ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА»

АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра «Финансы и налогообложение»

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**Инфляционные процессы на потребительском рынке Тамбовской области**

ТАМБОВ 2008

**Введение**

Актуальность темы. Коренные изменения в экономике России, связанные с переходом на рыночные основы хозяйствования, привели к радикальной смене прежнего механизма управления.

Переход нашей экономики на рыночные отношения резко повысил значение денег. Проблемы денежного хозяйства становятся основными и в практических мероприятиях по реконструкции народного хозяйства, и в теоретических исследованиях. Поэтому, несмотря на оживленное обсуждение указанных вопросов на страницах экономической прессы, актуальность их не уменьшается. Большое число действующих факторов на инфляционные процессы затрудняют выработку правильной денежной политики.

Как показывает опыт нашей страны, а также других стран, переход на рыночные отношения сопровождается быстрым ростом цен, усилением действия инфляционных факторов. Очень важно правильно оценить, является ли сам переход на рыночные отношения причиной углубления инфляции или при этих отношениях накопленный ранее инфляционный потенциал получает свое реальное выражение.

Очевидно, что в условиях рыночных отношений возможности искусственного сдерживания инфляции резко сокращаются. Вместе с тем непоследовательность в принятии решений по переходу к рынку, непродуманность некоторых шагов усугубляют имеющиеся трудности, усиливают инфляционные процессы.

Опыт многих стран показал, что длительное функционирование централизованного планирования, как правило, приводит к нарушению сбалансированности материальных и денежных потоков.

Одним из спутников современной экономики является инфляция, которую определяют как обесценивание денег в результате роста цен. Инфляция – явление сложное. Не только по причинам, но и по социальным и экономическим последствиям. Высокая инфляция является негативной составляющей всего процесса перехода от прежней командной к новой рыночной экономике. Поэтому борьба с инфляцией и ее результативность неразрывно связаны с ключевыми вопросами проведения курса реформ.

В этой ситуации все большее значение и актуальность приобретают проведение научных исследований и разработка практических рекомендаций в области расчёта индекса потребительских цен (уровня инфляции).

Степень разработанности проблемы. Теоретические аспекты расчёта индекса потребительских цен в целом и индекса потребительских цен по товарам и платным услугам в частности в последнее время привлекают большое число специалистов. Достаточно широко рассмотрены проблемы методологии расчёта индекса потребительских цен на товары и платные услуги в трудах Иванова Ю., Красавиной Л.Н., Назарова М.Г., Суринова А.Е., Тактарова Г.А. и др.

Однако, ряд вопросов, касающихся формирования потребительского набора товаров и платных услуг не нашло достаточного отражения в отечественной литературе. Относительно мало рассмотрена роль потребительского набора товаров и платных услуг для малообеспеченных слоёв населения. Таким образом, недостаточная разработанность вышеуказанных теоретических и практических вопросов определили выбор темы и основные направления исследования.

Цель и задачи исследования. Целью дипломного проекта является исследование инфляции как явления.

В соответствии с этой целью в проекте требуется решить ряд следующих взаимосвязанных задач:

- раскрыть сущность инфляции и дать характеристику её факторов;

- изучить современную динамику цен на товары и платные услуги, сложившуюся на потребительском рынке;

- провести мониторинг современного состояния уровня инфляции Тамбовской области;

- проанализировать основные показатели уровня инфляции и ценовые процессы, происходящие в Тамбовской области;

- разработать предложения и рекомендации по совершенствованию методологии расчёта индекса потребительских цен (уровня инфляции).

Объектом исследования выступает уровень инфляции, как один из основных показателей, характеризующий экономику Тамбовской области.

Предметом исследования является инфляционный процесс, происходящий на потребительском рынке товаров и платных услуг Тамбовской области.

Практическая значимость проведенного исследования состоит в том, что его основные положения и выводы сформулированы в виде конкретных рекомендаций по анализу и прогнозу ценовых процессов экономики области. Практическая реализация разработанных рекомендаций будет способствовать формированию обоснованной ценовой политики в области потребительского рынка товаров и услуг, разработки региональных программ развития экономики Тамбовской области. Результаты мониторинга современного состояния уровня инфляции в Тамбовской области возможно использовать региональными органами власти и управления, а также в преподавании ряда разделов и тем учебных курсов экономики, экономической теории и ряду других дисциплин.

Структура и объем работы. Дипломный проект состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Работа изложена на 114 страницах, содержит 8 таблиц, 8 рисунков, 4 приложения. Список использованной литературы включает 39 источников.

**Глава 1. Определение инфляции**

**1.1 Понятие инфляции, причины, типы и виды инфляции, факторы на неё влияющие**

От чего же зависит количество денег, необходимое для обеспечения товарного обращения? Прежде всего, от суммы цен товаров, которые подлежат реализации в течение определенного периода, скажем года. Чем больше товаров, тем больше требуется денежных единиц для их реализации.

Количество денег в обращении зависит от скорости оборота каждой денежной единицы. Это связано с тем, что одна и та же сумма денег может обслужить большее или меньшее число актов купли - продажи.

Превышение количества денежных единиц, находящихся в обращении, над суммой товарных цен и появление в результате этого денег, не обеспеченных товарами, означает инфляцию. Она приводит к росту цен на товары (явному или скрытому). Поэтому индекс потребительских цен - один из главных и наиболее наглядных показателей наличия или отсутствия инфляции, ее глубины. Инфляция может вызываться разными факторами. Это и выпуск излишнего количества денежных единиц, и отставание производства товаров от роста платежеспособного спроса, и поступление на рынок товаров, не пользующихся спросом.

Инфляция – это обесценивание денег в результате роста цен.

Инфляция - это денежное явление, но она не ограничивается обесцениванием денег. Она проникает во все сферы экономической жизни и начинает разрушать эти сферы. От нее страдает государство, производство, финансовый рынок, но больше всех страдают люди. Во время инфляции происходит:

- обесценивание денег по отношению к золоту;

- обесценивание денег по отношению к товару;

- обесценивание денег по отношению к иностранной валюте.

Еще одно определение инфляции мы можем прочитать в современных американских учебниках.

Инфляция - это повышение общего уровня цен. Это, конечно, не означает, что повышаются обязательно все цены. Даже в периоды довольно быстрого роста инфляции некоторые цены могут оставаться относительно стабильными, а другие падать. Одно из главных больных мест - это то, что цены имеют тенденцию подниматься очень неравномерно. Одни подскакивают, другие поднимаются более умеренными темпами, а третьи вовсе не поднимаются.

Инфляция измеряется с помощью индекса цен. Индекс цен определяет их общий уровень по отношению к базовому периоду.

Темп инфляции для данного года можно вычислить следующим образом: вычесть индекс цен прошедшего года из индекса цен этого года, разделить эту разницу на индекс прошедшего года, а затем умножить на 100.

индекс цен т.г. - индекс цен прошедшего года

Темп инфляции = ----------------------\* 100%

этого года - прошедшего года

Для того, чтобы экономика не переживала инфляционных кризисов:

- должно быть постоянное равновесие государственного бюджета;

- центральный банк должен вести идеальную политику;

- государство не должно вмешиваться в распределение доходов;

- страну должны населять граждане со здоровой рыночной психологией, люди, лишенные инфляционных ожиданий.

Все многообразие интерпретаций причин российской инфляции можно свести к двум крайним точкам зрения: инфляции присуща монетарная, денежная природа; инфляция имеет немонетарную или, по крайней мере, не только монетарную природу. Одни экономисты отмечают, что в нашей стране не избыточная денежная масса обусловила повышение цен, а освобождение цен заставило денежную массу адаптироваться к ценовой динамике. Однако Д.В. Орусов считает, что причиной инфляции является денежный фактор, то есть превышение предложения денег над товарным предложением как результат нерационального финансирования предприятий и дальнейшего замораживания их средств.1)

Причину инфляции нужно искать так же в трех видах монополий:

1) государственная монополия на эмиссию денег;

2) профсоюзная монополия;

3) монополия крупных фирм на определение цены и собственных издержек.

Эти три вида монополий связаны между собой и каждая из них может нарушать баланс спроса и предложения.

Причины инфляции могут лежать и вне государства, их нужно искать в мировой торговле тоже.

Основными причинами инфляции, точнее стагфляции, являются:

Унаследованные от прежней системы глубокие диспропорции в экономике и огромный «отложенный спрос»;

Монополизм производителей во многих его проявлениях;

Низкая эффективность производства и конкурентоспособность продукции не только на внешнем, но и на внутреннем рынке;

Неадекватный конкурентным условиям страны курс реформирования экономики, появляющийся в том, что долгосрочные стратегические национальные интересы страны были подменены средствами достижения этих целей. «Переход» к рынку из средства превратился в самоцель;

Растущий дефицит государственного бюджета и превращение государственного долга в инструмент перекачивания средств налогоплательщиков в сейфы отечественных и зарубежных кредиторов государства;

Превращение финансовых и валютных спекуляций в основную и самую прибыльную сферу приложения свободного капитала;

Превращение кредитно-банковской системы из инструмента, питающего реальную экономику дополнительными финансовыми ресурсами, в инструмент, обескровливающий ее;

Неэффективная занятость, открытая и скрытая безработица. Инфляционная спираль: « зарплата – цены – зарплата» и «цены – зарплата – цены»;

Беспрецедентное по продолжительности и глубине падение производства. Рост цен и кризис финансов. Рост государственного долга –подхлестывание инфляции, подавление производства;

Однобокая жесткая денежно-кредитная политика и подавление производства;

Импортируемая инфляция. Рост импортной и экспортной зависимости. Падение курса национальной валюты. Зависимость цен и развития производства от капризов валютного курса;

Всеобщее недоверие в обществе и огромные инфляционные издержки.

Для того чтобы преодолеть обозначенные и другие подобные явления, надо иметь в виду, что мы имеем дело не с обычной инфляцией, а со стагфляцией, глубочайшим всеобщим кризисом, где важно ориентироваться не только на подавление инфляции, но и на подъем производства и сокращение безработицы.

Экономисты различают типы инфляции: инфляция спроса, инфляция предложения, импортируемая инфляция.

Инфляция спроса - это когда избыточный совокупный спрос приводит к завышенным ценам на постоянный реальный объем продукции.

Традиционно изменения в уровне цен объясняются избыточным совокупным спросом. Экономика может попытаться тратить больше, чем она способна производить. Производственный сектор не в состоянии ответить на этот избыточный спрос увеличением реального объема продукции, потому что все имеющиеся ресурсы уже полностью использованы. Поэтому этот избыточный спрос приводит к завышенным ценам на постоянный реальный объем продукции и вызывает инфляцию спроса. Суть инфляции спроса иногда объясняют одной фразой: "Слишком много денег охотится за слишком малым количеством товаров".

Инфляция спроса может быть обусловлена рядом причин:

- более быстрым ростом доходов, в том числе и заработной платы по сравнению с производительностью труда и выпуском продукции;

- милитаризацией экономики и ростом расходов;

- дефицитом государственного бюджета и ростом государственного долга;

- кредитной экспансией банков и других кредитных учреждений;

- притоком иностранной валюты в страну, которая после обмена на национальную валюту увеличивает объем денежной массы в стране.

Таким образом, инфляция спроса имеет место в том случае, когда рост цен вызван расширением совокупного спроса на рынке, в том числе она связана и с увеличением денежной массы.

Инфляция издержек, или уменьшение совокупного предложения, - это результат изменения издержек и совокупного предложения на рынке, т.е. это инфляция, вызванная ростом издержек производства или уменьшением совокупного предложения. Инфляция может также возникнуть в результате изменений издержек и предложения на рынке.

Теория инфляции, обусловленной ростом издержек, объясняет рост цен такими факторами, которые приводят к увеличению издержек на единицу продукции. Издержки на единицу продукции - средние издержки при данном объеме производства. Такие издержки можно получить, разделив общие затраты на ресурсы на количество произведенной продукции:

Повышение издержек на единицу продукции в экономике сокращает прибыли и объем продукции, который фирмы готовы предложить при существующем уровне цен. В результате уменьшается предложение товаров и услуг в масштабе всей экономики. Это уменьшение предложения, в свою очередь, повышает уровень цен. Следовательно, по этой схеме издержки, а не спрос взвинчивают цены, как это происходит при инфляции спроса.

Инфляция издержек производства имеет место в случаях:

роста издержек производства, связанных с резким повышением заработной платы, ухудшением условий добычи топливно-сырьевых ресурсов и т.п.;

снижения темпов роста производительности труда, вызванном циклическими колебаниями или структурными изменениями в производстве, ведущими к повышению издержек производства на единицу продукции;

снижения общего объема производства, вследствие чего растет доля постоянных и объем общих издержек производства на единицу выпускаемой продукции;

повышения издержек производства под влиянием повышения цен предприятиями-монополистами, особенно работающими в сфере добывающей промышленности, транспорта и топливно-энергетического комплекса;

повышения налогов, особенно косвенных, которые напрямую ведут к росту цен;

расширения сферы услуг, характеризующейся более высоким удельным весом заработной платы и более низким, чем в производстве, уровнем производительности труда.

Импортируемая инфляция может иметь место в ряде случаев:

в случае роста цен на импортируемые товары, будь то сырье, машины или потребительские товары;

превышение экспорта из страны над импортом и приток в страну иностранной валюты, которая либо непосредственно может выступать в качестве денег, либо скупается Центральным банком РФ в обмен на национальную валюту, т.е. актив платежного баланса увеличивает объем денежной массы в стране;

приток в страну иностранного капитала, особенно “горячих денег”;

резкое изменение (понижение) курса национальной валюты (девальвация). Это ведет к резкому повышению цен сначала на импортные, а затем и на товары отечественного производства (яркий образец того – девальвация российского рубля в августе 1998 г.).

Выше было сказано, что инфляцию можно условно подразделить на эти три характерные группы. Условно, потому что они переплетаются между собой. Например, резкое повышение заработной платы (без адекватного роста производительности труда) одновременно выступает как фактор расширения спроса (инфляция спроса) и как фактор повышения издержек производства (инфляция издержек).

Если мы будем рассматривать темпы роста цен, то можем выделить следующие виды инфляции:

1. Умеренная (ползучая). Цены растут на 10% в год, стоимость денег сохраняется, отсутствует риск подписания контрактов в номинальных ценах;

2. Галопирующая. Цены растут на 10-100% в год, деньги ускоренно материализуются в товары, контракты привязываются к росту цен;

3. Гиперинфляция. Цены растут астрономически (темп роста превышает 50% в месяц), расхождение цен и зарплаты, разрушается благосостояние даже обеспеченных слоев общества.

