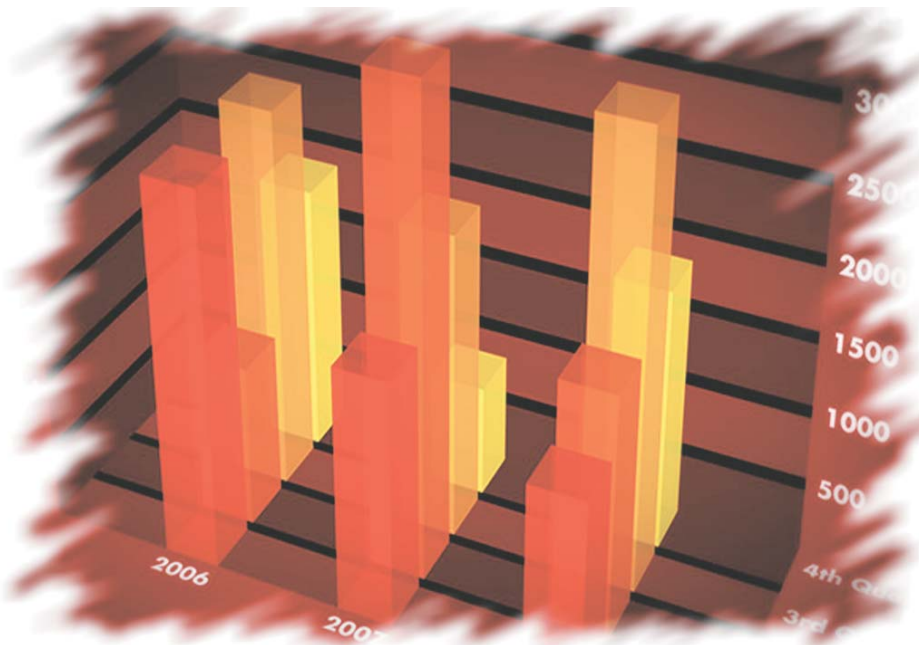


ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ СТАТИСТИКИ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

ТЕНДЕНЦІЇ ЦІНОВОЇ СИТУАЦІЇ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Статистичний збірник



Ужгород 2014

ПЕРЕДМОВА

Статистичний збірник "Тенденції цінової ситуації на споживчому ринку Закарпатської області за 2013 рік" пропонує статистичні показники, які характеризують цінові процеси на споживчому ринку Закарпатської області за 2009–2013рр.

Збірник містить інформацію щодо індексів споживчих цін на товари та послуги у Закарпатській області, по країні та за регіонами. Крім того, наведені дані індексів номінальної та реальної заробітної плати.

Крім того, наведено дані по Україні у цілому та міжрегіональні зіставлення. В окремому розділі наведені методологічні пояснення.

Збірник ілюстрований графіками та діаграмами.

Видання підготовлене відділом статистики цін Головного управління статистики у Закарпатській області на основі даних статистичних спостережень, які проводяться Державною службою статистики України.

ЗМІСТ

Передмова	3
Скорочення	4
Умовні позначення	4
Аналітичний огляд	7
1. ІНДЕКСИ СПОЖИВЧИХ ЦІН НА ОСНОВНІ ГРУПИ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ПО ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ	13
1.1. Індекси споживчих цін по області	13
1.2. Помісячні індекси споживчих цін (інфляції)	14
1.3. Динаміка індексів споживчих цін (інфляції)	14
1.4. Динаміка індексів споживчих цін на товари та послуги	15
1.5. Індекси споживчих цін	16
1.6. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у 2009 році	26
1.7. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у 2010 році	34
1.8. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у 2011 році	42
1.9. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у 2012 році	50
1.10. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у 2013 році	58
1.11. Помісячні індекси споживчих цін та заробітної плати у 2013 році	66
1.12. Динаміка індексів споживчих цін та заробітної плати	66
2. ІНДЕКСИ СПОЖИВЧИХ ЦІН НА ОСНОВНІ ГРУПИ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ПО УКРАЇНІ	67
2.1. Темпи росту (зниження) індексів споживчих цін по країні	67
2.2. Помісячні індекси споживчих цін (інфляції)	68
2.3. Динаміка індексів споживчих цін (інфляції)	68
2.4. Динаміка індексів споживчих цін на товари та послуги	69
2.5. Помісячні індекси споживчих цін по країні та регіонах за 2009 рік	70
2.6. Помісячні індекси споживчих цін по країні та регіонах за 2010 рік	72
2.7. Помісячні індекси споживчих цін по країні та регіонах за 2011 рік	74
2.8. Помісячні індекси споживчих цін по країні та регіонах за 2012 рік	76
2.9. Помісячні індекси споживчих цін по країні та регіонах за 2013 рік	78
2.10. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг за регіонами	80
2.11. Індекси споживчих цін на основні групи товарів і послуг по Україні	90
3. ІНДЕКСИ СПОЖИВЧИХ ЦІН ПО КАРПАТСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РАЙОНУ	95
3.1. Індекси споживчих цін по областях Карпатського економічного району	95
3.2. Індекси споживчих цін на основні групи товарів по областях Карпатського економічного району у 2013 році	95
3.3. Індекси споживчих цін на окремі групи товарів та послуг по областях Карпатського економічного району у 2013 році	96
Методологічні пояснення	97

