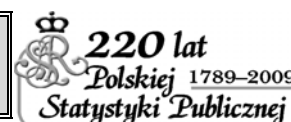




GLÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY
Departament Handlu i Usług



Notatka informacyjna

WYNIKI BADAŃ GUS

Analiza zmian cen towarów i usług konsumpcyjnych w ujęciu terytorialnym w pierwszym półroczu 2009 r.

Wstęp

Badanie cen towarów i usług konsumpcyjnych dostarcza informacji o dynamice cen oraz o ich zróżnicowaniu. Wskaźniki cen konsumpcyjnych (CPI) – przyjmowane jako miara inflacji – informują, o ile więcej lub mniej (w %) wydawał przeciętnie konsument na zakup tej samej ilości takich samych towarów i usług, w danym okresie czasu w porównaniu do okresu bazowego.

Poniższe opracowanie jest próbą wyodrębnienia pewnych tendencji w zakresie kształtowania się cen towarów i usług objętych badaniem, w ujęciu terytorialnym w pierwszym półroczu 2009 r. Uwzględnione zostały ponadto trendy zauważalne w różnych kategoriach miejscowości, sklasyfikowanych w oparciu o liczbę ich mieszkańców. Została również przeprowadzona analiza wpływu struktury handlu detalicznego na poziomy i dynamikę cen.

Uwagi metodologiczne i przyjęte założenia

Badanie cen towarów i usług konsumpcyjnych realizowane jest na terytorium całego kraju w oparciu o próbę wytypowaną metodą doboru celowego (209 rejonów badania cen). Dobór miejscowości ma na celu zapewnienie reprezentatywności wyników notowań dla potrzeb obliczania wojewódzkich wskaźników cen towarów i usług konsumpcyjnych, a także informacji o terytorialnym zróżnicowaniu poziomów cen.

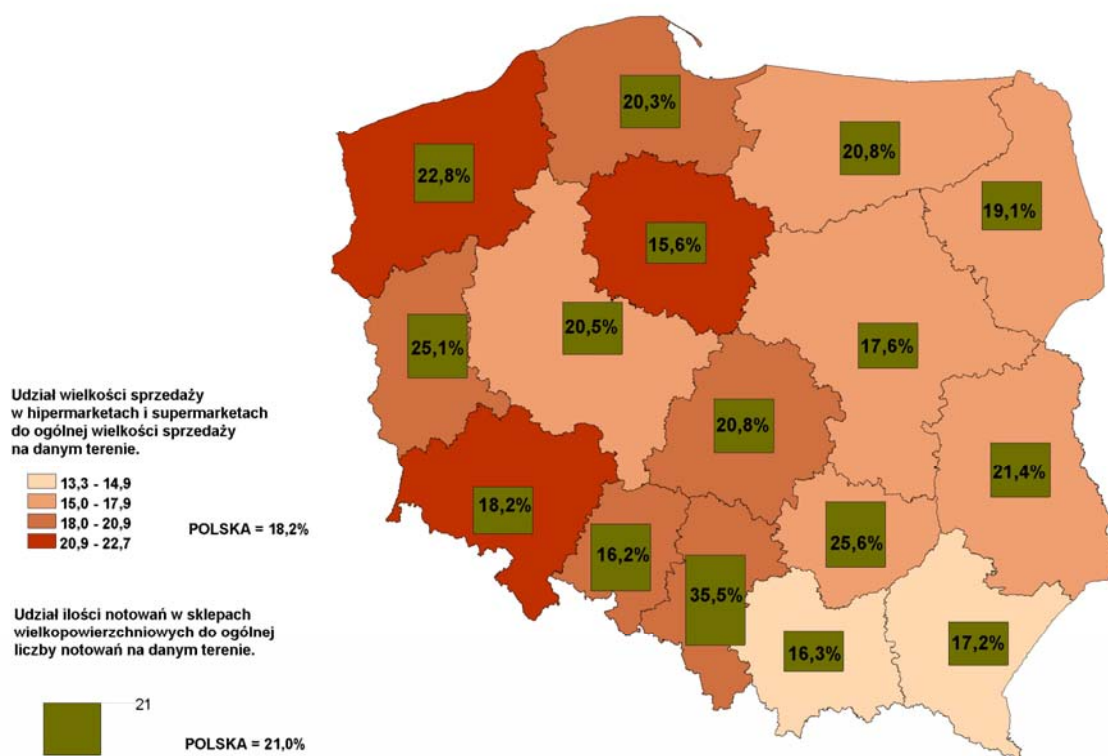
Analizę zróżnicowania przestrzennego przeprowadzono zgodnie z Nomenklaturą Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NTS) na poziomie regionalnym (NTS1) oraz wojewódzkim (NTS2). Opisane zostało również zróżnicowanie średnich poziomów cen

wybranych towarów i usług konsumpcyjnych zanotowanych w różnych kategoriach miejscowości, pogrupowanych według kryterium liczby mieszkańców.¹