Некоторые экономисты боятся, что умеренная ползучая инфляция, которая может сначала сопутствовать оживлению экономики, потом, нарастая как снежный ком, превращается в более жесткую гиперинфляцию. Этот темп роста инфляции оказывает разрушительное воздействие на объем национального производства и занятость. Дело в том, что когда цены медленно, но постоянно растут, население и предприятия готовятся к их дальнейшему повышению. Поэтому, чтобы их неиспользованные сбережения и текущие доходы не обесценились, то есть, чтобы опередить предполагаемое повышение цен, люди вынуждены тратить деньги сейчас. Предприятия поступают так же, покупая инвестиционные товары. Поступки, диктуемые инфляционным психозом, усиливают давление на цены, и инфляция начинает кормить сама себя. Более того, поскольку стоимость жизни увеличивается, рабочие требуют и получают более высокую номинальную заработную плату. А профсоюзы стремятся к такому повышению заработной платы, которой хватило бы не только на то, чтобы покрыть прошлогоднее повышение цен, но и компенсировать инфляцию, которая ожидается в тот период, когда новый коллективный договор будет еще в силе.

Зарплата и повышение цен подкармливают друг друга, и это помогает ползучей инфляции перейти в галопирующую.

Кроме разрушительных последствий для перераспределения, гиперинфляция может ускорить экономический крах. Жестокая инфляция способствует тому, что усилия направляются не на производственную, а на спекулятивную деятельность. Предприятиям становится все более и более выгодным накапливать сырье и готовую продукцию в предвидении будущего повышения цен. Но несоответствие количества сырья и готовой продукции спросу на них ведет к усилению инфляционного давления. Вместо того чтобы вкладывать капитал в инвестиционные товары, производители и отдельные лица, защищаясь от инфляции, приобретают непроизводительные материальные ценности - ювелирные изделия, золото и другие драгоценные металлы, недвижимость и т.д.

В чрезвычайной ситуации, когда цены подскакивают резко и неравномерно, нормальные экономические отношения разрушаются. Владельцы предприятий не знают, какую цену на товары надо назначить. А потребители не знают, какую цену платить. Поставщики сырья хотят получить реальные товары, а не быстро обесценивающиеся деньги. Кредиторы стараются избегать своих должников, чтобы не получать возвращенный долг в дешевых деньгах. Деньги фактически теряют цену и перестают выполнять свои функции в качестве меры стоимости и средства обмена. Производство и обмен со скрипом двигаются к остановке и, в конечном итоге, может наступить экономический, социальный и, очень возможно, политический хаос. Гиперинфляция ускорят финансовый крах, депрессию и общественно-политические беспорядки. Она обычно связана с неразумной политикой правительства.

В зависимости от формы проявления различают открытую и скрытую инфляции. Открытая инфляция проявляется непосредственно в росте цен. Она измеряется индексом роста цен. Скрытая инфляция имеет место, когда цены искусственно удерживаются или замораживаются. Она проявляется в дефиците, невозможности свободно купить товар по замороженной цене, в появлении “черных рынков”, на которых дефицитные товары продаются по более высокой цене. Это ведет к перетоку товарных масс из открытой экономики в теневую. Инструментом сдерживания роста цен может выступать и практикуемая в России невыплата заработной платы, пенсий, пособий.

Существует соотношение роста цен по различным товарным группам:

1. Сбалансированная инфляция. Цены различных товарных групп относительно друг друга не изменены;

2. Несбалансированная инфляция. Соотношение цен товарных групп изменяется в разных процентах.

Также инфляцию можно подразделить на ожидаемую и неожиданную.

Инфляции и экономических кризисов не избежала ни одна страна. Даже самые тяжелые кризисы заканчивались, как правило, обновлением экономики и ее подъемом. Поэтому большинство исследователей рассматривают кризисы как переломный момент в научно-техническом, социальном, политическом и экономическом развитии. Исторические ситуации не повторяются однозначно, и поэтому даже собственный опыт нуждается в переосмыслении в сегодняшних условиях. Средства, которые помогли другим странам выйти из кризиса и преодолеть инфляцию, видимо, должны по-иному использоваться применительно к конкретной ситуации.

Прежде всего, надо по возможности наиболее точно поставить диагноз, какого вида инфляцию и кризис мы переживаем. Тогда можно будет оценить альтернативы выхода из сложившейся ситуации.

**1.2 Последствия инфляции**

Инфляция – явление сложное. Не только по причинам, но и по своим социально-экономическим последствиям. Причем совершенно очевидно, что эти последствия неодинаковы при ползучей, галопирующей и гиперинфляции.

Два самых важных источника инфляции, обусловленной ростом издержек - это увеличение номинальной зарплаты и цен на сырье и энергию.

Инфляция, вызванная повышением зарплаты, является разновидностью инфляции, обусловленной ростом издержек.

Если повышение зарплаты в масштабе всей страны не уравновешивается какими-либо противодействующими факторами, такими, как увеличение объема выпускаемой за один час продукции, то увеличатся издержки на единицу продукции. Производители ответят на это сокращением производства товаров и услуг, выбрасываемых на рынок. При неизменном спросе это уменьшение предложения приведет к повышению уровня цен. Этот тип инфляции называется инфляцией, вызванной повышением заработной платы.

Инфляция, вызванная нарушением механизма предложения, является следствием увеличения издержек производства, а следовательно и цен, которое связано с внезапным, непредвиденным увеличением стоимости сырья или затрат на энергию.

В реальном мире ситуация гораздо сложнее, чем простое разделение инфляции на два типа - инфляцию, вызванную увеличением спроса и инфляцию, обусловленную ростом издержек. На практике трудно различить эти два типа.

Большинство экономистов считают, что инфляция, обусловленная ростом издержек, и инфляция спроса отличаются друг от друга еще в одном важном отношении. Инфляция спроса продолжается до тех пор, пока существуют чрезмерные общие расходы. Инфляция, обусловленная ростом издержек, автоматически сама себя ограничивает, то есть либо постепенно исчезает, либо самоизлечивается. Инфляция, обусловленная ростом издержек, порождает спад, а спад в свою очередь сдерживает дополнительное увеличение издержек.

Сам факт инфляции - снижение покупательной способности денежной единицы, то есть уменьшение количества товаров и услуг, которые можно приобрести за эту денежную единицу, не обязательно приводит к снижению личного реального дохода или уровня жизни. Инфляция снижает покупательную способность денежной единицы, однако, ваш реальный доход или уровень жизни снизится только в том случае, если номинальный доход будет отставать от инфляции.

Инфляция наказывает людей, которые получают относительно фиксированные номинальные доходы. Иначе говоря, она перераспределяет доходы, уменьшая их у получателей фиксированных доходов и увеличивая их у других групп населения. Классическим примером являются пожилые супруги, живущие на частную пенсию или ренту, которые обеспечивают фиксированный ежемесячный размер номинального дохода.

Инфляция также ухудшит положение землевладельцев, получающих фиксированную ренту, потому что с течением времени они станут получать денежные единицы, имеющие меньшую стоимость. В меньшей степени жертвами инфляции окажутся некоторые белые воротнички, часть служащих государственного сектора, доходы которых определяются фиксированной тарифной сеткой, а также живущие на фиксированные доходы по социальному обеспечению и другие трансфертные доходы семьи.

Люди, живущие на нефиксированные доходы, могут выиграть от инфляции.

Номинальные доходы таких семей могут обогнать уровень цен или стоимость жизни, в результате чего их реальные доходы увеличатся. Рабочие, занятые в развивающихся отраслях промышленности и представленные мощными профсоюзами, могут добиться, чтобы их номинальная зарплата шла в ногу с уровнем инфляции или опережала его.

С другой стороны, от инфляции страдают и некоторые наемные рабочие. Те, кто работает в нерентабельных отраслях промышленности, могут оказаться в такой ситуации, когда рост уровня цен обгонит рост их денежных доходов.

Выигрыш от инфляции могут получить управляющие фирм, другие получатели прибылей.

Инфляция может также повлиять на владельцев сбережений. С ростом цен реальная стоимость или покупательная способность сбережений, отложенных на черный день, уменьшается. Во время инфляции уменьшается реальная стоимость срочных вкладов в банке страховых полисов, ежегодной ренты и других бумажных активов с фиксированной стоимостью, которых когда-то хватало, чтобы справится с тяжелыми непредвиденными обстоятельствами или обеспечить спокойный уход на пенсию.

Инфляция обесценивает денежные накопления и сбережения населения и предприятий. Даже тех средств, которые хранятся в банке, так как проценты по вкладам, выплачиваемые банками, отстают от темпов инфляции.

Как правило, инфляция ведет также к снижению текущих доходов основной массы населения. Дело в том, что номинальные доходы основной массы населения в условиях инфляции, как правило, растут медленнее, чем цены. Если же рост номинальных доходов выше, чем уровень инфляции, это значит, что реальные доходы данной группы населения увеличиваются.

Инфляция перераспределяет доходы между дебиторами и кредиторами, если, во-первых, она носит непредвиденный характер, во-вторых, выигрывают те, кто покупает в кредит недвижимость с рассрочкой платежа, в-третьих, инфляция влияет на кредиторов и должников, вступающих в кредитные отношения на короткий срок, в-четвертых, от инфляции выигрывает государство-должник, так как оно будет рассчитываться обесценивающимися бумагами.

А как же влияет инфляция на производство? Умеренная или ползучая инфляция, согласно кейнсианской теории, да и логике поведения субъектов рыночных отношений, может даже стимулировать спрос на товары и услуги, а значит, и производство. Но дальнейшее расширение производства может привести к полной загрузке мощностей и рабочей силы и к инфляционному скачку цен.

Следовательно, умеренная инфляция стимулирует производство, так как подстегивает всех расходовать деньги, чтобы быстрее превратить их в материальные ценности. Но галопирующая инфляция колоссально повышает риск и неуверенность в будущем, отбивает охоту к долгосрочным вложениям, перемещает капиталы из сферы производства, особенно с длительным циклом, в торговлю, валютные спекуляции и на рынок ценных бумаг. Кроме того, галопирующая инфляция ведет к росту издержек производства, компенсировать которые с помощью повышения цен на свою продукцию могут далеко не все предприятия.

А если взглянуть на инфляцию с макроэкономического уровня, выяснится, что подрывая покупательную способность денег, инфляция снижает платежеспособный спрос, а значит, сужает спрос и рынок сбыта товаров, закрывает возможности роста производства.

Депрессивное воздействие инфляции более всего проявляются на инвестиционном процессе. Результаты инвестиций в условиях галопирующей инфляции очень рискованны и непредсказуемы. Поэтому у предпринимателей и банков снижаются стимулы к инвестированию средств в производство. Кроме того, дорожает кредит в результате быстрого роста процентной ставки.

Инфляция тесно связана с валютным курсом. С одной стороны, в основе валютного курса лежит покупательная способность национальной валюты. Рост цен, инфляция ведут к падению валютного курса. Но, с другой стороны, валютный курс может оказать огромное влияние на развитие экономики, на динамику экспорта и импорта и на инфляцию. Резкое, почти трехкратное падение курса рубля в августе 1998 г. привело к такому же росту цен в России, причем не только на импортные товары, но и на товары российского производства.

Следует помнить, что сам факт инфляции – снижение покупательной способности денег, т.е. уменьшение количества товаров и услуг, которые можно купить на рубль, не обязательно приводит к снижению личного реального дохода, или уровня жизни. Инфляция снижает покупательную способность денег; однако реальный доход, или уровень жизни, снизится только в том случае, если номинальный доход будет отставать от инфляции.

Инфляция сокращает доходы людей, которые получают относительно фиксированные номинальные доходы. Она делает их просто беднее, и причем с каждым днем. Иначе говоря, она перераспределяет доходы, уменьшая их у получателей фиксированных доходов и увеличивая их у других групп населения.

Инфляция облегчает федеральному правительству реальное бремя государственного долга.

Для выработки логических и последовательных антиинфляционных мер любому государству нужна внятная и чёткая методология определения и расчёта индекса потребительских цен. В нашей стране используется методология определения индексов, одобренная Международным Валютным Фондом. Методологию определения показателей инфляции и общего индексного метода мы рассмотрим в следующей главе.

**Глава 2. Методология определения показателей инфляции – общая характеристика индексного метода**

**2.1 Понятие и сущность индексов**

Индекс – относительная величина среднего изменения двух состояний одного и того же явления, состоящего из совокупности элементов (товаров, ресурсов, цен и т.д.), не поддающихся суммированию.

Сравнительная характеристика такого рода явлений во времени или в пространстве не может быть произведена путем сопоставления их абсолютных или средних уровней. Для этого требуется применение особых приемов индексного метода.

С такими явлениями статистика имеет дело, например, когда возникает необходимость дать сводную характеристику изменения объема продукции, цен или других аналогичных явлений.

Для решения этих задач исчисляются индексы объема производства, цен и т.д.

Отдельными элементами в индексах выступают конкретные продукты, которые непосредственно не поддаются суммированию потому, что они берутся в натурально-вещественной форме. Например, нельзя сложить тепловозы с молоком, также как сопоставить цены за килограмм мяса и литр бензина.

Чтобы просуммировать подобного рода непосредственно несоизмеримые элементы, необходимо найти для них общую единицу измерения.

Отчетные данные, оцениваемые с помощью индексных методов сопоставляются с базисными данными прошлого года, нормативами, данными по другой совокупности или территории.

В зависимости от степени охвата подвергаемых обобщению элементов изучаемой совокупности индексы подразделяются на индивидуальные и сводные (общие и групповые).

Индивидуальные индексы характеризуют изменения отдельных элементов статистической совокупности, например, цен на отдельные товары, и являются по существу простыми относительными величинами динамики:

,

где P1и Po - цены отдельных товаров за отчетный и базисный периоды.

Сводные (общие) индексы выражают сводные (обобщенные) результаты совместного изменения всех единиц. Образующих статистическую совокупность (например цен разных товаров).



где Р1 и Р0 – цены отдельных товаров за отчетный и базисный периоды - индексируемая величина,

Ql - объем продукции и услуг, вес индекса.

При этом для различных целей в качестве весов используются как показатели

предыдущего (базисного - QO) периода, так и отчетного (текущего - Q1) периода.