Аналітичний огляд

Важливим індикатором стану економіки та рівня життя населення є інфляційні (дефляційні) процеси на споживчому ринку. Показником, який дає можливість об'єктивно оцінити зміни цін (тарифів) на ньому, є індекс споживчих цін.

Індекс споживчих цін (ІСЦ) є показником, який характеризує рівень інфляції і використовується для вирішення багатьох питань державної політики, аналізу і прогнозу цінових процесів в економіці, перегляду розмірів грошових доходів населення, рішення правових спорів, перерахунку показників системи національних рахунків у постійні ціни, забезпечує можливість проведення міжнародних зіставлень.

У цілому за 2013р. індекс споживчих цін порівняно з груднем 2012р. по області становив 99,7%, (у 2012р. – 98,8%). Зниження споживчих цін за підсумками року було зафіксовано вперше з 2012р.

Важливо зауважити, що у 2013р. зменшення споживчих цін генерувалося переважно на ринку продуктів харчування. На відміну від них, алкогольні напої, тютюнові вироби, послуги освіти та закладів охорони здоров'я справили негативний внесок на загальну цінову тенденцію на споживчому ринку області.

Дефляцію з від'ємним приростом індексу споживчих цін по області було зафіксовано у березні, квітні, липні та серпні на рівні 0,1–0,7%. Основною причиною формування динаміки цін у зазначений період було зниження цін на продукти харчування. Незначний ріст цін на 0,1–0,2% зафіксовано у лютому, червні та вересні–грудні минулого року. Основними факторами, що впливали на прискорення цінової динаміки на споживчому ринку були алкогольні напої і тютюнові вироби.

У 2013р. у порівнянні з груднем 2012р. індекс споживчих цін в Україні становив 100,5% при 99,8% – у 2012р. Починаючи з серпня і протягом трьох місяців поспіль спостерігалася дефляція на рівні 0,2–0,6%. Незначний ріст індексу споживчих цін зафіксовано у першому півріччі (0,1-0,2%).

Щодо ситуації у регіонах країни, то слід зазначити, що інфляційні процеси відбулися у містах Києві і Севастополі та у Донецькій, Луганській, Одеській, Миколаївській, Львівській, Дніпропетровській, Запоріжській, Кіровоградській, Херсонській, Черкаській областях, у всіх інших – спостерігалася дефляційна динаміка індексу споживчих цін. Найстабільніша цінова ситуація склалася у Тернопільській області (99,2%).

Ріст цін в області у 2013р. порівняно з груднем попереднього року відмічено майже по всіх основних групах обстежуваних товарів та послуг. Так, із 12 груп товарів і послуг, які формують загальний індекс споживчих цін, тільки продукти харчування, одяг і взуття та послуги транспорту, відпочинку і культури опустилися нижче позначки 100,0%.

**Продукти
харчування та
безалкогольні напої**

Гальмуючий внесок на формування індексу споживчих цін у 2013р. ініціювали продовольчі товари. Більше половини усіх сукупних витрат населення направляє на харчування, тому зниження споживчих цін на товари зазначеного сегменту відчутно вплинуло на величину загального індексу споживчих цін.