Wytypowane do badania cen punkty notowań odzwierciedlają różnorodność sieci handlowej na terenie rejonu badania cen. Notowania cen przeprowadzane są w sklepach: powszechnych, wyspecjalizowanych i pozostałych, domach towarowych i handlowych, supermarketach i hipermarketach, a także aptekach i na stacjach paliw oraz innych stałych punktach sprzedaży drobno-detalicznej. Na potrzeby niniejszej analizy przyjęto podział na dwie kategorie punktów notowań: sklepy wielkopowierzchniowe² oraz pozostałe.

Rozpoczęta w ostatnim dziesięcioleciu XX wieku w Polsce ekspansja sklepów wielkopowierzchniowych, w tym hipermarketów i supermarketów, oraz idące za nią zmiany zachowań konsumenckich gospodarstw domowych znalazły swe odzwierciedlenie zarówno w próbie wytypowanych do prowadzenia notowań cen punktów sprzedaży, jak i wydatkach gospodarstw domowych uwzględnianych w obliczeniach wskaźników.

Rys. 1. Struktura sprzedaży detalicznej i notowań cen konsumpcyjnych



¹ Kat. 1 – do 25 tys. mieszkańców, kat. 2 – powyżej 25 tys. do 50 tys., kat. 3 – powyżej 50 tys. do 100 tys., kat. 4 – powyżej 100 tys. do 250 tys., kat. 5 – powyżej 250 tys. do 500 tys., kat. 6 – powyżej 500 tys.

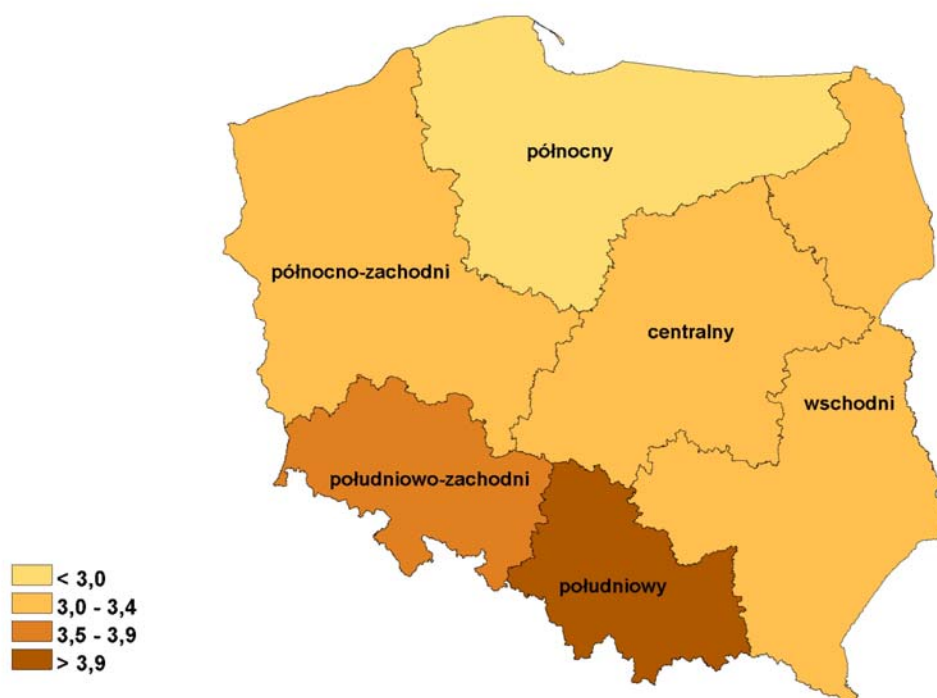
² Sklep o powierzchni sprzedażowej od 400 m² prowadzący sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujący szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu, w tym: hipermarket, supermarket, dyskont.