При проведении индексных расчетов в зависимости от целей проводимой работы переменными величинами могут, выступать как стоимостные, так и натуральные показатели.

Индекс, как относительное число получается в результате сравнения двух абсолютных уровней изучаемого явления.

Если исчисляются динамические индексы, то это будут уровни различных периодов. Тот период, уровень которого сравнивается, называется отчетным (или текущим) периодом. Тот же период, с уровнем которого производится сравнение, называется базисным.

Таким образом каждый индекс, как общий, так и индивидуальный характеризует уровень изучаемого явления в отчетном периоде по сравнению с базисным. Если этот уровень в отчетном периоде больше, чем в базисном, то индекс больше 1 (или больше 100%), если уровень отчетного периода меньше базисного, то индекс меньше единицы (или меньшей 100%).

В первом случае разность между индексом, выраженном в процентах и 100%, показывает, насколько процентов уровень отчетного периода выше или больше уровня базисного периода, а во втором случае - разность между 100% и индексом, выраженном в процентах, характеризует на сколько процентов уровень отчетного периода ниже или меньше базисного.

Из общих индексов выделяются групповые индексы (субиндексы), изучающие только группу единиц в изучаемой статистической совокупности. Общие индексы дают сравнительную характеристику сложных явлений в целом.

Особенностью сводных (общих индексов) является то, что они обладают синтетическими и аналитическими свойствами.

Синтетические свойства индексов состоят в том, что посредством индексного метода производится соединение (агрегирование) в целое разнородных единиц статистической совокупности.

Аналитические свойства индексов состоят в том, что посредством индексного метода определяется влияние факторов на изменение изучаемого показателя. Использование индексов в аналитических целях – один из важных аспектов экономических разработок.

Индекс потребительских цен и тарифов на товары и услуги (ИПЦ) - характеризует изменение во времени общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления. Он измеряет отношение стоимости фиксированного набора товаров и услуг в ценах текущего периода к его стоимости в ценах предыдущего (базисного) периода.

Индекс потребительских цен является одним из важнейших показателей, характеризующих инфляционные процессы в стране, и используется в целях осуществления государственной финансовой и денежно-кредитной политики, анализа и прогноза ценовых процессов в экономике, пересмотра минимальных социальных гарантий населению, решения отдельных правовых споров.

Индекс потребительских цен применяется при пересчёте макроэкономических показателей из текущих цен в сопоставимые цены. Он исчисляется также с целью характеристики изменения потребительских расходов населения на товары и платные услуги в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом под влиянием изменения цен на эти товары и услуги по отдельным субъектам Российской Федерации и Российской Федерации в целом.

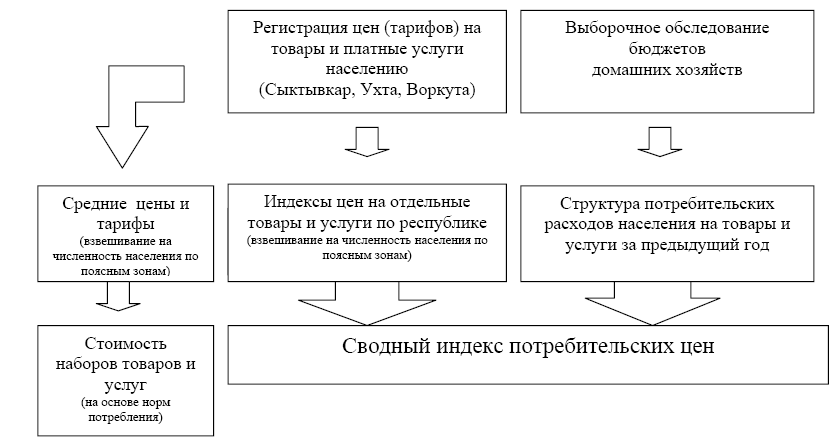


Рис. 1 - Схема движения информационных потоков для расчета ИПЦ

**2.2 Индексный метод в изучении динамики цен**

Коренные изменения в экономике России, связанные с переходом на рыночные основы хозяйствования, привели к радикальной смене прежнего механизма управления, в том числе и ценообразования. Эти изменения определили необходимость реформирования статистики цен.

Основы современной методологии статистики цен, соответствующей новым условиям экономического развития России и международным стандартам, были заложены к концу 1991 года (накануне либерализации цен в январе 1992 года). Внедрение этой методологии осуществлялось постепенно, по мере накопления опыта работы и изучения потребностей управления экономикой.

В этих условиях за последние несколько лет (а именно с момента либерализации цен в январе 1992 года) решается задача построения системы показателей статистики цен, характеризующих как уровень, так и динамику цен (тарифов) во всех секторах экономики.

Такая система позволяет в достаточной степени осуществлять комплексный анализ ценовых процессов не только внутри конкретной отрасли или сектора, но и экономики в целом.

Основные принципы организации статистического наблюдения за ценами базируются на единых методологических основах, соответствующих мировой практике. Вместе с тем российская статистика цен во многом адаптировала международный опыт отслеживания ценовых процессов с учетом особенностей экономики переходного периода.

Ключевыми направлениями при построении системы индексов цен (тарифов), отражающих инфляционные процессы в секторах экономики, были определены такие, как создание единых методологических подходов при расчете как средних цен, так и индексов цен.

Единые подходы при расчете системы индексов цен (тарифов) позволяют максимально точно сопоставлять их динамику на товары (услуги) во всех секторах экономики.

Статистика цен продолжает развиваться в направлении применения международных стандартов построения системы индексов и уровней цен,

расширяя сферу наблюдения за их динамикой в различных секторах экономики и продолжая перевод отдельных ее показателей на единые методологические принципы. Такая потребность в уточнении и совершенствовании методов наблюдения за динамикой цен во всех секторах экономики была во многом обусловлена существенным замедлением темпов роста цен и тарифов на товары и услуги во всех секторах экономики, что предъявляет дополнительные требования к повышению точности рассчитываемых индексов цен.

Сложившаяся к настоящему времени система статистического наблюдения за уровнем и динамикой цен явилась результатом реализации основной из задач, стоящих перед этим направлением статистики. Была создана логически стройная и внутренне непротиворечивая система индексов и уровней цен, разрабатываемых по единым основным методологическим принципам, во всех секторах экономики.

**2.3 Задачи статистики цен**

Статистика цен входит составной частью в социально-экономическую статистику, она изучает всю систему цен, действующую в сфере экономических отношений.

Цена является важнейшим стоимостным измерителем. Цену как объект изучения статистики цен, следует рассматривать с позиций макро- и микроэкономики. С позиций макроэкономики на цену воздействуют отраслевые пропорции, системы распределения национального дохода, налогообложения и кредитования, порядок формирования затрат и т.д. С микроэкономических позиций цена рассматривается как механизм, функционирующий на уровне конкретного предприятия, фирмы, с помощью которого можно обеспечить прибыль.

Цены формируются как в процессе производства, так и в процессе обмена товаров. Значение цен в экономическом механизме велико. Коренные изменения в экономике России и ее государственном устройстве, связанные с переходом на рыночные основы хозяйствования, привели к радикальной ломке прежнего механизма управления, в том числе и в ценообразовании. В условиях плановой экономики цены устанавливались централизованно. Система цен строилась по цепочке, последовательно переходя от продукции добывающих и сырьевых отраслей к продукции передельного цикла и товарам народного потребления.

Плановые цены отличались относительной устойчивостью, стабильностью. Но чем дольше они действовали, тем больше формировался отрыв конкретных цен от реальной величины затрат, тем больше цены превращались в «кривое зеркало», что приводило к еще большим ошибкам в планировании экономики. Эти противоречия решались, в основном, путем периодических пересмотров цен - общих (например, сметных норм и цен в строительстве в 1969 и в 1984 гг.), либо частичных - по отдельным прейскурантам или их группе (например, пересмотр оптовых цен на продукцию машиностроения и легкой промышленности в 1973 году).

Пересмотры прейскурантных цен в СССР были осуществлены в 1936, 1949, 1956, 1967, 1973, 1982, 1990, 1991 годах.

Проводимые централизованно пересмотры цен охватывали все виды (артикул, сорт, марка) продукции, включенной в прейскуранты, подвергавшиеся пересмотру.

В период между пересмотрами системы цен соблюдался принцип обеспечения их стабильности. С переходом на рыночные основы хозяйствования доминирующее положение заняли свободные цены.

В рыночной экономике цена широко реализует свою балансирующую функцию. Она заключается в том, что с помощью цен достигается баланс между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена должна заинтересовывать производителя в повышении качества и расширении ассортимента товаров с учетом спроса.

Сущность цены проявляется не только в ее балансирующей функции. Государством широко используется распределительная функция цены, которая предполагает возможность распределения и перераспределения произведенной стоимости между отдельными отраслями и секторами экономики, между различными регионами, отдельными социальными группами населения и т.д. Именно через эту функцию цены государство в значительной мере решает социальные проблемы общества.

Цена выполняет также критериальную функцию, поскольку является соизмерителем, с одной стороны, затрат, с другой - результатов труда. Соотношение между результатом и затратами характеризует эффективность затрат.

Не рассматривая подробно все функции цены в рыночном механизме хозяйствования, отметим лишь то, что они действуют не изолированно, а в сложном взаимодействии и взаимосвязи. В тесной взаимосвязи действуют в сфере экономических отношений и различные виды цен, составляющие единую систему цен, которые можно классифицировать. Так, например, с учетом сферы товарного обращения выделяются цены производителей и потребительские цены. Кроме того, цены можно классифицировать в зависимости от отраслевого признака, от назначения товаров и услуг, от уровня регулирования цен и т.д.

Статистика изучает всю систему цен. Общеэкономические условия и роль цен в условиях становления рыночного хозяйственного механизма предопределили роль статистики в общей информационной системе.

Для получения объективной информации о ценовых процессах потребовалось решить две проблемы:

- разработать принципиально новую систему сбора информации о ценах;

- совершенствовать систему показателей и методологию их расчета с учетом адаптации к международным стандартам.

Основы совершенствования методологии статистики цен были заложены к концу 1991 года (накануне либерализации цен в январе 1992 года). Внедрение этой методологии осуществлялось постепенно, по мере накопления опыта работы и изучения потребностей управления экономикой.

С момента либерализации цен (в январе 1992 года) решалась задача построения логической системы показателей статистики цен, которая реализует построение по единым методологическим принципам систему наблюдения за уровнем и изменением цен во всех секторах экономики.

Система показателей статистики цен представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодополняющих показателей, характеризующих различные стороны формирования и движения цен. Она должна быть достаточно устойчива, но в период становления рыночных отношений необходимы ее динамичность и непрерывное совершенствование. В этот период расширяется предложение, действует большое количество цен, что затрудняет получение информации о ценах на конкретные виды товаров, поэтому в системе показателей особое место занимают индексы цен, которые отражают изменение цен по обобщенным потокам товаров и услуг. В связи с этим в системе показателей особое место занимают индексы цен на товары и услуги. В анализе движения цен наряду с индексами используются и динамические ряды средних цен, позволяющие изучить соотношения цен на разные виды товаров. Важную роль в анализе ценовой информации играют пространственные ряды цен, на основании которых проводятся межрегиональные сопоставления уровней цен на одни и те же группы товаров, сопоставление уровней цен по различным каналам реализации товаров и т.д.

При статистическом изучении требуются разработка и анализ структуры цен определенных товаров. Они позволяют выявить сложившиеся условия производства и обращения, связи между производителями по технологической цепочке, распределительные отношения, реализуемые через цены в условиях свободного ценообразования.

Система показателей статистики цен используется не только для изучения ценовых процессов, но и при расчетах большинства стоимостных показателей отраслевого и макроэкономического уровней.

При построении системы показателей статистики цен предусматривается и определенная ее согласованность с показателями других направлений статистики (например, статистики промышленности, сельского хозяйства, капитального строительства, транспорта, торговли) и статистики, изучающей функциональные аспекты (например, потребление, уровень жизни, финансы). Проблемы разработки системы показателей, методологии сбора, обработки и анализа ценовой информации довольно сложны, и одним из перспективных направлений их решения является подготовка методической концепции статистики цен с учетом дифференциации экономических показателей в системе национальных счетов (СНС).

Задачи статистики цен на современном этапе можно сгруппировать исходя из следующих целей:

• изучение конъюнктуры рынка;

• выявление средней динамики цен (тарифов) на произведенные продукцию и услуги предприятиями всех секторов экономики;

• выявление средней динамики цен (тарифов), сложившейся на потребительском рынке;

• определение стоимости набора основных продуктов питания и фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения;

• элиминирование стоимостных макропоказателей от изменения цен (дефляция), например, ВВП и показателей CHCД;

• определение паритета покупательной способности валют для международных сопоставлений национального продукта.

**2.4 Основные принципы организации статистического наблюдения за ценами**

Одними из основных показателей, характеризующих инфляционные процессы в экономике России, являются индексы цен. Проблема отображения движения цен на продукцию, товары и услуги, как в потребительском, так и в производственном секторах экономики в статистической практике решается в комплексном варианте.

В этих условиях Госкомстат России за последние несколько лет (а именно с момента либерализации цен в январе 1992 года) решает задачу построения логической системы показателей статистики цен, характеризующих как уровень, так и динамику цен (тарифов).

Такая система позволяет в достаточной степени осуществлять комплексный анализ ценовых процессов не только внутри конкретной отрасли или сектора, но и экономики в целом.

Основные принципы организации статистического наблюдения за ценами базируются на единых методологических основах, соответствующих мировой практике, Вместе с тем российская статистика цен во многом адаптировала международный опыт отслеживания ценовых процессов с учетом особенностей экономики переходного периода.

Ключевыми направлениями при построении системы индексов цен (тарифов), отражающих инфляционные процессы в секторах экономики, были определены такие, как создание единых методологических подходов при расчете как средних цен, так и индексов цен.

Эти методологические подходы были сформулированы в Методических положениях по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен следующим образом:

• отбор базовых организаций для наблюдения за ценами (тарифами) на товары (услуги);

• формирование наборов товаров (услуг) - представителей с учетом максимального сближения номенклатурных позиций (формирование сквозной номенклатуры для всех секторов экономики);

• организация наблюдения за ценами (тарифами) по выборочной совокупности базовых организаций;

• единые временные параметры регистрации цен (тарифов) на товары и услуги (в конце отчетного месяца);

• единые принципы формирования базисных весов с ежегодным их пересмотром;

• расчет индивидуальных, групповых, отраслевых, региональных индексов цен и тарифов;

• общая для всей системы индексов цен (тарифов) формула расчета;

• построение всей системы индексов цен (тарифов) в разрезе субъектов Российской Федерации.