Продукти харчування та безалкогольні напої за рік у цілому подешевшали на 1,3% (у 2012р. – на 3,7%). Протягом січня, березня, квітня, липня та серпня місяців відбувалося зниження цін, яке у середньомісячному вимірі становило 0,5%.

Ціни на продукти харчування знизилися за рахунок високого рівня пропозиції на внутрішньому продовольчому ринку, який забезпечений високим врожаєм овочів і фруктів та розвитком інфраструктури зберігання і реалізації продовольчих товарів.

Слід відмітити, що тільки така соціально важлива група продуктів харчування, як молоко, сир та яйця, забезпечила негативний внесок на формування величини індексу споживчих цін в області. Подорожчання товарів зазначеної групи становило 5,4%, при зниженні цін на 8,5% – у 2012р. Втім цінова ситуація за окремими складовими цієї групи значно відрізнялася. Високі темпи приросту цін спостерігалися на масло вершкове (9,6%), молоко пастеризоване з підвищеним вмістом жиру (6,8%), сири м'які жирні (6,0%), сметану жирністю до 15% включно (5,6%), сметану з підвищеним вмістом жиру та кефір (5,4%). Серед причин такого становища в молочній галузі є постійне скорочення поголів'я великої рогатої худоби через низьку рентабельність виробництва. Як наслідок, знизився обсяг виробництва вихідної сировини для всіх молочних продуктів і відповідно зросли ціни на зазначені продукти. У той же час інші обстежувані товари зазначеної групи, а саме яйця, подешевшали на 0,7%.

На протязі 2013р. в області ціни на хліб та хлібопродукти знизилися на 1,1%, при – 1,5% у 2012р. Тільки у лютому та травні зафіксовано подорожчання хлібопродуктів на 0,1%. Визначальний вплив на цінову динаміку зазначеного сегменту справило зниження цін на борошно пшеничне (на 7,3%) та макаронних виробів з твердих сортів пшениці (на 4,0%). Серед круп найсуттєвіше подешевшала крупа гречана на 12,6%, пластівці вівсяні та крупи перлові, ячні відповідно 4,4% та 2,9%. Слід констатувати, що сталими були ціни на всі сорти хліба, за винятком хліба житнього, житньо-пшеничного, який подорожчав на 0,2%. Крім того, зросло в ціні пшоно – на 4,8%, макаронні вироби з м'яких сортів пшениці – на 2,8%. Розвиток цінових процесів у цьому сегменті відбувся під впливом зниження світових цін на зерно.

Поряд з тим, негативні цінові тенденції відбулися у групі на

кондитерські вироби з борошна, які в цілому за рік подорожчали на 1,5%, в основному за рахунок зростання цін на торти на 2,8%, печиво та вафлі – на 1,3%.

У 2013р. споживчі ціни на рибу та продукти з риби, в загальному подешевшали на 2,9%, при – 0,7% у 2012р. Зниження цін відбулося на рибу живу, охоложену на 6,1%, дещо менше, на рибу морожену – на 3,9%, філе мороженої риби – на 3,1%. Поряд з тим, консерви рибні в олії подорожчали на 2,9%, крабові палички – на 2,0%, оселедці – на 0,6%.

Цінова ситуація, що склалася на ринку м'ясних продуктів за 2013 рік відзначилася подешевшанням товарів зазначеної групи (99,8%).

Початок року відзначився незначним зростанням цін на м'ясо та м'ясопродукти на 0,2% у січні. Надалі, починаючи з березня по червень м'ясні продукти подешевшали. У вересні та жовтні зазначені товари зросли на 0,3% та 0,1% відповідно.

Відчутний вплив на формування величини індексу споживчих цін на м'ясні продукти мало подешевшання натуральних напівфабрикатів з яловичини на 3,2%, ковбас сирокочених – на 2,8%, субпродуктів курячих – на 2,3%, субпродуктів свинячих – на 2,2%, субпродуктів яловичих – на 2,1%. У той же час інші обстежувані товари зазначеної групи подорожчали, а саме: вироби з м'яса кулінарні на 2,6%, фарш курячий, вироби з м'яса делікатесні – на 2,1%, ковбаси варені вищого гатунку – на 1,2%, філе куряче – на 1,0%.