Analiza została przeprowadzona w oparciu o średnie ceny wybranych towarów i usług konsumpcyjnych w pierwszym półroczu 2009 r. oraz dynamiki cen w okresie styczeń-czerwiec br. Prezentowane średnie ceny oraz wskaźniki, tam gdzie widoczne były pewne prawidłowości, usystematyzowane zostały począwszy od danych ogółem, przez główne grupy towarów i usług, aż do wybranych reprezentantów (wytypowano ok. 40 produktów reprezentujących główne grupy wydatków konsumentów).

Główne tendencje zmian cen towarów i usług konsumpcyjnych w ujęciu terytorialnym

W okresie styczeń-czerwiec br. ceny towarów i usług konsumpcyjnych ogółem wzrosły o 3,4%. Wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych odnotowano we wszystkich regionach, przy czym wyższa niż przeciętnie dynamika wystąpiła w regionie południowym i południowo-zachodnim (odpowiednio 4,0% i 3,7%). Dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych wykazała dość duże zróżnicowanie terytorialne w regionie wschodnim (wzrost o 3,3%, przy czym województwo podkarpackie i świętokrzyskie – wzrost odpowiednio o 3,8%, i 3,6%, województwo podlaskie – o 3,4%, a lubelskie – o 2,8%). Dynamikę cen poniżej średniej dla kraju odnotowano w województwach regionów północnego i centralnego.

Rys. 2. Zmiany cen towarów i usług konsumpcyjnych wg regionów w I półroczu 2009 r.



Pomimo występujących często różnokierunkowych zmian przeciętnych cen reprezentantów towarów i usług należących do jednej grupy zauważono pewne tendencje.

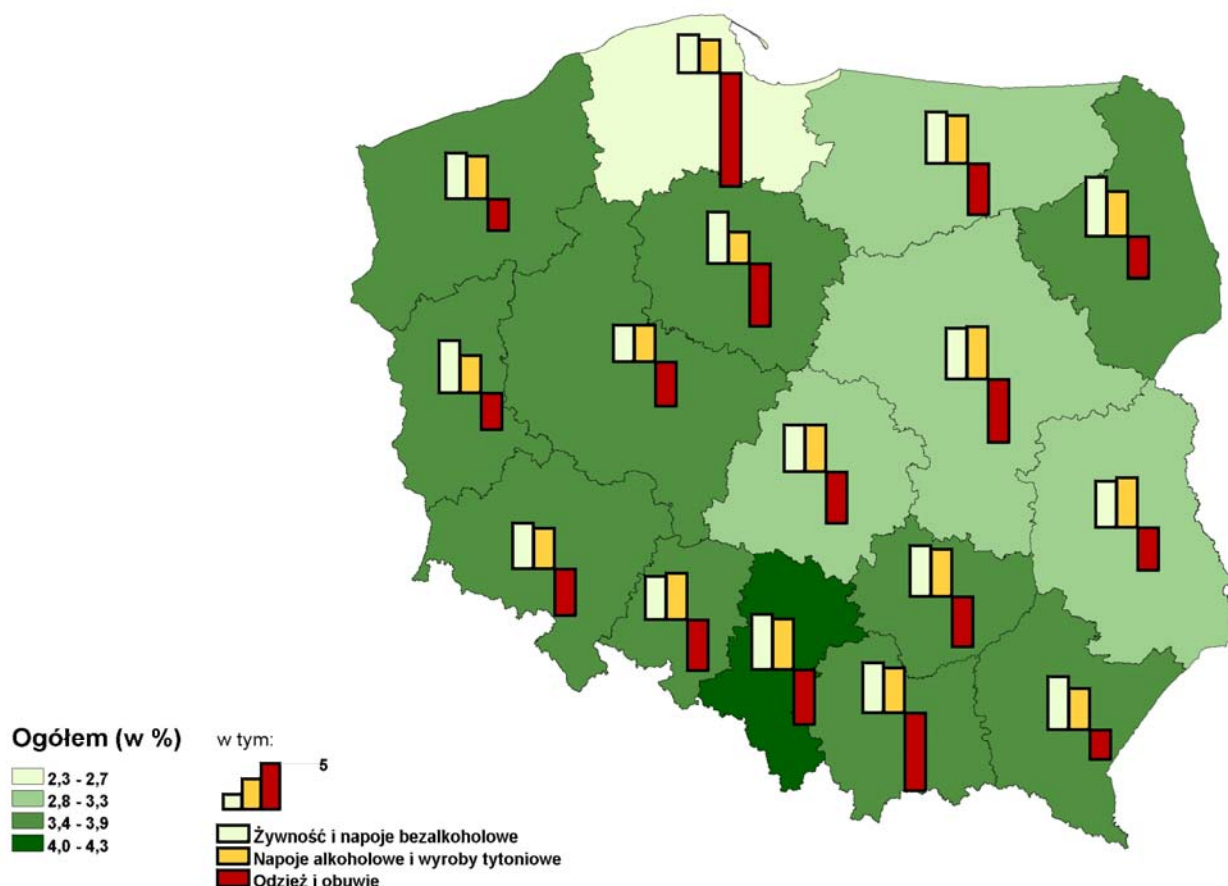
Ceny **żywności i napojów bezalkoholowych** podniesiono we wszystkich regionach kraju (przeciętnie o 4,8%). Artykuły w tej grupie szybciej drożały w regionach centralnym, południowym oraz wschodnim (maksymalną dynamikę odnotowano w województwie podlaskim – wzrost o 6,0%), a wolniej w regionach południowo-zachodnim i północno-zachodnim (gdzie w województwie wielkopolskim odnotowano dynamikę minimalną – wzrost o 3,7%). Dynamika cen artykułów w tej grupie wykazała natomiast znaczne zróżnicowanie w regionie północnym (w województwie kujawsko-pomorskim i warmińsko-mazurskim wzrost po 5,1%, a pomorskim – o 3,9%).