Для регистрации цен и тарифов на товары и услуги во всех секторах экономики отобраны в каждом субъекте Российской Федерации крупные, средние и малые организации.

В сферу наблюдения за ценами (тарифами) репрезентативно включаются организации всех форм собственности и организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, частные и т.д.).

Важной особенностью наблюдения за ценами (тарифами) является принцип репрезентативности выборки групп товаров и услуг для всех субъектов Российской Федерации.

Такой набор товаров и услуг для расчета каждого из всей системы индексов цен формируется на федеральном уровне и остается неизменным в течение длительного времени (как правило, не менее года).

На региональном уровне специалисты отбирают для наблюдения по

каждой позиции набора товаров-представителей несколько видов товаров с конкретными потребительскими свойствами, которые занимают значительный удельный вес либо в их объеме производства либо на потребительском рынке данного региона и предположительно будут либо производиться, либо предлагаться к продаже в течение продолжительного времени.

Территориальным органам Госкомстата России также предоставлено право расширять перечень товаров и услуг для регистрации цен. При этом зарегистрированная ценовая информация на товары (услуги), не включенные в установленный обязательный перечень, участвует в расчетах индексов цен только на региональном уровне.

Такой метод позволяет сохранить представительность регионального уровня в расчете индексов цен по важнейшим товарам и услугам, а также сводных индексов цен (тарифов) в целом по региону, и в то же время существенно уменьшить вероятность искажения этого показателя в связи с многочисленными досчетами недостающей информации при нестабильном производстве или предложении товаров.

В условиях продолжающегося роста цен ежемесячная их регистрация на товары (услуги) - представители проводится в конце отчетного месяца (с 20 по 25 число). По товарам и услугам, цены (тарифы) на которые не подвержены резким изменениям, регистрация может проводиться в более ранние сроки, но не более чем на один-два дня до установленного времени. Такой метод сбора информации в конце месяца позволяет более полно оценить рост цен в целом за месяц.

В условиях замедляющихся темпов роста цен повышаются требования к качеству собираемой ценовой информации, в связи с этим становятся более жесткими правила сбора информации об уровне цен и тарифов, а также требования по замене товаров в организациях, где регистрируются цены на наблюдаемый перечень товаров.

Расчет системы индексов цен в большинстве случаев производится с месячной периодичностью, реже с квартальной и годовой периодичностью. Ежемесячно рассчитывается вся система индексов цен к предыдущему месяцу, к декабрю предыдущего года, к соответствующему месяцу предыдущего года, нарастающим итогом с начала года к соответствующему периоду предыдущего года.

Расчет базисных индексов цен (тарифов) за квартал, полугодие, период с начала года, как правило, производится "цепным" методом, т.е. путем перемножения месячных индексов цен (тарифов).

**2.5 Статистическое наблюдение за уровнем и динамикой цен на товары-представители**

В ходе реформирования отечественной государственной статистики изменилась система сбора ценовой информации. До 1989 г. основным источником статистической информации о ценах была отчетность предприятий, поступающая в органы государственной статистики, по отдельным вопросам: себестоимость, рентабельность и т.д. В условиях сравнительно стабильных цен и мало меняющегося ассортимента товаров такой метод сбора информации в известной мере был оправдан.

С начала экономических реформ в практике отечественной статистики стал использоваться метод выборочного наблюдения за изменением цен по товарам - представителям. Вначале этот метод был внедрен при изучении динамики цен производителей продукции промышленности и потребительских цен, а затем и в других отраслях экономики.

Статистическое обследование потребительских цен и тарифов организуется на выборочной основе. Наблюдение за ценами и тарифами на товары и платные услуги на потребительском рынке и расчет индекса потребительских цен включает в себя следующие этапы работы:

- отбор населенных пунктов, в которых организуется наблюдение за потребительскими ценами на товары и услуги;

- отбор базовых организаций торговли и сферы услуг, в которых осуществляется регистрация цен и тарифов на товары и услуги;

- отбор товаров (услуг)-представителей;

- регистрация цен и тарифов;

- расчет средних цен (тарифов) на товары и услуги;

- формирование системы весов для расчета индекса потребительских цен;

- расчет индекса потребительских цен;

- подготовка ценовой информации для стоимостной оценки потребительской корзины, на базе которой проводится определение величины прожиточного минимума;

- расчет стоимости различных наборов потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения.

Расчет ИПЦ производится на базе информации, полученной из двух источников:

- данных об изменении цен, рассчитанных на основе их регистрации на потребительские товары и услуги, за каждый отчетный период;

- данных о структуре фактических потребительских расходов населения за предыдущий год, которые являются основным источником информации для формирования весов при расчете ИПЦ.

Наблюдение за потребительскими ценами проводится на территории всех субъектов Российской Федерации. Ценовая информация собирается в столицах республик, центрах краев, областей, автономной области, автономных округов, городах федерального значения и выборочно - в

районных центрах (городах, поселках городского типа, далее – «города»), отобранных с учетом их представительности в отражении социально-экономического и географического положения регионов и степени насыщенности потребительского рынка товарами и услугами. В соответствии с действующей методологией индекс потребительских цен на товары и услуги строится для городского населения.

Отбор городов для наблюдения за ценами в субъектах Российской Федерации осуществляется в соответствии со следующими критериями:

- общее число обследуемых населенных пунктов в субъекте Российской Федерации, как правило, должно находиться в пределах 2-4 городов;

- города, отобранные для наблюдения за ценами, должны отражать географические особенности региона и располагаться в различных его частях;

- в выборку не должны включаться города, расположенные в непосредственной близости друг от друга и от территориального центра, если уровни и динамика цен в этих городах не имеют принципиальных различий;

- отобранные для наблюдения за ценами города должны характеризоваться наличием устойчивого наполнения потребительского рынка товарами и услугами, входящими в перечень, принятый для ежемесячного наблюдения;

- численность населения городов, отобранных для ежемесячного наблюдения за ценами, суммарно должна составлять не менее 35% городского населения субъекта Российской Федерации.

На основании выработанных критериев формируется перечень населенных пунктов, в которых осуществляется сбор информации об уровне цен и тарифов на товары и услуги.

Наблюдение за ценами и тарифами на товары и услуги осуществляется в организациях торговли и сферы услуг, а также на вещевых, смешанных и продовольственных рынках, как в стационарных торговых заведениях, так и при передвижной торговле (палатки, киоски и т.д.).

Отбор базовых организаций торговли и сферы услуг, а также других объектов наблюдения за ценами (в частности объектов по реализации товаров, предоставлению услуг, принадлежащих физическим лицам) проводится специалистами органов статистики по согласованию с другими заинтересованными организациями в каждом городе, где организовано наблюдение за потребительскими ценами.

Для отбора базовых организаций могут быть использованы данные статистической отчетности, налоговых органов, организаций по управлению имуществом и других органов исполнительной власти.

При формировании выборочной совокупности организаций торговли и сферы услуг необходимо руководствоваться следующими требованиями:

- регулярность реализации отобранных для наблюдения товаров и видов услуг в базовых организациях;

- наблюдение за ценами (тарифами) проводится в организациях розничной торговли (включая комиссионные), общественного питания и сферы услуг всех форм собственности (государственной, муниципальной, частной, смешанной и общественных объединений, организаций) и организационно-правовых форм (АО, АОЗТ, ЗАО, ОАО, ООО, ТОО, ИЧП и т.п.);

- для организации наблюдения за ценами в каждом городе отбираются крупные, средние и малые организации торговли и сферы услуг, расположенные как в центральной части города, так и на его окраинах, с тем, чтобы в наблюдение попали организации с различными условиями торговли (обслуживания);

- фирменные магазины, супермаркеты, магазины-салоны, в которых цены на реализуемые товары и услуги несколько выше среднего уровня, включаются в выборочную совокупность в количестве, пропорциональном объемам продаж организаций торговли и услуг данного уровня в общем объеме продаж. Подобные объекты включаются в наблюдение при условии, что они имеют высокий товарооборот и в них реализуются товары, по потребительским свойствам и уровню цен рассчитанные на массового потребителя;

- регистрация цен осуществляется также на городских продовольственных, вещевых и смешанных рынках, мелкооптово-розничных ярмарках (рынках) и местах предоставления услуг, на которых торговля (обслуживание) осуществляется, как правило, физическими лицами, в частности, предпринимателями без образования юридического лица (ПБОЮЛ);

- в число наблюдаемых объектов не включаются организации торговли, в которых реализуются товары, уровень цен на которые многократно превышает средний сложившийся уровень цен на аналогичные товары.

- уровень цен (тарифов) на товары и услуги, реализуемые в организациях торговли (услуг) и других объектах наблюдения, включаемых в выборочную совокупность, должен быть доступен для массового потребителя;

- в случае реализации в регионе отдельных групп товаров в крупных универсальных магазинах, универсамах, специализированных магазинах, расположенных в разных частях города и входящих в единую торговую сеть (фирму), рекомендуется в этих магазинах проводить регистрацию цен по широкому перечню товаров. При этом количество цен, зарегистрированных по каждой позиции в отобранных для наблюдения магазинах данной фирмы, должно репрезентативно отражать объем реализованных товаров во всех магазинах данной фирмы, расположенных в городе.

Специалисты территориальных органов государственной статистики для дальнейшей обработки информации о потребительских ценах составляют каталог (справочник) базовых организаций торговли и сферы услуг.

При осуществлении наблюдения на мелкооптово-розничных ярмарках (рынках) рекомендуется заносить в каталог объектов наблюдения информацию обо всех наблюдаемых торговых точках, с указанием их местонахождения и торговой группы реализуемых товаров.

Для проведения в случае необходимости объективной замены базовых организаций рекомендуется производить отбор дублирующих организаций торговли (сферы услуг), в которых ассортимент товаров, уровень цен, условия реализации товаров (услуг), идентичны имеющимся в организациях, включенных в основное наблюдение за ценами.

Потребительский набор товаров и услуг, на основании которого осуществляется наблюдение за ценами и рассчитывается ИПЦ, представляет собой единую для всех субъектов Российской Федерации репрезентативную выборку групп товаров и платных услуг, наиболее часто потребляемых населением. Данный набор разрабатывается Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) с учетом предложений территориальных органов государственной статистики и согласовывается с заинтересованными экономическими ведомствами и остается неизменным в течение определенного времени (не менее года).

В набор товаров и услуг, разработанный для наблюдения за ценами, репрезентативно включены товары и услуги массового потребительского спроса, а также отдельные товары и услуги необязательного пользования (легковые автомобили, ювелирные изделия из золота, деликатесные продукты и т.д.). Отбор позиций произведен с учетом их относительной важности для потребления населения, представительности с точки зрения отражения динамики цен на однородные товары, устойчивого наличия их в продаже. Критерием для включения в набор новых товаров и услуг является их доля в общих потребительских расходах населения. Новые товары и услуги включаются в набор для наблюдения за потребительскими ценами в тех случаях, когда их доля составляет не менее 0,1% от общих потребительских расходов населения.

Набор состоит из трех крупных групп: продовольственные товары, непродовольственные товары и платные услуги населению.

Каждая из перечисленных групп представлена подгруппами товаров и услуг, включающих в себя несколько товаров (услуг)-представителей.

Под товаром-представителем понимается совокупность марок, моделей, артикулов и т.п. определенного вида товара, которые могут отличаться друг от друга незначительными особенностями (деталями), не влияющими на качество и основные потребительские свойства, но должны быть однородными по своему потребительскому назначению.

Отбор товаров (услуг)-представителей для регистрации цен производится поэтапно методом направленной выборки.

Росстатом централизованно устанавливается перечень товаров и услуг-представителей, имеющих достаточно общее описание потребительских свойств.

Наблюдение за уровнем и динамикой цен и тарифов ведется по отдельным видам товаров и услуг с конкретными потребительскими свойствами.

Специалисты территориальных органов государственной статистики в каждом городе, участвующем в наблюдении за потребительскими ценами, самостоятельно отбирают конкретные товары из имеющегося в продаже ассортимента товаров данного наименования, учитывая массовость спроса населения на эти товары и регулярность наличия их в продаже в базовой организации.

Отбор товаров конкретных марок, моделей, артикулов для регистрации цен проводится пропорционально объему их продаж.

Определение доли продаж отдельных товаров может быть проведено на основании данных статистики торговли о товарообороте проданных товаров, проведения опроса продавцов и путем применения экспертных оценок.

Учет пропорций осуществляется через количество ценовых котировок.

Под ценовой котировкой понимается цена товара, имеющего конкретные потребительские свойства (наименование, производитель, характерные особенности), зарегистрированная в определенном магазине.

На каждый товар (услугу)-представитель должно быть зарегистрировано не менее 5 ценовых котировок (как правило, регистрируется 5-10 котировок). Исключение составляют отдельные виды услуг (электроэнергия, услуги связи, муниципальный городской транспорт и т.п.), на которые в городе действуют единые тарифы.

Регистрации подлежит фактическая цена товара, имеющегося в свободной реализации на потребительском рынке (без учета товаров, реализуемых на льготных условиях для отдельных категорий граждан) и оплачиваемого наличными деньгами.

По услугам регистрации подлежит фактическая цена (тариф) предложенного к реализации отдельного вида платной услуги, оказанной населению.

Потребительская цена (тариф), которая является конечной ценой потребления, включает НДС, акциз, налог с продаж и другие прямые и косвенные налоги, а также расходы и доходы товаропроводящей сети.

В наблюдение включаются как товары отечественного производства, так и импортные товары.

Сбор информации о потребительских ценах проводится специалистами территориальных органов государственной статистики путем регистрации цен и тарифов на конкретные виды товаров и платных услуг, оказанных населению. В Федеральном Законе «об официальном статистическом учёте в систем государственной статистики в Российской Федерации» указано, что «Сбор первичных статистических данных при проведении федерального статистического наблюдения, осуществляется путём предоставления этих данных респондентами либо путём опроса респондентов или регистрации соответствующих фактов лицами, привлекаемыми для сбора первичных статистических данных».