Зростання цін на олію та жири за 2013 рік на 0,8%, зумовлено насамперед подорожчанням цін на масло вершкове (на 9,6%), маргарину (на 2,6%) та олії оливкової (на 1,2%). У той же час стримуючу роль у цінових процесах на ринку олії та жирів відіграла динаміка цін на сало, олію соняшникову та спреди, яка за дванадцять місяців минулого року мала дефляційний характер.

Позитивні тенденції по області спостерігалися на ринку фруктів. Індекс споживчих цін товарів зазначеної групи склав 77,5%, при 87,4% – у 2012р. Сприятливий вплив на формування загальної величини даного показника справив виноград, який подешевшав на 34,9%, кавуни – на 29,4%, ківі – на 27,5%, апельсини, мандарини – на 19,4%.

Головним фактором у зниженні цін на продукти харчування в цілому відіграло здешевлення овочів на 10,9%, проте у 2012р. вони подешевшали на третину. Така динаміка пов'язана зі зростанням на продовольчому ринку пропозиції вітчизняної продукції. Серед зазначеної групи товарів найпомітніше подешевшали огірки у 2,5 рази. Водночас, у двічі подешевшали помідори, на третину – капуста білокачанна та перець солодкий. Натомість, відбулося зростання цін на картоплю (на 46,5%), буряк (на 20,6%).

Товари, що віднесені до групи цукор, джем, мед, шоколад та кондитерські вироби стали дорожчі для жителів області на 5,3%, при їх

здешевленні – на 4,4%. у 2012р. Серед них, цукор та морозиво подорожчали на 15,4% та 2,7% відповідно, ціни на інші товари подешевшали. Зокрема, шоколад на 5,3%, мармелад, зефір, халва – на 1,0%, цукерки шоколадні – на 0,3%.

Зростання цін на цукор пояснюється зниженням темпів виробництва цього товару і низьким рівнем експортних поставок.

На інші продукти харчування споживчі ціни подешевшали на 2,7% (у 2012р. подорожчали – на 0,3%). Сприятливий вплив на формування загальної величини зазначеного показника справили такі товари, а саме: часник подешевшав на 24,8%, спеції – на 5,9%, кетчуп томатний – на 2,6%, майонез – на 2,4%. Разом з тим, вода питна і кава розчинна подешевшали на 0,5% та 0,2% відповідно.

Водночас динаміка цін на безалкогольні напої у 2013р. мала інфляційний характер, зокрема безалкогольні напої подорожчали на 2,8%, чай – на 2,1%, кава мелена – на 1,2%. Разом з тим, вода питна і кава розчинна подешевшали на 0,5% та 0,2% відповідно.

Алкогольні напої та тютюнові вироби

Приріст цін на алкогольні напої та тютюнові вироби за 2013р., порівняно з груднем 2012р., становив 7,5% і був значно вищим за відповідний показник 2012 року (2,4%). Загалом алкогольні напої стали дорожчі на 3,3%.

Підвищення цін стосувалося всіх видів алкогольних напоїв: пиво виготовлене за ліцензією подорожчало на 10,2%, вина кріплені – на 5,0%, горілка – на 4,6%, спирти – на 3,9%, коньяк ординарний – на 3,4%. Підвищення цін на коньяк і горілку відбулося відповідно до постанови Кабінету Міністрів України про збільшення мінімального розміру оптово-відпускних та роздрібних цін.

Тютюнові вироби подорожчали у 2013р. на 12,9% (у 2012р. – на 1,3%). В середині групи спостерігалися такі тенденції: сигарети з фільтром преміум класу подорожчали на 13,6%, медіум класу – на 13,4%, вітчизняних марок – на 12,5% та сигарети без фільтру – на 4,0%.

Одяг і взуття

На споживчому ринку одягу і взуття по області за 2013р. спостерігалися дефляційні процеси, а саме одяг подешевшав на 3,8%, взуття – на 0,2%. Таке зниження цін на одяг відбулося внаслідок подешевшання курток чоловічих шкіряних на 21,6%, виробів з натурального хутра жіночих – на 18,9%, блузок дівчачих – на 12,9%, сорочок хлопчачих – на 12,2%, комбінезонів дитячих – на 11,9%.

Водночас, літнє взуття жіноче подешевшало на 7,6%, літнє взуття дитяче – на 7,2%, черевики утеплені чоловічі – на 4,0%, туфлі модельні жіночі – на 3,2%.