Dokonując jeszcze dokładniejszej analizy, tym razem w oparciu o poziomy i dynamiki cen wybranych podstawowych produktów żywnościowych, można zauważyć, iż one także wykazywały dość silne zróżnicowanie terytorialne. Chleb pszenno-żytni najbardziej podrożał w województwie śląskim (o 4,9%), a potaniał w województwie warmińsko-mazurskim (o 2,8%). Ceny mięsa wołowego bez kości z udźca w województwach łódzkim i świętokrzyskim wzrosły po 17,2%, a w kujawsko-pomorskim obniżyły się o 1,8%. Ser „Edamski” najbardziej zdrożał w województwie kujawsko-pomorskim (o 9,0%), a potaniał w 11 województwach, w tym najbardziej w województwie lubelskim (o 8,3%). W większości województw znacznie wzrosły ceny owoców południowych. Kawa naturalna mielona podrożała w 13 województwach, w tym największy wzrost odnotowano w świętokrzyskim – o 8,4%. Za herbatę „Madras” więcej płacono w 14 województwach, w tym największy wzrost nastąpił w podkarpackim – o 15,3%.

Ceny **napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych** podniesiono przeciętnie o 4,4%. Wyższy od przeciętnego w kraju wzrost cen zanotowano w województwach regionu centralnego (o 5,1%), południowego (o 4,8%) oraz wschodniego (o 4,7%, z wyjątkiem województwa podkarpackiego – wzrost o 4,2%). W najmniejszym stopniu wzrosły ceny tych wyrobów w regionie północnym (o 3,6%).

W badanym okresie ceny **odzieży i obuwia** obniżyły się o 5,5%. Spadek cen wystąpił we wszystkich województwach i wynosił od 11,3 % w województwie pomorskim (region północny) do 3,0% w województwie podkarpackim (region wschodni).

**Rys. 3. Zmiany cen towarów i usług konsumpcyjnych
wg województw w I półroczu 2009 r.**



Ceny towarów i usług związanych z **mieszkaniami** wzrosły przeciętnie o 4,0%. Wzrost cen odnotowano we wszystkich regionach, przy czym wartości powyżej przeciętnej zanotowano w regionie południowym (o 5,2%, gdzie największy wzrost w województwie śląskim – o 5,8% był konsekwencją maksymalnej podwyżki cen nośników energii – o 7,8% wobec 4,7% średnio w kraju) i południowo-zachodnim (o 4,5%). Towary i usługi związane z mieszkaniem najmniej podrożały w regionie północnym i wschodnim (po 3,4%).