Наблюдение и регистрация за изменением цен и тарифов проводится в области по выборочному кругу (503 позиции) товаров (услуг)-представителей, включающих 120 продовольственных, 280 непродовольственных товаров и 103 видов платных услуг.

Раскрыв понятие и сущность индексного метода в данной главе, проведём исследование и анализ индекса потребительских цен в Тамбовской области. Проанализируем выборочный круг товаров представителей, опираясь на конкретные данные за 2005- 2007 гг. Этой теме посветим третью главу дипломной работы.

**Глава 3. Индекс потребительских цен Тамбовской области – основной показатель инфляции**

**3.1 Индексы потребительских цен на продовольственные товары**

Таблица 1 - Индексы цен и тарифов в Тамбовской области декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Индекс потребительских цен | 109,8 | 109,4 | 112,4 |
| Индекс цен производителей промышленных товаров | 108,1 | 111,3 | 114,6 |
| Сводный индекс цен строительной продукции | 110,5 | 109,9 | 112,4 |
| Индекс цен производителей сельскохозяйственной продукции | 102,5 | 106,7 | 128,1 |
| Индекс тарифов на грузовые перевозки | 110,0 | 100,0 | 112,8 |
| Индекс тарифов на услуги связи для юридических лиц | 102,1 | 103,3 | 100,5 |

Одним из важнейших факторов, создающих условия для удорожания потребительских товаров и услуг является всё ещё остающийся на высоком уровне рост цен в отдельных секторах экономики. Вместе с тем, при сохранении общей тенденции к росту цен, динамика изменения цен по секторам экономики была различной (рис. 2).



Рис. 2 - Индексы цен и тарифов в декабре в 2006 - 2007 гг. в Тамбовской области

Рост цен и тарифов в потребительском секторе области наблюдался на протяжении всего анализируемого периода. В 2007 г. максимальный индекс цен по области был зафиксирован в секторе производителей сельскохозяйственной продукции (128,1 %).

Экономическая ситуация на потребительском рынке области характеризовалась увеличением темпов инфляции. Рост цен и тарифов в потребительском секторе области наблюдался на протяжении анализируемых трех лет (данные таблицы 2) и повторял общероссийские тенденции (данные таблицы 8). По итогам 2007 г. прирост цен на товары и платные услуги составил 12,4%, что на 3 процентных пункта выше, чем в 2006 г. Небольшое замедление темпов роста цен наблюдалось по группе платных услуг населению – на 0,3 процентного пункта. Прирост цен на непродовольственные товары по сравнению с 2006 г. увеличился на 0,4 процентного пункта и составил 8,2%. Опережающими темпами в 2007 г. дорожали продовольственные товары, их прирост составил 17,3%, что на 8,3 процентного пункта выше, чем в 2006 г.

Таблица 2 - Сводные индексы потребительских цен (тарифов) на товары и платные услуги в Тамбовской области декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Все товары и платные услуги | 109.83 | 109.38 | 112,44 |
| Все товары | 108.56 | 108.48 | 112,73 |
| Продовольственные товары | 109.84 | 109.00 | 117,28 |
| Непродовольственные товары | 106.69 | 107.80 | 108,15 |
| Платные услуги | 115.02 | 111.97 | 111,64 |

Тенденция изменения динамики потребительских цен на товары и платные услуги в 2003-2007 гг. имела следующий вид:



Рис. 3 - Темпы роста потребительских цен на товары и платные услуги в Тамбовской области

Преобладающее влияние в 2007 г. на общий рост потребительских цен оказало удорожание продовольственных товаров, - «вклад» в инфляцию этой группы товаров с учетом ее доли в потребительских расходах населения (29.8% ) оставался максимальным. В 2007 г. в области темп прироста цен на продовольственные товары были выше общего увеличения цен на товары и услуги (17,3% против 12,4%), в том числе продукты питания подорожали на 18,9%, алкогольные напитки – на 10,0% (в 2006 г. рост цен на продовольственные товары составил 9,0%, продукты питания - 8,3 %, алкогольные напитки – 12,4%).

Таблица 3 - Индексы потребительских цен на группы продовольственных товаров в Тамбовской области декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Продовольственные товары | 109.84 | 109.00 | 117,28 |
| Мясопродукты | 118.82 | 103.93 | 110,65 |
| Мясо и птица | 120.62 | 101.97 | 110,71 |
| Мясо | 118.97 | 106.35 | 108,39 |
| Мясо птицы | 124.97 | 90.47 | 117,48 |
| Колбасные изделия и копчености | 116.23 | 106.53 | 110,67 |
| Колбасы вареные | 116.16 | 106.00 | 113,18 |
| Говядина, свинина тушеная консервированная, 350 г | 117.44 | 105.28 | 104,23 |
| Рыбопродукты | 116.59 | 106.68 | 103,27 |
| Рыба и морепродукты пищевые | 114.56 | 109.06 | 103,79 |
| Сельдь соленая, кг | 126.64 | 99.39 | 97,95 |
| Консервы рыбные | 113.86 | 104.54 | 108,85 |
| Масло и жиры | 105.34 | 103.55 | 138,73 |
| Молоко и молочная продукция | 113.25 | 108.54 | 129,43 |
| Сыр | 112.61 | 101.28 | 161,88 |
| Консервы овощные | 110.41 | 104.44 | 116,87 |
| Консервы фруктово-ягодные | 97.35 | 105.84 | 110,83 |
| Яйца куриные, 10 шт. | 85.37 | 115.26 | 128,56 |
| Сахар-песок, кг | 96.95 | 119.79 | 94,17 |
| Кондитерские изделия | 106.35 | 112.21 | 111,42 |
| Варенье, джем, повидло, мед | 95.72 | 112.62 | 101,54 |
| Чай, кофе | 109.33 | 105.21 | 105,57 |
| Соль, соус, специи, концентраты | 105.15 | 106.33 | 131,11 |
| Мука | 90.94 | 112.67 | 146,34 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия | 104.25 | 109.84 | 141,35 |
| Макаронные и крупяные изделия | 96.42 | 112.85 | 129,13 |
| Крупа и бобовые | 94.43 | 123.46 | 129,58 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Макаронные изделия | 98.59 | 100.64 | 128,56 |
| Плодоовощная продукция, включая картофель | 114.26 | 113.85 | 119,36 |
| Фрукты и цитрусовые | 115.57 | 115.75 | 112,80 |
| Алкогольные напитки | 106.39 | 112.39 | 110,01 |
| Водка | 107.49 | 112.54 | 105,22 |
| Вина виноградные | 103.33 | 124.76 | 120,84 |
| Коньяк | 97.57 | 120.13 | 115,90 |
| Шампанское | 107.34 | 105.90 | 104,73 |
| Пиво | 106.38 | 107.12 | 112,60 |
| Напитки безалкогольные | 112.47 | 109.15 | 111,34 |
| Мороженое сливочное, кг | 118.71 | 112.79 | 112,05 |
| Общественное питание | 118.09 | 117.22 | 115,45 |

Вследствие опережающего роста цен в 2007 г. на муку пшеничную (на 46,3%), в области ускоряются темпы прироста цен на хлеб и хлебобулочные изделия – на 41,4%. Вместе с тем, наблюдалось существенное отличие темпов роста цен в зависимости от сорта хлеба и булочных изделий. Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сорта подорожал на 68,0%, хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта – на 56,5%, булочные изделия сдобные из муки высшего сорта – на 45,8%, хлеб ржаной и ржано-пшеничный – на 26,5% (приложение 1). Наиболее наглядно это видно на рисунке 4:

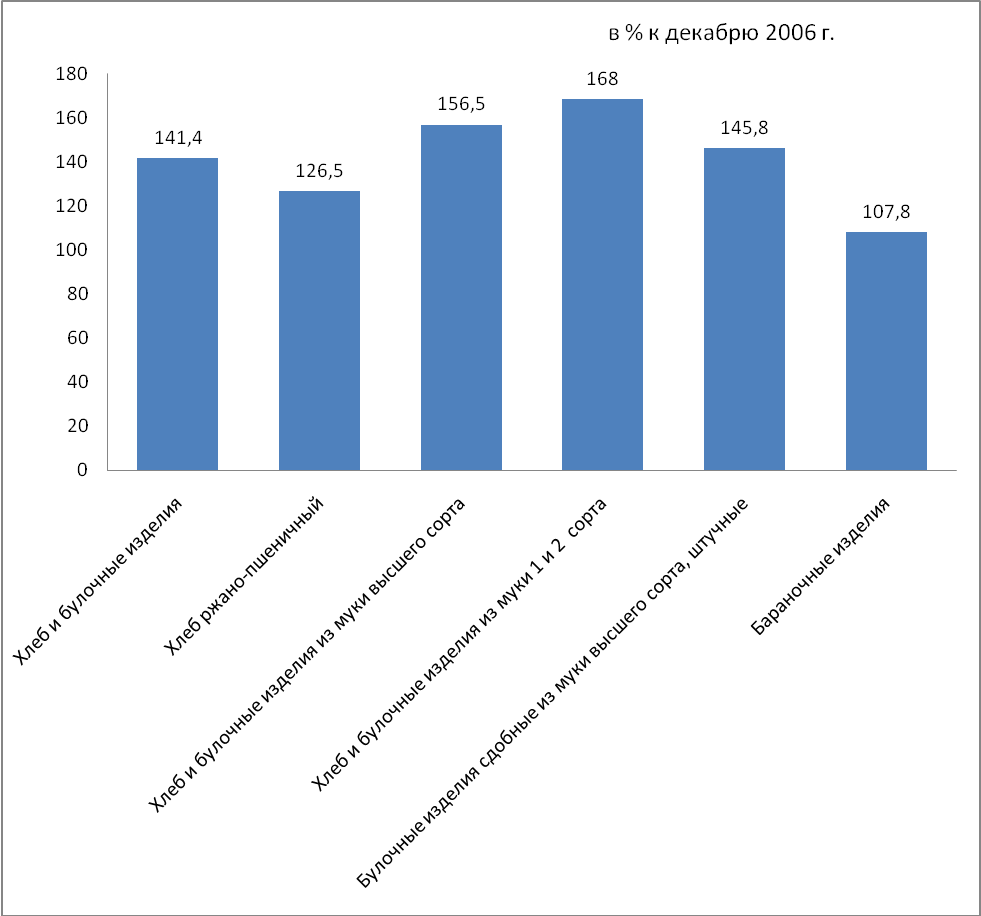


Рис. 4 - Динамика индексов потребительских цен на хлеб и хлебобулочные изделия за 2007 г. в Тамбовской области

Макаронные и крупяные изделия подорожали на 29,1%. Цены на горох выросли на 76,0%, пшено – на 43,5%, крупу манную, рис, вермишель – на 30,5-35,5%.

Соль, соус, специи, концентраты подорожали на 31,1%, в том числе соль поваренная пищевая подорожала на 33,4%.

Цены на молоко и молочную продукцию в течение 2007 г. росли неравномерно. Наибольший их рост приходился на начало года и конец года. Если цена на молоко цельное пастеризованное увеличилась на 40,4 %, то молоко цельное разливное подорожало меньше – на 30,7 %, что показано на рисунке 5.



Рис. 5 - Динамика индексов потребительских цен на молоко за 2003-2006 гг. в Тамбовской области

В целом за год максимально выросли цены на сыры сычужные твердые и мягкие, сыры плавленые – на 61,5-63,1%, масло подсолнечное – на 56,9%, кисломолочные продукты, творог – на 30,1-34,1%, масло сливочное, сырки творожные – на 27,1-29,7%.

Следует отметить, что произошел значительный рост цен на яйца – на 28,6%.

Консервы овощные подорожали на 16,9%, из них овощи натуральные консервированные - на 23,5%, консервы томатные – на 17,7%.

Из группы кондитерских изделий наибольшее подорожание произошло на кексы, рулеты – на 19,0%, печенье – на 14,3%, торты – на 13,0%.

Прирост цен на мясо и птицу составил 10,7%. Более всего из этой группы подорожали куриные окорочка – на 22,2%, пельмени – на 16,0%. Колбасные изделия и копчености подорожали на 10,7%, в том числе колбаса вареная 1 сорта подорожала на 17,7%, сосиски, сардельки, колбаса вареная высшего сорта – на 11,1-11,2%.

Ниже среднеобластного уровня сложился рост цен на рыбопродукты и составил 3,3%; икра лососевых рыб подорожала на 38,0%, сельдь соленая подешевела на 2.0%, рыба соленая – на 1,3%.

Рост цен на плодоовощную продукцию, включая картофель, сложился выше среднеобластного и составил 19,4%. Из наблюдаемых видов плодоовощной продукции, включая картофель, за 2007 г. более всего подорожала капуста свежая – в 2,0 раза, свекла столовая, морковь, чеснок, картофель – на 21,7-29,4%. Фрукты и цитрусовые подорожали на 12,8%, заметнее всего подорожали лимоны – в 2,1 раза, груши – на 29,1%.

Цены на алкогольные напитки за 2007 г. в области увеличились на 10,0%, при росте цен на продовольственные товары без алкогольных напитков на 18,9%. Вина виноградные крепленые подорожали на 30,4%, коньяк отечественный – на 19,4%, вино виноградное столовое – на 17,5%. Пиво за год возросло в цене на 12,6% (отечественное – на 13,2%, импортное – на 7,0%).

Сахар-песок в области за 2007 г. подешевел на 5,8%.

Во исполнение пункта 5 Постановления Правительства РФ от 10 ноября 2007 г. N769 «О соглашении между исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации и хозяйствующими субъектами о снижении и поддержании цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости» в Тамбовской области заключено Соглашение между Управлением по развитию промышленности и предпринимательства Тамбовской области и Ассоциациями, Союзами и объединениями, представляющие интересы организаций, осуществляющих розничную торговлю продовольственными товарами, организациями, осуществляющие оптовую и розничную торговлю продовольственными товарами, о снижении и поддержании цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости с 20 ноября 2007 г. по 1 мая 2008 года. Товары, определенные Соглашением: хлеб пшеничный (батоны «Нарезной » и «Подмосковный»), хлеб ржано-пшеничный («Дарницкий» и «Тамбовский»), молоко жирностью 2,5% (три наименования), кефир жирностью 1%, масло сливочное жирностью 72,5% (два наименования), масло подсолнечное (два наименования), яйцо куриное С 2, сахар весовой, сыр жирностью 45%, сыр колбасный (мягкий).