Транспорт

Позитивну тенденцію за 2013р. по області продемонстрував транспорт, де ціни (тарифи) подешевшали на 0,4%. Головним важелем формування зазначеного показника виступають ціни на ринку нафтопродуктів. Максимальне подешевшання зафіксовано на дизельне пальне на 4,6%, на бензин марки А-92, А-93 – на 3,4%, бензин марки А-95 – на 2,8%, бензин марки А-76, А-80 – на 1,2%.

Подешевшання цін на паливо та мастила відбулося у зв'язку зі зниженням світових цін на нафту.

Разом з тим, автомобілі подорожчали на 2,6%, з них, легкові автомобілі, вироблені в країнах СНД – на 4,4%, вироблені в країнах ЄС – на 4,3%, вироблені в Японії – на 1,4%. Крім того, курси водіїв стали дорожчі на 5,1%. Помітно подорожчав проїзд у міському транспорті на 4,6%, проїзд у поїзді міжміського сполучення у межах України – на 4,4%.

Освіта

Зростання цін у сфері освіти на 2,4% (проти 5,6% у 2012р.) було одним із негативних чинників впливу на розвиток цінових тенденцій в області за 2013р. У зазначеному сегменті максимальне подорожчання зафіксовано на послуги середніх навчальних закладів – на 9,2%. Водночас, прискорюючу роль відіграло підвищення вартості навчання на підготовчих курсах до вступу у ВНЗ (очна форма навчання, 3-4 дисципліни на вибір) на 5,0%, плата за отримання вищої освіти всіх ступенів – на 2,5%.

Охорона здоров'я

За 2013р. приріст цін на послуги закладів охорони здоров'я становив 1,2% при 0,8% у 2012р. Таке подорожчання зумовлено внаслідок зростання цін на фармацевтичну продукцію на 1,9%, саме: мазі вітчизняні подорожчали на 7,3%, жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні – на 6,4%, гормональні препарати – на 5,7%, антибіотики імпортовані – на 5,3%, мазі імпортовані – на 5,1%, антибіотики вітчизняні – на 4,2%, вітаміни вітчизняні – на 3,9%. Тим часом, зменшилися в ціні лейкопластирі на 2,3%, судинорозширювальні засоби імпортовані – на 1,0%. Вартість послуг медичних лабораторій (загальний розгорнутий аналіз крові) подорожчала на 1,6%, аналогічно вартість консультативних послуг (УЗД органів черевної порожнини) – на 1,3%.

Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива

Серед тарифів на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива за 2013р., порівняно з груднем минулого року, подорожчання зафіксовано на квартирну плату на 5,4%.

Тим часом, тарифи на електроенергію, природний газ, водопостачання, каналізацію на протязі року залишалися незмінними.

**Предмети
домашнього вжитку,
побутова техніка**

У 2013р., порівняно з груднем попереднього року, загальний індекс приросту цін на предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла склав 100,6%. Таке зростання у першу чергу зумовлено подорожчанням засобів побутової хімії на 4,0%, постільної білизни – на 3,0%, мікрохвильових печей – на 2,8%, посуду металевого – на 1,6%. Водночас, побутова техніка стала дешевшою на 3,0%, серед них, кондиціонери повітря – на 8,7%, електрочайники – на 5,3%, пральні машини – на 4,8%, холодильники – на 3,8%.

Зв'язок

Загальний ріст цін на послуги зв'язку по області становив 100,3% (100,6% у 2012р.), і був зумовлений подорожчанням абонентної плати за користування телефоном на 7,1%. У той же час, стримуючу роль цінових процесів у сфері зв'язку відіграло зниження цін на мобільні телефони на 11,1%. Вартість міжміського телефонного зв'язку подешевшала на 5,2%.

**Відпочинок
і культура**

Одним із позитивних чинників, що вплинув на цінову тенденцію споживчого ринку області у 2013р., була відносна стабільність цін на товари та послуги, призначені для відпочинку та культурного розвитку. Загальне зниження цін у цій групі становило 0,6%. Така цінова ситуація була зумовлена помітним подешевшанням аудіотехніки, фотоапаратури та обладнання для обробки інформації. Так, ціни на DVD-плеєри знизилися на 4,0%, фотоапарати – на 3,4%, телевізори – на 3,2%, ноутбуки – на 3,0%. Тим часом, газети подорожчали на 3,1%, принтери та ручки – на 1,8%, фотопослуги – на 0,8%.