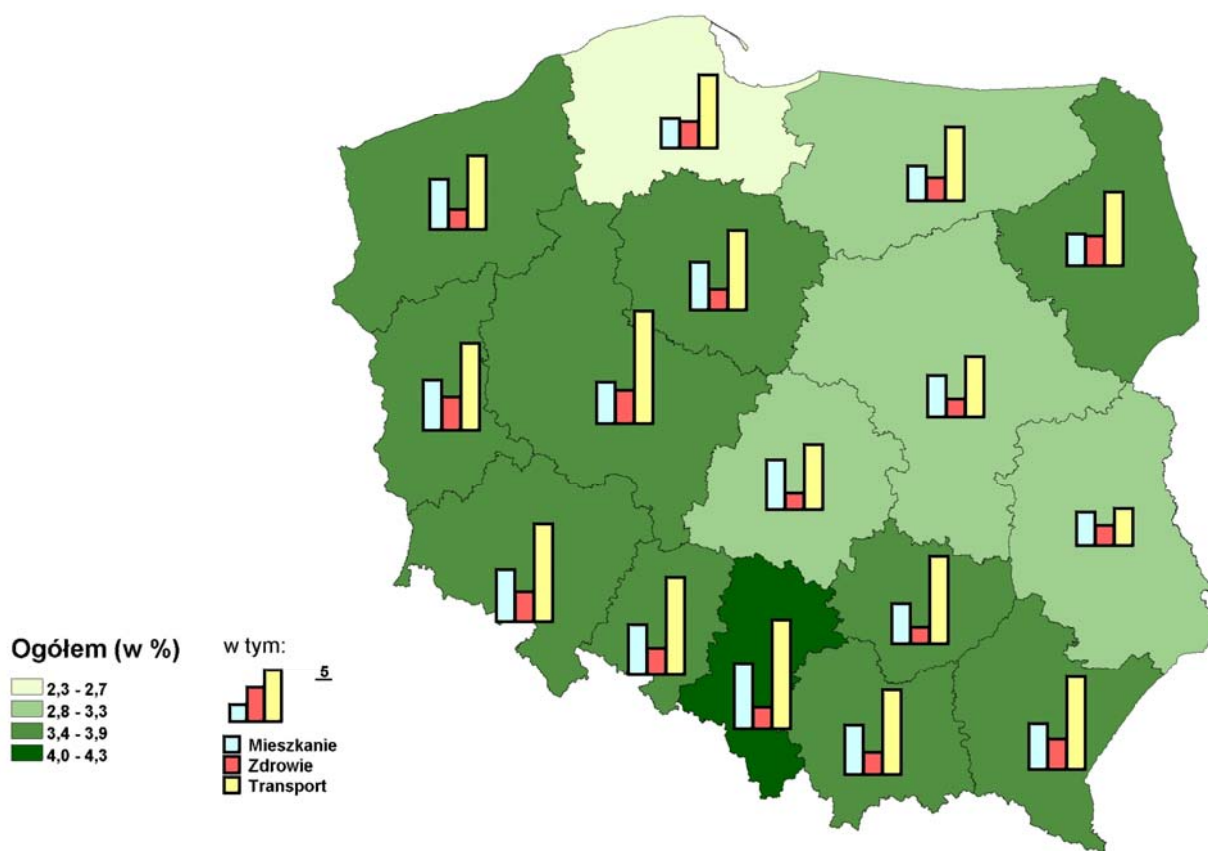
Z uwagi na znaczny udział wydatków związanych z mieszkaniem w budżetach gospodarstw domowych przeprowadzono dokładniejszą analizę dynamik cen dla wybranych reprezentantów. We wszystkich województwach znacznie podrożała energia elektryczna – maksymalnie w województwie śląskim (o 17,7%), a najmniej w województwie pomorskim (o 6,8%). Opłata za wywóz nieczystości w województwie łódzkim wzrosła o 24,1%, a w kujawsko-pomorskim utrzymała się na poziomie zanotowanym na początku badanego okresu. Pobranie wody zimnej z miejskiej sieci wodociągowej maksymalnie zdrożało w województwie podkarpackim (o 12,9%). Podobnie jak w przypadku wywozu nieczystości,

w województwie kujawsko-pomorskim opłata za zimną wodę utrzymała się na niezmiennym poziomie.

Artykuły i usługi związane ze zdrowiem podrożały przeciętnie o 2,2%. Powyżej poziomu przeciętnego ukształtowały się dynamiki w regionie północno-zachodnim (gdzie w województwie lubuskim odnotowano maksymalny wzrost cen – o 3,0%) oraz południowo-zachodnim. W najmniejszym stopniu wzrosły ceny w regionie centralnym – o 1,6%. Wizyta u specjalisty najbardziej podrożała w województwie pomorskim (o 8,5%). W województwie opolskim odnotowano największy wzrost cen za zaplombowanie zęba (o 8,6%).