Анализ данных позволяет сделать вывод, что по продовольственным товарам наблюдаются ярко выраженные сезонные колебания цен на отдельные виды плодоовощной продукции. При этом по данной группе продукции наблюдаются закономерности в цикличности сезонных, повторяющихся из года в год колебаний цен, что отражается на динамике индексов потребительских цен. Несмотря на принятие Правительством мер по сдерживанию цен на некоторые социально значимые продовольственные товары, цены на них продолжают расти.

Для анализа инфляционных процессов как в целом по России, так и в разрезе субъектов Российской Федерации, помимо индекса потребительских цен исчисляются показатели, позволяющие сопоставлять изменение цен в условиях одинаковой структуры потребления населением тех или иных потребительских товаров и услуг.

Исходя из информации о средних ценах на отдельные товары и услуги и нормах их потребления, определяется стоимость различных наборов товаров и услуг.

Общим принципом при исчислении этих показателей как по субъектам Российской Федерации, так и по России в целом является использование единых норм потребления (для каждого набора они свои) и средних цен по субъекту (России).

Стоимость минимального набора продуктов питания отражает межрегиональную дифференциацию уровней потребительских цен на основные продукты питания.

Стоимость минимального набора продуктов питания определена на основе цен на продукты питания, входящих в него, и норм их потребления для мужчины трудоспособного возраста (приведены в Методических рекомендациях по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по Российской Федерации и в субъектах Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 февраля 1999г. № 192).

При исчислении стоимости минимального набора продуктов питания используются единые для всех субъектов Российской Федерации нормы потребления.

Таблица 4 - Расчет стоимости минимального набора продуктов питания, рассчитанного по среднероссийским нормам потребления по Тамбовской области в декабре 2007 года

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара (услуги) | Нормы потребления, в расчете на год | | | Средняя цена, рублей | | Стоимость, рублей | |
| А | 1 | | | 2 | | 3 | |
| Мука пшеничная, кг | 20,00 | | | 16,69 | | 27,82 | |
| Хлеб ржаной, ржано-пшеничный, кг | 115,00 | | | 10,98 | | 105,23 | |
| Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов, кг | 75,00 | | | 25,62 | | 160,13 | |
| Рис шлифованный, кг | 5,00 | | | 28,96 | | 12,07 | |
| Пшено, кг | 6,00 | | | 18,80 | | 9,40 | |
| Горох и фасоль, кг | 7,30 | | | 17,45 | | 10,62 | |
| Вермишель, кг | 6,00 | | | 23,52 | | 11,76 | |
| Картофель, кг | 150,00 | | | 9,89 | | 123,63 | |
| Капуста белокочанная свежая, кг | | 35,00 | 15,30 | | 44,63 | |
| Лук репчатый, кг | | 20,00 | 15,24 | | 25,40 | |
| Морковь, кг | | 35,00 | 13,33 | | 38,88 | |
| Огурцы свежие, кг | | 1,80 | 69,95 | | 10,49 | |
| Яблоки, кг | | 18,60 | 28,81 | | 44,66 | |
| Сахар-песок, кг | | 20,00 | 18,01 | | 30,02 | |
| Говядина (кроме бескостного мяса), кг | | 15,00 | 138,85 | | 173,56 | |
| Свинина (кроме бескостного мяса), кг | | 4,00 | 161,58 | | 53,86 | |
| Баранина (кроме бескостного мяса), кг | | 1,80 | 152,86 | | 22,93 | |
| Куры (кроме куриных окорочков), кг | | 14,00 | 77,81 | | 90,78 | |
| Рыба замороженная неразделанная, кг | | 14,00 | 62,91 | | 73,39 | |
| Сельдь соленая, кг | | 0,70 | 66,48 | | 3,88 | |
| Молоко цельное разливное непастеризованное, л | | 110,00 | 17,68 | | 162,07 | |
| Сметана, кг | | 1,80 | 85,65 | | 12,85 | |
| Масло сливочное, кг | | 1,80 | 124,05 | | 18,61 | |
| Творог нежирный, кг | | 10,00 | 105,10 | | 87,58 | |
| Сыры сычужные твердые и мягкие, кг | | 2,50 | 216,62 | | 45,13 | |
| Яйца куриные, 10 шт. | | 18,00 | 32,38 | | 48,57 | |
| Масло подсолнечное, кг | | 7,00 | 52,61 | | 30,69 | |
| Маргарин, кг | | 6,00 | 41,13 | | 20,57 | |
| Карамель, кг | | 0,70 | 65,10 | | 3,80 | |
| Печенье, кг | | 0,70 | 48,44 | | 2,83 | |
| Чай черный байховый, кг | | 0,50 | 232,54 | | 9,69 | |
| Соль поваренная пищевая, кг | | 3,65 | 5,77 | | 1,76 | |
| Перец черный (горошек), в пересчете за кг | | 0,73 | 327,43 | | 19,92 | |
| Стоимость набора, в расчете на месяц | |  |  | | 1537,15 | |

Стоимость минимального набора продуктов питания, рассчитанного по среднероссийским нормам потребления, в среднем по области в конце декабря 2007 г. составила 1537,15 рубля в расчете на месяц. По сравнению с концом декабря 2006 г. возросла на 22,1%.

Структура стоимости минимального набора продуктов питания в области в декабре 2007 г. по сравнению с декабрём 2006 г. претерпела ряд изменений. Вследствие опережающего роста цен на яйца; хлеб, крупы и макаронные изделия; плоды и овощи доля расходов на их покупку увеличилась, а на покупку мясопродуктов, рыбопродуктов доля расходов снизилась.

Таблица 5 - Стоимость минимального набора продуктов питания по Российской Федерации и регионам Центрального федерального округа в декабре 2006 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование региона | Стоимость набора, рублей, в расчёте на месяц | Изменение стоимость набора, в %, к декабрю предыдущего года |
| Российская Федерация | 1801,95 | 122,3 |
| Центральный федеральный округ | 1804,71 | 122,6 |
| Белгородская | 1528,44 | 116,9 |
| Брянская | 1578,25 | 123,9 |
| Владимирская | 1787,36 | 129,8 |
| Воронежская | 1720,44 | 130,9 |
| Ивановская | 1637,98 | 128,6 |
| Калужская | 1678,94 | 120,7 |
| Костромская | 1713,22 | 130,9 |
| Курская | 1637,86 | 129,7 |
| Липецкая | 1578,85 | 128,7 |
| г. Москва | 2047,45 | 115,7 |
| Московская | 1823,30 | 124,9 |
| Орловская | 1608,82 | 127,9 |
| Рязанская | 1750,11 | 132,4 |
| Смоленская | 1751,85 | 119,8 |
| Тамбовская | 1537,15 | 122,1 |
| Тверская | 1723,86 | 122,1 |
| Тульская | 1827,99 | 128,8 |
| Ярославская | 1762,23 | 128,8 |

Анализ приведённых данных свидетельствует, что в декабре 2007 г. из 18 регионов Центрального федерального округа наибольшая стоимость минимального набора продуктов питания наблюдалось в г. Москва – 2047,45 рубля, что на 245,5 рубля выше, чем по Российской Федерации и выше ЦФО на 242,74 рубля. Наименьшая стоимость минимального набора продуктов питания зарегистрирована в Белгородской области – 1528,44 рубля, что ниже, чем по Российской Федерации на 273,51 рубль, а по сравнению с ЦФО ниже на 276,27 рублей. По величине стоимости минимального набора продуктов питания Тамбовская область находится среди областей ЦФО на 17 месте.

**3.2 Индексы потребительских цен на непродовольственные товары**

Существенное влияние на общий уровень инфляции в 2007 г. оказала и динамика цен на непродовольственные товары, на приобретение которых население области тратит 48,3% потребительских расходов. Динамика цен на непродовольственные товары за рассматриваемый период характеризовалась, в основном, менее значительными, чем на продовольственные товары, темпами роста цен. Индекс потребительских цен на непродовольственные товары в 2007 г. составил 108,2%, это на 9,1% меньше, чем на продовольственные товары.

Таблица 6 - Индексы потребительских цен на группы непродовольственных товаров в Тамбовской области декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Непродовольственные товары | 106.69 | 107.80 | 108,15 |
| Ткани | 104.56 | 112.28 | 106,67 |
| Ткани хлопчатобумажные | 108.06 | 104.14 | 106,90 |
| Ткани шерстяные | 105.45 | 117.52 | 107,08 |
| Ткани шелковые | 104.13 | 112.82 | 106,66 |
| Полотенца | 105.55 | 108.45 | 103,42 |
| Одежда и белье | 105.30 | 106.31 | 111,30 |
| Одежда | 104.91 | 106.42 | 111,59 |
| Одежда мужская | 103.20 | 103.63 | 111,49 |
| Одежда женская | 104.97 | 106.69 | 110,72 |
| Одежда детская | 110.32 | 114.41 | 117,07 |
| Одежда для детей школьного возраста | 109.03 | 116.02 | 116,10 |
| Одежда для детей дошкольного возраста | 111.57 | 109.66 | 116,40 |
| Белье для детей ясельного возраста | 113.95 | 113.68 | 120,96 |
| Белье постельное | 112.51 | 104.64 | 106,38 |
| Меха и меховые изделия | 108.31 | 106.45 | 103,09 |
| Трикотажные изделия | 109.01 | 109.71 | 109,35 |
| Верхний трикотаж, прочие изделия верхнего трикотажа | 107.98 | 110.39 | 111,18 |
| Бельевой трикотаж | 112.53 | 107.53 | 104,00 |
| Чулочно-носочные изделия | 104.42 | 107.94 | 111,67 |
| Обувь кожаная, текстильная и комбинированная | 107.34 | 106.89 | 107,81 |
| Обувь мужская | 106.37 | 112.01 | 106,87 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Обувь женская | 108.65 | 106.17 | 108,29 |
| Обувь детская | 105.46 | 103.79 | 108,24 |
| Обувь кроссовая и спортивная для взрослых | 103.56 | 103.35 | 106,20 |
| Обувь резиновая | 100.39 | 107.92 | 103,13 |
| Моющие и чистящие средства | 105.33 | 105.67 | 115,71 |
| Парфюмерно-косметические товары | 108.49 | 109.99 | 105,38 |
| Галантерея | 108.90 | 108.77 | 115,08 |
| Табачные изделия | 106.16 | 111.18 | 112,88 |
| Спички, коробок | 101.85 | 160.93 | 103,10 |
| Мебель | 113.40 | 110.10 | 114,60 |
| Ковры и ковровые изделия | 106.83 | 103.89 | 118,09 |
| Металлическая посуда и металлические предметы домашнего обихода | 108.51 | 108.94 | 117,78 |
| Стеклянная посуда (рюмка), шт. | 117.77 | 107.60 | 103,54 |
| Фарфоро-фаянсовая посуда | 109.74 | 108.42 | 126,57 |
| Часы | 107.87 | 107.52 | 111,96 |
| Электротовары и другие бытовые приборы | 101.25 | 100.07 | 102,88 |
| Холодильники бытовые | 99.18 | 97.17 | 100,44 |
| Стиральные машины бытовые | 101.82 | 98.69 | 98,31 |
| Бумажно-беловые товары | 105.87 | 104.25 | 108,75 |
| Школьно-письменные принадлежности и канцелярские товары | 103.54 | 106.70 | 109,75 |
| Печатные издания | 110.81 | 112.32 | 111,74 |
| Велосипеды и мотоциклы | 104.86 | 103.72 | 100,48 |
| Телерадиотовары | 97.72 | 95.08 | 94,08 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Средства связи | 96.91 | 85.48 | 99,78 |
| Игрушки | 110.06 | 115.76 | 113,84 |
| Фотоаппарат импортный, шт. | 102.51 | 105.24 | 113,49 |
| Товары для физической культуры, спорта и туризма | 104.74 | 104.67 | 101,33 |
| Строительные материалы | 112.65 | 111.85 | 116,66 |
| Кольцо обручальное, грамм | 117.27 | 123.55 | 110,14 |
| Легковые автомобили | 105.24 | 107.16 | 102,58 |
| Нефтепродукты | 117.82 | 111.24 | 105,89 |
| Бензин автомобильный | 118.06 | 110.89 | 105,82 |
| Медицинские товары | 103.81 | 105.44 | 119,84 |
| Медикаменты | 103.93 | 105.27 | 120,98 |
| Перевязочные материалы | 87.03 | 104.97 | 100,36 |
| Топливо | 106.50 | 132.93 | 113,52 |
| Садоводство | 100.00 | 112.76 | 106,00 |

Одежда и белье, обувь, ткани – являются одним из самых необходимых в группе непродовольственных товаров. В 2007 г. на покупку этих товаров население области тратило 27,0 % от всех расходов на непродовольственные товары. Цены на одежду и белье выросли на 11,3%. Наибольший рост цен произошел на одежду для детей, цены увеличились на 17,1%. Из детской одежды школьного возраста наиболее всего подорожала куртка для детей зимняя и демисезонная – на 23,5-23,7%, платье для девочек школьного возраста – на 22,1%, блузка для девочек школьного возраста из хлопчатобумажных тканей и блузка для девочек школьного возраста – на 14,7-15,7%. Из одежды для детей дошкольного возраста (116,4%) платье для девочек дошкольного возраста подорожало на 18,3%, куртка для детей дошкольного возраста – на 16,7%. Из белья для детей ясельного возраста заметен рост цен на комбинезон до года – на 35,6%. Рост цен на мужскую одежду составил 11,5%. Из одежды мужского ассортимента более всего выросли цены на куртку мужскую из натуральной кожи и ветровку – на 15,2-15,7%. Одежда женская подорожала на 10,7%, в том числе юбка женская и костюм-двойка подорожали на 22,2-23,5%. Из постельного белья (106,4) наволочка из хлопчатобумажной ткани выросла на 14,2% (приложение 2).

Изменение цен на ткани в 2007 г. было ниже, чем рост цен в целом на непродовольственные товары (6,7% против 8,2%). Так, ткань костюмная шерстяная и ситец подорожали на 7,1-7,5.

Большой популярностью пользуется одежда из трикотажа. Из трикотажных изделий большее подорожание в 2007 г. пришлось на верхний трикотаж (11,2%). Джемпер женский подорожал на 18,9%, костюм спортивный для детей школьного возраста – на 16,6%, джемпер мужской и костюм трикотажный для детей ясельного возраста – на 10,7%.