**Ресторани
та готелі**

Серед інших факторів, які формували загальний показник індексу споживчих цін по області за 2013р. було подорожчання вартості харчування поза домом на 1,5%. Підвищення цін на окремі продовольчі товари та енергоносії призвело до зростання цін у мережі підприємств громадського харчування. Зокрема, страви у барах подорожчали на 3,0%, у закладах швидкого харчування – на 2,1%, у ресторанах – на 1,3% та кафе – на 0,8%. Разом з тим, вартість проживання в одному номері готелю (включаючи сніданок) подешевшала на 1,1%.

**Різні товари
та послуги**

До несприятливих факторів, які вплинули на цінову динаміку на споживчому ринку області було зафіксовано подорожчання ритуальних послуг (копання могили) на 6,7%. Крім того, інші прилади та товари для особистого догляду зросли в ціні на 0,9%, серед них, шампуні –

на 3,1%, зубні пасти – на 1,7%, засоби макіяжу – на 1,3%, туалетний папір – на 1,1%.

***Заходи врегулювання
цінової ситуації***

Органами виконавчої влади на місцях здійснюється постійний моніторинг цін на основні продукти харчування, оперативно аналізуються причини підвищення цін на них та вживаються заходи щодо недопущення безпідставного їх зростання.

Крім того, органами виконавчої влади проводяться роботи з місцевими виробниками, оптовими постачальниками продовольчих товарів та підприємствами роздрібною торгівлі щодо недопущення підвищення цін на продовольчі товари. Так, позитивно на цінову ситуацію в області впливає проведення продовольчих ярмаркових заходів. У містах та населених пунктах області налагоджено практику проведення постійно діючих продовольчих ярмарків та ярмарків вихідного дня. До участі у ярмарках залучаються сільськогосподарські підприємства, споживчої кооперації, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи та інші, які реалізують продукцію власного виробництва.

Щомісяця проводиться оцінка споживчого попиту та ресурсного наповнення ринків основних видів продовольства (цукру, пшениці та жита, борошна пшеничного, крупи гречаної, олії соняшnikової, вершкового масла, яловичини та свинини, м'яса птиці, молока, яєць курячих).

Питання цінової ситуації на споживчому ринку в області розглядається на засіданнях колегії облдержадміністрації. Для забезпечення стабільності цінової ситуації на внутрішньому ринку в райдержадміністраціях, міськвиконкомах проводяться наради-зустрічі з місцевими виробниками борошна та хліба, підприємствами роздрібною торгівлі щодо недопущення безпідставного зростання цін. Укладено Меморандум порозуміння з виробниками борошна та хліба.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЯСНЕННЯ

Індекс споживчих цін (ІСЦ) характеризує зміни у часі загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого (власного) споживання. Він є показником зміни вартості фіксованого набору споживчих товарів та послуг постійної якості з постійними характеристиками у поточному періоді порівняно з базисним.

ІСЦ дозволяє відслідковувати та визначати тенденції інфляційних процесів в економіці області та країні в цілому. Індeksi споживчих цін обраховуються на основі даних вибіркового статистичного спостереження за зміною цін на підприємствах торгівлі та сфери послуг усіх форм власності та ринках. Споживчий набір, на основі якого розраховуються індeksi споживчих і роздрібних цін, визначається централізовано Держкомстатом України і з січня 2007р, охоплює 263 товари-представники і 42 види послуг-представників. До його складу, в першу чергу, входять найбільш представницькі та найважливіші для споживання домогосподарств товари та послуги. Спостереження за динамікою цін проводиться тільки на нові товари, як вітчизняного, так і закордонного виробництва, крім "елітних" товарів, ювелірні вироби з діамантами, дорогі марки імпортованих автомобілів, меблі, горілчані вироби тощо.

Методологія розрахунку індексу споживчих цін в Україні заснована на засадах, визначених на Чотирнадцятій міжнародній конференції статистиків праці у 1987р, у "Резолюції з питань індексів споживчих цін" і є загальноприйнятою в світі.

