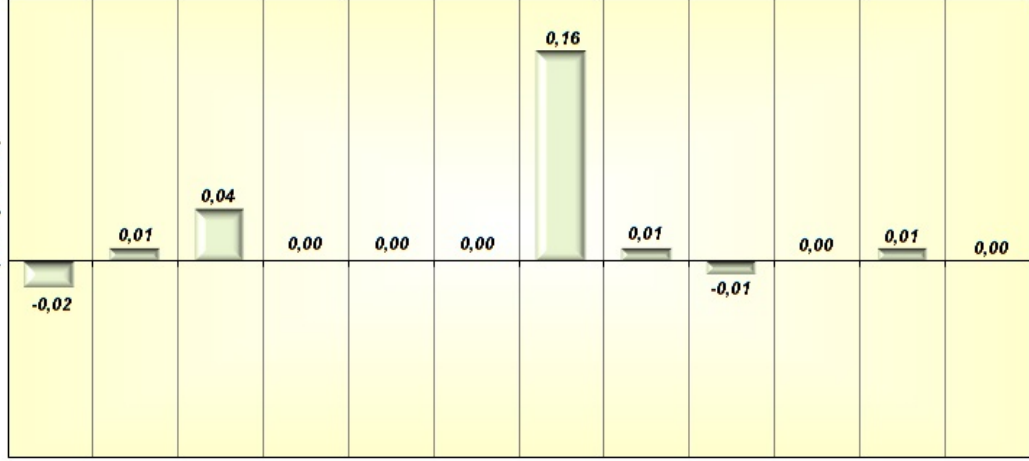
podniosły ten wskaźnik o 0,13 p. proc., 0,11 p. proc., 0,09 p. proc. i 0,08 p. proc.

Rys. 3. Zmiany cen grup towarów i usług konsumpcyjnych w marcu 2015 r. (m/m-1)



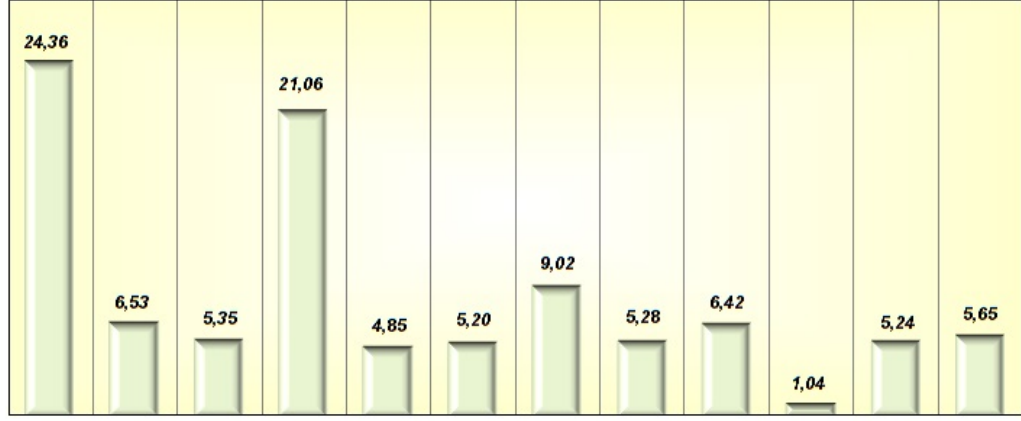
%

Wpływ zmian cen grup towarów i usług na wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w marcu 2015 r. (zmiany m/m-1)



p. proc.