Чулочно-носочные изделия подорожали на 11,7%. Выше среднегруппового наблюдался рост цен колготки женские эластичные плотностью 15-20 DEN – на 22,7%, носки мужские и носки детские подорожали на 15,1-15,5%.

Удорожание в 2007 г. в области было отмечено и на обувь (7,8%). Из женской обуви наиболее всего подорожали сапоги осенние – на 13,8%, туфли модельные и сапоги зимние – на 8,2-9,4%. В детской обуви прослеживается наибольшее подорожание на ботинки школьного и сапоги зимние для детей школьного возраста – на 13,7-15,3%.

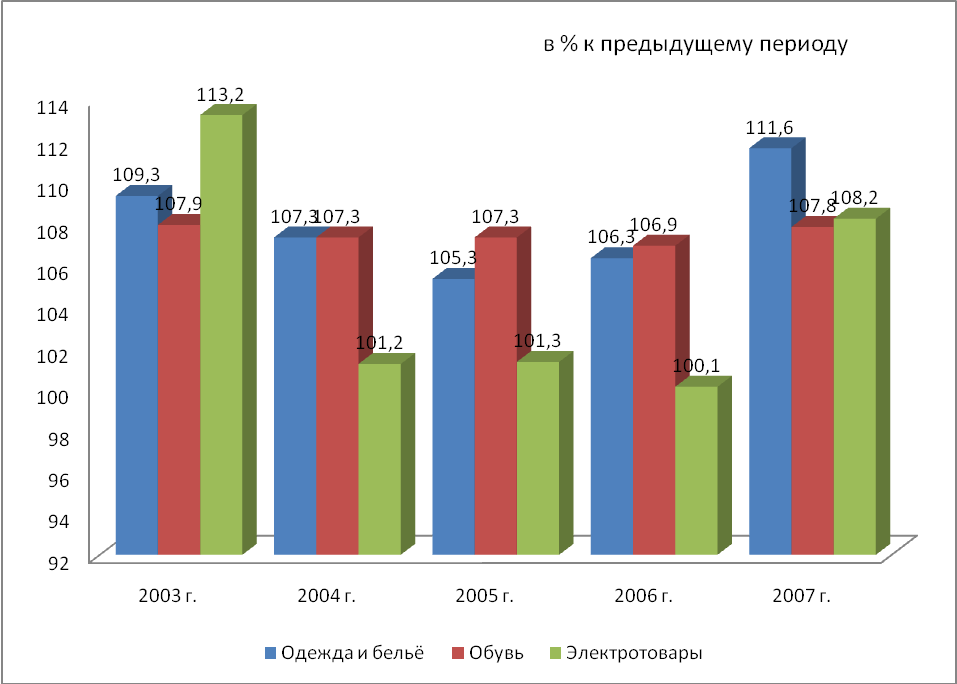


Рис. 6 - Индексы потребительских цен на отдельные виды непродовольственных товаров за 2003-2007 гг. в Тамбовской области

С приходом зимы возникает необходимость в покупке теплой одежды, в том числе и меховых изделий. За 2007 г. индекс потребительских цен на меховые изделия вырос на 3,1%. Стоимость мужского мехового головного убора из нутрии, сурка, ондатры выросла на 22,6%, а из меха кролика, овчины – на 10,1%. Менее подорожал женский меховой головной убор и пальто женское меховое – на 2,3-2,4%.

На товары повседневного спроса, такие как спички, цены выросли на 3,1%, парфюмерно-косметические товары – на 5,4%, нитки – на 9,4%, галантерейные товары и моющие средства – на 15,1-15,7%. Из моющих средств порошкообразные чистящие средства подорожали на 19,6%, мыло хозяйственное и порошок стиральный – на 14,7-16,5%. Из галантерейных товаров щетка зубная подорожала на 29,1%, сумка дамская с верхом из кожзаменителя и натуральной кожи – на 19,0-20,9%.

Индекс потребительских цен на табачные изделия за 2007 г. по области составил 112,9%, в том числе папиросы подорожали на 30,4%, сигареты с фильтром отечественные – на 15,2%.

Мебель пользуется устойчивым спросом на рынке непродовольственных товаров. Цены на нее выросли на 14,6%, наибольшее повышение цен отмечено на стул с мягким сиденьем – на 30,1%, набор мебели для спальни – на 21,6%, шкафа для платья и белья и набор мягкой мебели – на 17,3-17,4%.

Бытовая техника пользуется большим спросом у населения. Электротовары подорожали на 2,9%. Это ниже, чем на непродовольственные товары на 5,3 процентного пункта. Наибольшее подорожание отмечено на электрическую лампу осветительную – на 31,3%, батарейки электрические – на 16,8%. А импортные товары, такие как машина стиральная автоматическая подешевела на 5,9%, а холодильник двухкамерный импортный подешевел на 4,3%.

Бумажно-беловые товары, школьно-письменные принадлежности и канцтовары за 2007 г. подорожали на 8,8-9,8%. Из бумажно-беловых товаров выше среднегруппового поднялись цены на подгузники детские бумажные (памперсы) на 11,4% и альбом для рисования – на 12,4%. Из школьно-письменных принадлежностей и канцелярских товаров карандаш чернографитный подорожал на 17,6%.

Рост цен на строительные материалы в 2007 г. был выше, чем по непродовольственным товарам на 8,5% и составил 16,7%, причем, более всего подорожал цемент – на 68,5%, кирпич красный – на 50,0%, пиломатериалы необрезные – на 39,5%, шифер, доска обрезная – на 25,2-26,8%.

Товары необязательного пользования, такие как легковые автомобили и ювелирные изделия подорожали на 2,6-10,1%.

Цены на бензин и дизельное топливо увеличились на 5,8-7,8%. Из бензина автомобильного наиболее подорожал бензин автомобильный марки А-76 – на 7,0%, что иллюстрирует следующий рисунок:

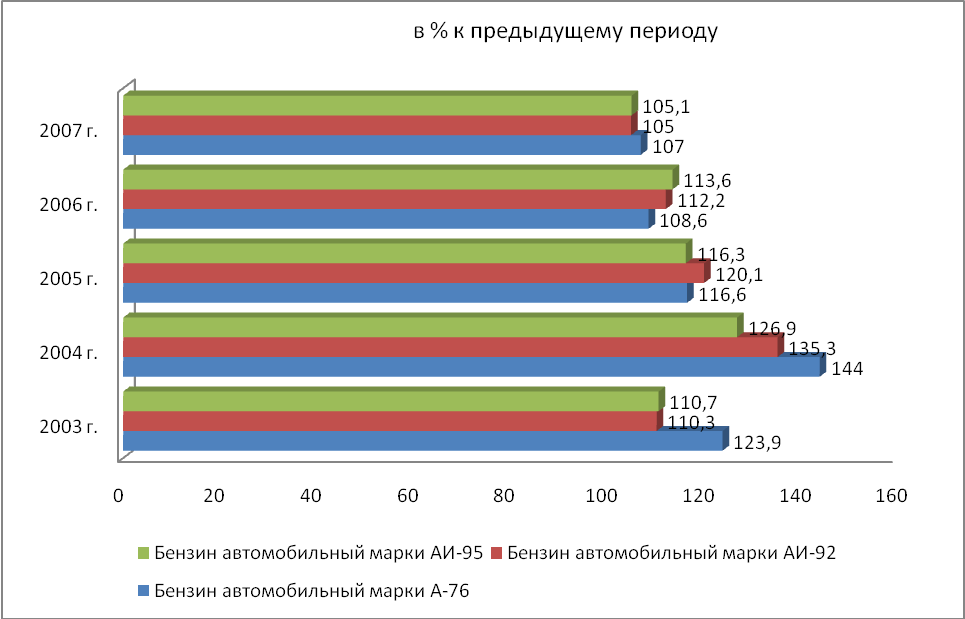


Рис. 7 - Динамика индексов потребительских цен на бензин автомобильный за 2003-2007 гг. в Тамбовской области

Уголь подорожал на 15,3%, дрова – на 12,3%.

Одной из важнейших в наблюдении является группа медицинских товаров. За 2007 г. цены на них выросли на 19,8%. Несмотря на то, что было постановление администрации области от 30.05.05г. N440 устанавливающего предельный размер розничной торговой надбавки на некоторые лекарственные средства для предприятий, учреждений аптечной сети в городской местности – 25%, цены на медикаменты выросли на 21,0%. В большей степени выросли цены на галазолин – в 3,3 раза, амоксициллин – в 1,8 раза, ампициллин в 1,6 раза, комбинированные контрацептивы – в 1,4 раза, панкреатин, поливитамины с макроэлементами – на 20,5-22,2%, амброксол – на 18,7%. Подешевел эналаприл – на 11,6%, индапамид – на 7,7%, йод – на 5,2%, атеналол – на 4,7%, настойка боярышника – на 1,4%.

Цены на непродовольственные товары формируются свободно. Они складываются под влиянием коньюнктуры рынка. Анализ изменения цен на непродовольственные товары показывает, что несмотря на насыщенность рынка товарами, инфляции подвержены почти все наблюдаемые товары. Анализ полученных данных позволяет сделать вывод, что в отличие от других непродовольственных товаров, цены на обувь подвержены сезонным колебаниям. Основной рост цен на обувь зимнего ассортимента происходит, в основном, в осеннее-зимний период, мало меняется поздней весной и летом. Обратная динамика цен наблюдается на одежду и обувь летнего ассортимента. Меха и меховые изделия так же дорожают в осеннее-зимний период. Резкий рост цен на детские товары отмечается в период подготовки детей к школе и посещению детских дошкольных учреждений, учебный год в которых так же начинается в сентябре.

**3.3 Индексы потребительских цен на платные услуги**

Сектор платных услуг на потребительском рынке области занимает особое место, так как ценообразование в нем регулировалось в большей мере, чем на рынке товаров. Регулирование на федеральном уровне осуществлялось на услуги железнодорожного транспорта и связи, на региональном – на жилищно-коммунальные услуги, газоснабжение и электроснабжение, услуги электрического и автомобильного городского и междугородного транспорта.

В отличие от рынка потребительских товаров, где потребитель пользуется определенной свободой выбора в приобретении какого-либо товара, оплата основной части платных услуг для населения является обязательной – как, например, оплата жилищно-коммунальных услуг, услуг связи, или относится к вынужденным платежам – медицинские и бытовые услуги.

В секторе платных услуг сложилась эономическая ситуация, при которой доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах населения уменьшилась с 25,9 % в 2006 году до 19,8 % в 2007 г.

Таблица 7 - Индексы потребительских цен (тарифов) на группы платных услуг в Тамбовской области декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Платные услуги | 115.02 | 111.97 | 111,64 |
| Бытовые услуги | 111.62 | 113.86 | 117,47 |
| Ремонт, пошив одежды и обуви | 109.76 | 114.37 | 134,21 |
| Ремонт, пошив одежды | 118.79 | 120.89 | 118,83 |
| Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов | 115.99 | 109.74 | 107,15 |
| Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств | 104.19 | 107.25 | 122,99 |
| Химическая чистка, услуги прачечных | 133.19 | 133.89 | 110,00 |
| Ремонт жилищ | 100.78 | 105.02 | 100,00 |
| Услуги фотоателье | 103.03 | 110.01 | 115,65 |
| Услуги бань и душевых | 100.00 | 141.45 | 108,00 |
| Услуги парикмахерских | 116.81 | 110.67 | 119,05 |
| Ритуальные услуги | 115.30 | 128.10 | 123,61 |
| Услуги пассажирского транспорта | 102.70 | 119.22 | 102,12 |
| Городской пассажирский транспорт | 100.00 | 120.27 | 100,00 |
| Автомобильный транспорт | 100.00 | 119.41 | 103,86 |
| Городской автомобильный транспорт | 100.00 | 120.26 | 100,00 |
| Городской электрический транспорт | 100.00 | 125.00 | 100,00 |
| Железнодорожный транспорт | 121.61 | 117.06 | 116,13 |
| Поезда дальнего следования | 121.09 | 117.37 | 116,60 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Услуги связи | 107.33 | 102.20 | 106,09 |
| Почтовая связь | 119.15 | 116.07 | 100,00 |
| Городская телефонная связь | 120.00 | 100.00 | 115,28 |
| Междугородная телефонная связь | 94.87 | 100.00 | 100,00 |
| Телеграфная связь | 100.00 | 127.27 | 122,45 |
| Проводное вещание | 125.00 | 120.00 | 100,00 |
| Беспроводная радиосвязь | 99.91 | 102.98 | 100,91 |
| Услуги по подключению к сети "Интернет" | 100.00 | 100.00 | 98,80 |
| Жилищно-коммунальные услуги | 122.04 | 112.16 | 115,37 |
| Жилищные услуги | 112.88 | 107.30 | 108,85 |
| Оплата жилья в домах государственного и муниципального жилищных фондов | 110.17 | 105.23 | 104,24 |
| Услуги гостиниц и прочих мест проживания | 115.18 | 103.07 | 133,05 |
| Коммунальные услуги | 124.25 | 112.95 | 116,40 |
| Газоснабжение | 124.91 | 114.66 | 124,37 |
| Газ сжиженный | 123.31 | 112.86 | 134,09 |
| Услуги по снабжению электроэнергией | 112.08 | 114.48 | 112,65 |
| Услуги в системе образования | 111.06 | 111.34 | 101,70 |
| Услуги дошкольного воспитания | 118.69 | 102.86 | 124,73 |
| Услуги образования | 110.73 | 111.63 | 100,14 |
| Услуги среднего образования | 115.79 | 115.34 | 117,02 |
| Услуги профессионального обучения | 105.53 | 114.86 | 147,92 |
| Услуги высшего образования | 110.49 | 111.27 | 95,29 |
| Услуги организаций культуры | 129.02 | 100.00 | 131,39 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Услуги в сфере туризма | 115.05 | 120.38 | 108,88 |
| Услуги в сфере внутреннего туризма | 115.07 | 120.40 | 108,90 |
| Услуги в сфере зарубежного туризма | 102.23 | 105.37 | 106,48 |
| Экскурсионные услуги | 139.99 | 142.85 | 100,00 |
| Санаторно-оздоровительные услуги | 106.08 | 115.00 | 107,48 |
| Медицинские услуги | 120.11 | 113.23 | 123,25 |
| Ветеринарные услуги | 314.06 | 100.00 | 153,23 |
| Услуги правового характера | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Услуги банков | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Услуги страхования | 115.13 | 98.90 | 110,96 |
| Услуги физической культуры и спорта | 104.94 | 111.47 | 103,76 |
| Посреднические и прочие услуги | 111.16 | 100.00 | 106,41 |
| Услуги электросвязи | 107.05 | 101.89 | 106,17 |

Индекс потребительских цен на платные услуги по области в 2007 г. составил 111,6%.