На початку розрахунку індексу визначаються короткотермінові (індивідуальні) індeksi цін на кожний товар-представник (послугу). Індивідуальні індeksi агрегуються в товарні групи. Базою зважування є розрахункова структура споживчих витрат домогосподарств.

Для розрахунку ІСЦ використовується модифікована формула Ласпейреса, яка порівнює вартість споживчого набору у поточному періоді з вартістю цього ж набору у базисному періоді. Ця формула є більш універсальною порівняно зі стандартною формулою Ласпейреса, оскільки в ній використовується безперервний ланцюг розрахунків. Індекс цін за квартал, період з початку року тощо визначається «ланцюговим» методом.

Статистичне спостереження за змінами споживчих цін і тарифів проводиться на вибірковій основі. Побудова ІСЦ складається з таких основних етапів:

- формування споживчого набору товарів (послуг)-представників;
- відбір територій;
- відбір базових підприємств;
- визначення порядку збору інформації про ціни і тарифи;

- формування вагової структури;
- розрахунок середніх цін (тарифів) та індивідуальних індексів цін (тарифів) на товари (послуги);
- розрахунок індексу споживчих цін,

Розрахунок ІСЦ проводиться на основі даних щодо змін цін (тарифів), одержаних шляхом щомісячної реєстрації цін (тарифів) на споживчому ринку, та даних про структуру фактичних споживчих грошових витрат домогосподарств – основного джерела інформації для формування вагової структури.

Відбір товарів та послуг-представників проводиться таким чином, щоб індекс відображав динаміку цін значно більшого числа товарів та послуг, які купують домогосподарства, оскільки з багатьма близькими видами товарів та послуг відбуваються схожі цінові зміни. До споживчого набору включаються товари і послуги незалежно від того, регулюються (встановлюються) ціни (тарифи) на них, чи носять вільний (ринковий) характер, а також окремі товари і послуги, які відносяться до непершочергових потреб (легкові автомобілі, ювелірні вироби з золота, тощо). Товари та послуги, що є малоприйнятними з моральної або соціальної точки зору, але користуються значним попитом у населення, також включаються до набору, оскільки вони складають суттєві статті витрат домогосподарств (наприклад, алкогольні напої, тютюнові вироби).

Дані про ціни (тарифи), отримані шляхом щомісячної їх реєстрації, є первинною базою для розрахунку індексу споживчих цін. Вони збираються рівномірно протягом періоду реєстрації з метою отримання повної інформації щодо цінових коливань, які відбулися за цей проміжок часу. При цьому ціна одного й того самого конкретного товару (послуги) у звітному місяці на одному й тому ж підприємстві торгівлі, сфери послуг та ринку реєструється у ті ж числа, що і у попередньому місяці.

Реєстрації підлягає фактична ціна конкретного товару (послуги), що реалізується на споживчому ринку з урахуванням податків, які сплачує населення (ПДВ, акциз та інші непрямі податки).

На основі зареєстрованих цін визначаються середні ціни та індивідуальні індекси на кожний товар (послугу)-представник у кожній адміністративно-територіальній одиниці та регіонах за поточний та попередній місяці, які є базою для розрахунку індексів споживчих цін по регіонах і країні у цілому.

Базисний період індексу – період часу, для якого значення індексу приймається за 1,0 або 100%.

Базове підприємство – підприємства торгівлі, сфери послуг, ринки, де здійснюється реєстрація цін (тарифів) на споживчі товари (послуги).

Вагова структура (вагові коефіцієнти) – частка споживчих витрат на купівлю товарів (послуг)-представників, яка визначена на основі фактичних споживчих грошових витрат домогосподарств.

Вибірка – група чи частина одиниць досліджуваної сукупності, які

відібрали, вважаючи, що вона буде репрезентативною (представницькою) для всієї цієї сукупності.

Вид товару, його властивості – повна, докладна характеристика товарів (послуг), що відібрані для спостереження.

Група товарів (послуг) – сукупність товарів (послуг)-представників, які об'єднані за споживчим призначенням та походженням.

Груповий індекс – індекс для групи товарів (послуг), який є середньозваженим індивідуальних індексів товарів (послуг)-представників.

Дефляція – вилучення з обігу надлишкової грошової маси, випущеної у період інфляції, що супроводжується загальним зниженням цін на товари і послуги.