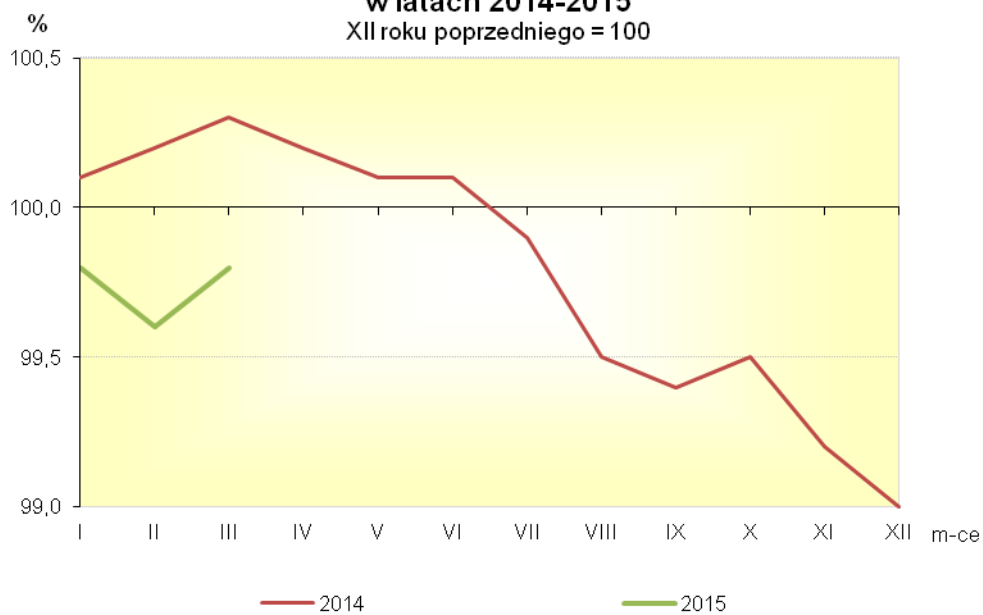
System wag stosowany w obliczeniach wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2015 r.^a



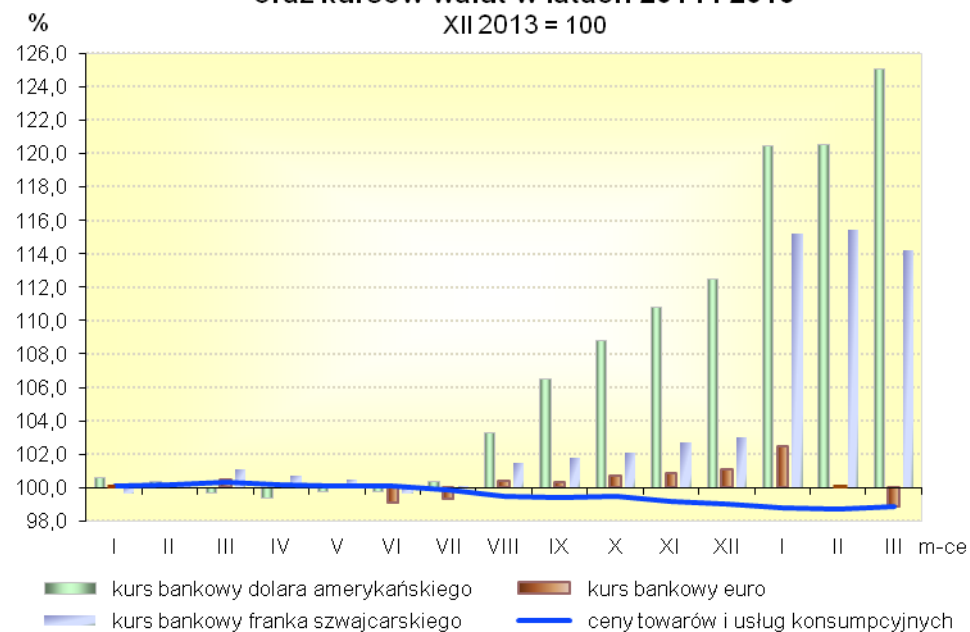
%

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

Rys. 4. **Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2014-2015**
XII roku poprzedniego = 100



Rys. 5. **Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych oraz kursów walut w latach 2014 i 2015**
XII 2013 = 100



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/>