Znaczny wzrost (o 7,1%), a także wyraźne zróżnicowanie terytorialne odnotowano w zakresie dynamik cen towarów i usług związanych z transportem. Istotny wpływ na dynamikę cen w zakresie transportu miał wzrost cen paliw (o 12,5%). Cena benzyny bezołowiowej, 95-oktanowej wzrosła w analizowanym okresie od 16,1% w województwie lubelskim do 25,2% w województwie świętokrzyskim.

Rys. 4. Zmiany cen towarów i usług konsumpcyjnych wg województw w I półroczu 2009 r.



Struktura handlu detalicznego, a kształtowanie się poziomów cen konsumpcyjnych

Poziomy i dynamiki cen wybranych do analizy produktów wykazują nieznaczne zróżnicowanie ze względu na rodzaj punktu sprzedaży. Nieco niższe średnie ceny dla większości badanych produktów (ok. 76%) zanotowano w sklepach wielkopowierzchniowych. W tej kategorii sklepów odnotowano także nieznacznie niższe dynamiki cen w okresie styczeń-czerwiec 2009 r. dla ok. 61% wybranych artykułów.

Za mięso wieprzowe z kością (schab środkowy) w badanym okresie konsumenci płacili w sklepach wielkopowierzchniowych średnio o 2,9% więcej, niż w pozostałych punktach sprzedaży. W obu typach sklepów odnotowano wzrost cen tego artykułu, średnio o 6,9% w sklepach o dużej powierzchni i o 7,0% w pozostałych punktach notowań. Również za kielbasę „Żywiecką” w sklepach wielkopowierzchniowych należało zapłacić więcej niż w pozostałych punktach sprzedaży (o 13,3%). Szybszy wzrost cen tej kielbasy zaobserwowano w sklepach o dużej powierzchni – średnio o 4,6%, wobec 3,9% w pozostałych punktach sprzedaży.

Wśród produktów mleczarskich klienci sklepów wielkopowierzchniowych płacili mniej niż klienci pozostałych rodzajów sklepów np. za śmietanę homogenizowaną o zawartości 18% tłuszczu (o 7,9%), mleko krowie o zawartości 3-3,5% tłuszczu (o 6,7%) oraz masło (o 2,3%), a więcej za ser twarogowy półtłusty (o 3,3%) i ser „Edamski” (o 1,9%).

Wśród owoców i warzyw w badanym okresie zanotowano największy spadek cen sałaty – o 49,8% w sklepach wielkopowierzchniowych oraz o 39,4% w pozostałych punktach sprzedaży.

Banany podrożały o 37,1% w sklepach wielkopowierzchniowych oraz o 33,7% w pozostałych rodzajach sklepów, natomiast pomarańcze – odpowiednio o 29,0% i o 16,3%. Klienci sklepów wielkopowierzchniowych płacili za nie o 16,8% mniej niż klienci pozostałych rodzajów sklepów.

Średnie ceny cukru były niższe w sklepach wielkopowierzchniowych niż w pozostałych sklepach (średnio o 5,2%), z wyjątkiem województwa opolskiego. W obu grupach sklepów zaobserwowano znaczny wzrost cen tego artykułu we wszystkich województwach. Najwyższy wzrost cen cukru zanotowano w województwie śląskim w grupie sklepów wielkopowierzchniowych (o 25,6%).

Wśród napojów bezalkoholowych średnie ceny herbaty „Madras” kształtowały się na niższym poziomie w sklepach wielkopowierzchniowych, niż w pozostałych punktach sprzedaży (o 7,6%). Największy spadek cen zaobserwowano w mniejszych sklepach

w województwie warmińsko-mazurskim (o 8,0%), a największy wzrost w sklepach wielkopowierzchniowych w województwie lubelskim (o 32,4%),

Spośród artykułów nieżywnościowych, za pastę do mycia zębów w badanym okresie klienci sklepów wielkopowierzchniowych średnio płacili mniej niż klienci pozostałych punktów sprzedaży (o 8,6%). Ceny tego produktu szybciej rosły w sklepach wielkopowierzchniowych (średnio o 4,2% wobec 1,1% w pozostałych).

Średnie ceny proszku do prania, były wyższe w sklepach wielkopowierzchniowych, niż w pozostałych rodzajach sklepów. Najszybciej ceny rosły w województwie łódzkim w sklepach wielkopowierzchniowych (o 18,4%), natomiast największy spadek cen zanotowano w województwie kujawsko-pomorskim (o 6,6%) w tej samej grupie sklepów.