Домогосподарство – сукупність осіб, які спільно проживають в одному житловому приміщенні або його частині, забезпечують себе всім необхідним для життя, ведуть спільне господарство, повністю або частково об'єднують та витрачають кошти, Домогосподарство може складатися з однієї особи.

Економічний район – угруповання регіонів, запропоноване Радою по вивченню продуктивних сил у рамках програми "Україна 2010".

Зважування – метод індексних розрахунків для одержання зведених показників з індивідуальних елементів, кожному з яких надається визначене значення, або вага, у загальній їх сукупності.

Індекс цін – відносний показник, виражений у коефіцієнтах або відсотках, що характеризує зміну цін у часі (індекс динаміки) або у просторі (територіальний індекс).

Індивідуальний індекс – індекс, отриманий на основі середніх цін товару (послуги)-представника у звітному та попередньому місяцях.

Інфляція – знецінювання грошей і безготівкових коштів, що супроводжується ростом цін на товари і послуги.

Міські поселення – міста Київ, Сімферополь, Севастополь, обласні центри, райцентри та інші міста.

Порівнянна ціна (тариф) – ціна (тариф) на товар (послугу) з конкретними споживчими властивостями, зареєстрована в звітному і попередньому місяцях в одному і тому ж базовому підприємстві.

Поточна (звітна) ціна – ціна в означений період часу в базовому підприємстві на момент її реєстрації.

Реєстрація цін – метод збору інформації щодо цін (тарифів) на товари (послуги), що включені до споживчого набору, на відібраній сукупності базових підприємств шляхом їх відвідування.

Реальна заробітна плата – характеризує кількість товарів та послуг, що можна придбати на номінальну заробітну плату.

Середня ціна по регіону – середньозважена ціна, розрахована на основі середніх цін на товар (послугу)-представник, зареєстрованих в міських поселеннях.

Середня ціна (тариф) товару (послуги)-представника – середній рівень ціни розрахований на базі зареєстрованих цін (тарифів) на конкретні товари (послуги) в базових підприємствах.

Споживча ціна (тариф) – фактична ціна (тариф) на товар (послугу), реалізовані у вільному продажу в базових підприємствах з урахуванням ПДВ, акцизу та інших непрямих податків.

Споживчі грошові витрати домогосподарств – грошові витрати домогосподарств на купівлю продуктів харчування, алкогольних та тютюнових виробів, товарів та послуг (одягу та взуття, оплату житла, води, газу, електроенергії та інших видів палива; меблів, предметів домашнього вжитку, побутової техніки та товарів для щоденного обслуговування житла; витрати на охорону здоров'я, транспорт, зв'язок, відпочинок та культуру, освіту тощо).

Споживчі товари (послуги) – товари (послуги), що використовуються населенням, для особистого або загальносімейного споживання.

Споживчий набір товарів (послуг)-представників (набір) – єдиний для всіх регіонів країни репрезентативно відібраний перелік товарів та послуг, що найчастіше споживаються населенням.

Споживання – це процес, при якому товари або послуги використовуються споживачами для задоволення власних потреб та бажань, Споживання вимірюється, виходячи з вартості товарів та послуг, використаних повністю або частково за певний період часу, чи з вартості товарів та послуг, куплених або придбаних будь-яким іншим шляхом для цілей споживання.

Товар (послуга)-представник – це сукупність видів товарів (послуг), які є однорідними за своїми споживчими властивостями та призначенням і мають однакові тенденції щодо зміни цін.

Товарооборот – обсяг продажу споживчих товарів населенню через роздрібну торгову мережу та мережу ресторанного господарства.

Номінальна заробітна плата – нарахування працівникам у грошовій та натуральній формі за відпрацьований час або виконану роботу: тарифні ставки (посадові оклади), премії, доплати, надбавки, а також інші види оплати за невідпрацьований час, Вона включає обов'язкові відрахування із заробітної плати працівників: податок з доходів фізичних осіб, внески на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Фізична особа-підприємець – зареєстрована в установленому порядку фізична особа з метою здійснення підприємницької діяльності.

Ціна – грошове відображення вартості товару (послуги) за його кількісну одиницю.

Юридична особа – організація, створена і зареєстрована у порядку, встановленому законодавством.