Zmiany cen towarów i usług konsumpcyjnych, a kategorie miejscowości

Analizując średnie ceny wybranych towarów i usług konsumpcyjnych w miejscowościach pogrupowanych według kryterium liczby mieszkańców można stwierdzić, iż im wyższa kategoria miejscowości tym ceny są przeciętnie nieco wyższe. Wprowadzając dodatkowo kryterium rodzaju punktu notowania cen, dla większości badanych reprezentantów widoczna jest tendencja, iż niższe ceny zanotowano w sklepach wielkopowierzchniowych we wszystkich kategoriach miejscowości, wyższe zaś w pozostałych typach sklepów.

Ceny artykułów żywnościowych i napojów bezalkoholowych były znacznie wyższe w miastach liczących ponad 500 tys. mieszkańców, a najniższe w miejscowościach do 25 tys. mieszkańców. Za mięso wieprzowe (schab środkowy) w dużych miastach konsumenci płacili średnio o 10,0% więcej, niż w małych miejscowościach. Chleb pszenno-żytni w miastach liczących ponad 500 tys. mieszkańców był o 12,8% droższy niż w miejscowościach liczących do 25 tys. mieszkańców. Dodatnią korelację można również zaobserwować w innych grupach artykułów żywnościowych, tj. „mleko, sery, jaja”, jak również w odniesieniu do olejów roślinnych i cukru.

W zakresie cen usług związanych z mieszkaniem obserwuje się tę samą prawidłowość, że w większych miastach ceny są przeciętnie wyższe. Pobranie zimnej wody i wywóz nieczystości mniej kosztował konsumentów w małych miejscowościach. Za usługi związane z konserwacją mieszkania, jak np. za ułożenie glazury znacznie więcej (o 37,5%) płaciła ludność wielkich miast, niż mieszkańcy małych miejscowości. W dużych miastach relatywnie wyższe są również ceny innych usług, w tym np. w zakresie ochrony zdrowia i fryzjerskich.

Odmienne przedstawiają się ceny sprzętu AGD, za który często płaci się mniej w dużych miastach, ponieważ dominujący wpływ mają tu silnie rozwinięte sieci sklepów wielkopowierzchniowych, w których ceny tych produktów są przeciętnie niższe. Np. za chłodziarko-zamrażarkę w miastach powyżej 250 tys. konsumenci płacili średnio o 5,0% mniej (z czego o 7,8% mniej w sklepach wielkopowierzchniowych), niż mieszkańcy małych miejscowości.

Analizując dynamikę cen w omawianym okresie, tj. w I półroczu 2009 r., wg kryterium wielkości miejscowości, stwierdza się znaczne zróżnicowanie zmian cen. Mięso wieprzowe (schab środkowy) w małych miejscowościach podrożało o 8,9%, a w wielkich miastach w znacznie mniejszej skali – o 4,8%. Natomiast ceny chleba pszenno-żytniego najbardziej wzrosły w miejscowościach liczących powyżej 100 tys. do 250 tys. (o 3,5%), podczas gdy w większych miastach (powyżej 250 tys. do 500 tys.) – obniżyły się (o 2,5%).

Wnioski:

Przeprowadzona analiza zmian cen towarów i usług konsumpcyjnych w ujęciu terytorialnym pozwoliła na sformułowanie następujących wniosków:

- dynamika oraz średnie ceny towarów i usług konsumpcyjnych wykazały w badanym okresie znaczące zróżnicowanie terytorialne,
- zarówno na poziomie regionów, jak i województw, dla głównych grup towarów i usług utrzymywały się generalne tendencje charakterystyczne dla zmiennych ogólnopolskich, różna była natomiast skala i tempo ich zmian,
- najniższy i najwyższy wzrost cen w poszczególnych grupach towarów i usług odnotowano w różnych województwach,
- im większa miejscowość tym ceny są przeciętnie nieco wyższe. Zjawisko to widoczne jest m.in. dla artykułów żywnościowych i wyrobów tytoniowych oraz opłat za świadczone usługi,
- nie stwierdzono wyraźnej zależności pomiędzy wielkością aglomeracji, a tempem zmian cen,
- niezależnie od kategorii miejscowości relatywnie nieco taniej jest w sklepach wielkopowierzchniowych.