Лидирующие позиции по темпам роста цен в сфере платных услуг занимали ветеринарные услуги – 1,5 раза, услуги организаций культуры – 131,4%, медицинские услуги – 123,3%. Из платных медицинских услуг наибольшее повышение цен отмечалось на первичный осмотр больного у стоматолога, изготовление съемного протеза - на 29,8-31,9%, лечение кариеса, пломбу – на 24,5%, общий анализ крови – на 13,7% (приложение 3).

Подорожание бытовых услуг составило 17,5%. Опережающими темпами среди них отмечено повышение цен на услуги по ремонту, пошиву одежды и обуви – на 34,2%, ритуальные услуги – на 23,6%, ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств – на 23,0%, услуги парикмахерских – на 19,1%, фотоателье – на 15,7%, химчистки, прачечных – на 10,0%, бань – на 8,0%.

Тарифы на жилищно-коммунальные услуги в 2007 г. возросли на 15,4%, из них жилищные услуги – на 8,9%, коммунальные - на 16,4%, услуги гостиниц и общежитий – на 33,1%.

Из жилищных услуг арендная плата за квартиры у частных лиц выросла на 25,1%, услуги по организации и выполнению работ по эксплуатации домов ЖСК, ТСЖ – на 14,5%. Плата за содержание и ремонт жилья в приватизированных квартирах и ремонт жилья в государственном и муниципальном жилищных фондах подорожала на 7,2-7,6%, вывоз мусора - на 5,3%.

Из коммунальных услуг максимальный рост тарифов отмечен за газ сжиженный – на 34,1%, газ сетевой – на 23,2%, отопление, горячее водоснабжение – на 16,9%, снабжение электроэнергией – на 12,7%, водоснабжение и водоотведение – на 7,3%.

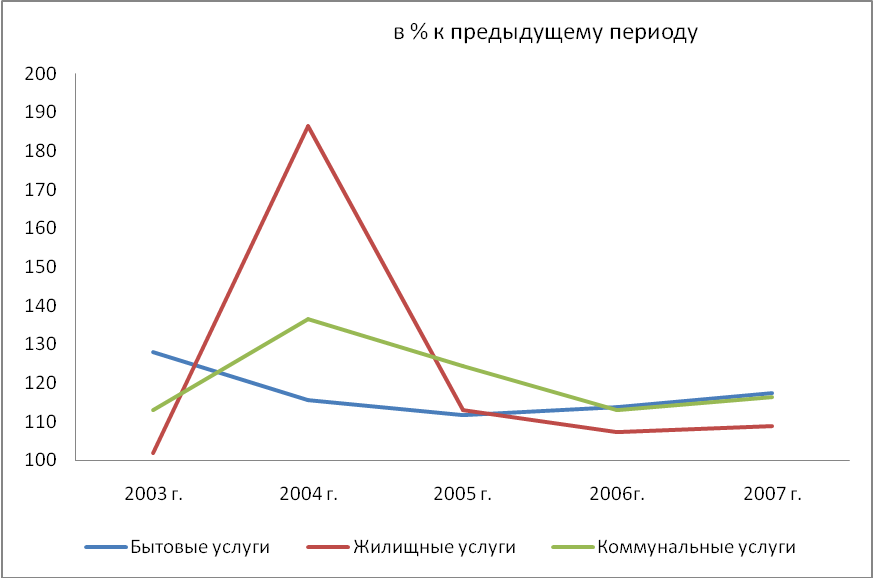


Рис. 8 - Индексы потребительских цен на некоторые виды платных услуг в 2003-2007 гг. в Тамбовской области

Услуги пассажирского транспорта подорожали – на 2,1%, из них железнодорожный транспорт – на 16,1%, проезд в междугородном автобусе – на 14,8%.

Услуги страхования подорожали на 11,0%, санаторно-оздоровительные услуги – на 7,5%.

Услуги связи подорожали на 6,1%. Наибольший рост тарифов для населения произошел на услуги телеграфной связи – на 22,5%, а тарифы на городскую телефонную связь увеличились на 15,3%. Подешевели услуги по подключению к сети «Интернет» на 1,2%.

Не изменились в области за 2007 г. тарифы на услуги городского пассажирского транспорта, почтовой связи, услуги правового характера, услуги банков.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод, что с 2005 г. по 2007 г. индексы потребительских цен и тарифов на платные услуги населению имели тенденцию к некоторому замедлению, но темп роста цен и тарифов остается еще достаточно высоким. Развитие сферы услуг идет по рыночному пути, где спрос определяет предложение, которое в свою очередь, формируется на базе материального благосостояния населения.

**3.4 Индексы потребительских цен по Российской Федерации и Центральному Федеральному округу**

Таблица 8 - Индексы потребительских цен по Российской Федерации и регионам Центрального федерального округа декабрь к декабрю предыдущего года, в %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2007 г. | | Справочно индексы цен: | |
| индекс цен | рейтинг | 2005 г. | 2006 г. |
| Российская Федерация | 111.9 |  | 110,9 | 109,0 |
| Центральный федеральный округ | 112,2 |  | 110,5 | 109,0 |
| Белгородская | 112.3 | 16 | 112,6 | 109,3 |
| Брянская | 114.4 | 6 | 111,9 | 109,8 |
| Владимирская | 113.3 | 11 | 110,9 | 109,4 |
| Воронежская | 114.2 | 7 | 109,7 | 108,6 |
| Ивановская | 114.8 | 4 | 108,7 | 111,5 |
| Калужская | 113.5 | 9 | 111,2 | 109,5 |
| Костромская | 113.1 | 13 | 109,2 | 108,5 |
| Курская | 115.9 | 2 | 109,4 | 111,7 |
| Липецкая | 113.6 | 8 | 110,9 | 109,7 |
| г. Москва | 110,2 | 18 | 110,4 | 109,0 |
| Московская | 113,3 | 12 | 111,3 | 108,3 |
| Орловская | 111.3 | 17 | 109,5 | 107,6 |
| Рязанская | 116.5 | 1 | 110,1 | 108,6 |
| Смоленская | 114.4 | 5 | 111,9 | 109,5 |
| Тамбовская | 112.4 | 15 | 109,8 | 109,4 |
| Тверская | 112.7 | 14 | 110,9 | 107,7 |
| Тульская | 115.8 | 3 | 110,8 | 108,2 |
| Ярославская | 113.5 | 10 | 112,3 | 110,5 |

Из приведенных данных следует, что в 2007 г. 18 регионов Центрального федерального округа по уровню индексов потребительских цен распределились следующим образом: 16 регионов имели индекс выше среднего по ЦФО и 2 – ниже.

Дифференциация регионов Центрального Федерального округа в 2007 г. по уровню индексов потребительских цен значительна: относительный размах вариации (соотношение между максимальным и минимальным значением) на индекс потребительских цен составляет 105,7%, абсолютный – 6,3 процентного пункта. Самый высокий индекс потребительских цен наблюдался в Рязанской области (116,5%), а самый низкий (110,2%) в городе Москва.

Тамбовская область занимает среди регионов Центрального федерального округа по уровню индексов потребительских цен пятнадцатое место (выше среднероссийского на 0,5 процентного пункта и выше индекса потребительских цен по Центральному федеральному округу на 0,2%). Анализ данных свидетельствует, что увеличение индекса потребительских цен негативно характеризует уровень жизни населения области.

**Заключение**

Индекс потребительских цен является одним из важнейших показателей для целей разработки экономической политики. Поскольку индекс потребительских цен дает возможность получить оперативную информацию об уровне инфляции, его применяют для целей;

- индексации заработной платы, пенсий и пособий по социальному обеспечению;

- индексации других платежей, таких как выплата процентов или арендной платы, или цен облигаций;

- в качестве замещающего показателя общего уровня инфляции;

- используются некоторыми органами государственного управления или центральными банками для определения инфляционных целей денежно-кредитной политики;

- используются для составления других индексов, таких как индексы цен, применяемые для дефлятирования расходов домашних хозяйств на потребление в национальных счетах, или паритеты покупательной способности, применяемые для сопоставления реальных уровней потребления в различных странах.

Несмотря на то, что правительство в 2007 г. активизировало свои усилия по борьбе с инфляцией, по итогам года инфляция в области была выше, чем в 2006 г. на 3,0 процентных пункта и составила 112,4%. По Российской Федерации цены за 2007 г. выросли на 11,9% (в 2006 г. – на 9.0%). Отличительной особенностью потребительского рынка области в 2007 г. является значительный прирост цен продовольственные товары (17,3%), который превысил прирост цен на платные услуги населению на 5,7%, и на непродовольственные товары – на 9,1%.

Рост цен в области в отдельных секторах экономики остается еще достаточно высоким. Рост цен в секторе производителей сельскохозяйственной продукции составил 28,1%, а рост цен производителей промышленных товаров опережал рост цен в потребительском секторе на 2,2%.

Уровень инфляции в области в 2007 г. превысил прогнозируемый уровень инфляции правительством (12,4% против 8-9%).

Анализ данных позволяет назвать факторы, способствующие инфляции:

- рекордный в 2007 г. приток капитала в страну (82 млрд. долларов одних только частных инвестиций). Он был переведен в рубли. А затем «выброшен» на рынок;

- рост цен на мировом рынке;

- увеличение государственных расходов (бюджета), но не на социалку, а на госкорпорации, оборонку;

- производительность труда в последние пять лет в нашей стране растет почти в два раза медленнее, чем заработная плата;

- незапланированное увеличение выпуска денег в стране;

- 40 процентов товаров завозим из-за рубежа. Около половины импортных товаров Россия закупает за евро, а евро в последние годы по отношению к рублю только рос. Поэтому продукты с пометкой «сделано в ЕС» постоянно дорожают;

- прирост инвестиций в экономику (прирост спроса увеличивает инфляцию).

Следовательно, борьба с инфляцией есть задача макроэкономическая. Перед правительством стоит главный вопрос: или ликвидировать инфляцию посредством радикальных мер, или адаптироваться к ней.

Негативные социальные и экономические последствия инфляции вынуждают правительство проводить определенную экономическую политику. Значительное внимание всегда уделялось государством регулированию денежной массы. Антиинфляционная политика насчитывает богатый ассортимент самых разных денежно-кредитных, бюджетных мер, налоговых мероприятий, программ стабилизации и действий по регулированию и распределению доходов.

Оценивая характер антиинфляционной политики, можно выделить в ней три общих подхода. В рамках первого предусматривается активная бюджетная политика - маневрирование государственными расходами и налогами в целях воздействия на платежеспособный спрос: государство ограничивает свои расходы и повышает налоги. В результате сокращается спрос, снижаются темпы инфляции. Однако, одновременно может произойти спад инвестиций и производства, что может привести к застою и даже к явлениям, обратным первоначально поставленным целям. Например, может развиться безработица.

Бюджетная политика проводится и для расширения спроса в условиях спада. При недостаточном спросе осуществляются программы государственных капиталовложений и других расходов (даже в условиях значительного бюджетного дефицита), понижаются налоги. Считается, что таким образом расширяется спрос на потребительские товары и услуги.

Второй подход - на первый план выдвигается денежно-кредитное регулирование, косвенно и гибко воздействующее на экономическую ситуацию. Этот вид регулирования проводится неподконтрольным правительству центральным банком, который определяет эмиссию, изменяет количество денег в обращении и ставки ссудного процента. Сторонники этого подхода считают, что государство должно проводить дефляционные мероприятия для ограничения платежеспособного спроса, поскольку стимулирование экономического роста и искусственное поддержание занятости путем снижения естественного уровня безработицы ведет к потере контроля над инфляцией.

Пытаясь обуздать вышедшую из-под контроля инфляцию, правительства многих стран, начиная с 60-х годов, проводили так называемую политику цен и доходов, главная задача которой по существу сводится к ограничению заработной платы - третий метод. Поскольку эта политика означает административную, а не рыночную стратегию борьбы с инфляцией, она не всегда достигает объявленной цели.

Прежде всего, от инфляции страдает основная масса населения, то есть рабочие, служащие и т.д., тех, кто получает относительно фиксированные денежные доходы и "субсидирует" тех, чьи денежные доходы меняются. Непредвиденная инфляция наказывает владельцев сбережений. Она приносит выгоды получателям займов за счет кредиторов. Некоторые семьи, владеющие недвижимостью или держащие какие-то финансовые активы, могут и выиграть и проиграть при инфляции, т.к. при инфляции финансовые активы могут обесцениваться, а недвижимость обязательно растет в цене.

Из проведенного анализа вытекает, что рост цен обусловлен целым набором причин и решаться эта проблема должна соответствующими мерами государственной экономической политики:

- выработка принципов и концепции политики цен и ценообразования;

- законодательное и нормативно-правовое обеспечение ценовой политики;

- проведение гибкой монетарной политики с целью преодоления инфляции и стабилизации цен в сфере кредитно-денежных отношений;

- проведение эффективной бюджетной политики, содействующей стабилизации цен и ее социальной направленности;

- регулирование валютного курса и режима обращения иностранной валюты на территории России в сфере взаимодействия внутреннего и внешнего ценообразования;

- формирование и поддержание конкурентного ценообразования, ограничение монополизации цен на конкретные товары, группы товаров сферы производства и потребления;

- формирование, содействие и защита договорно-контрактного ценообразования;

- регулирование цен во внешнеэкономическом обороте применительно к отдельным товарным группам экспорта-импорта;

- развитие системы страхования предпринимательского риска, правовое регулирование сделок государственными организациями;

- субсидирование цен на конкретные группы или виды товаров;

- применение акцизного налогообложения на конкретные виды товаров;

- целенаправленная социальная защита малообеспеченных слоев населения и социальные гарантии;

- индексация цен (в ограниченной области, четко определенной законодательно или постановлением правительства).

Все эти перечисленные предложения позволят управлять инфляционным процессом в интересах подъема национального производства, экономической безопасности народа, что весьма важно в современных экономических условиях.

**Список использованной литературы**

1. «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса» от 29 декабря 2006 г. №258-ФЗ.

2. «Об официальном статистическом учёте в системе государственной статистике в Российской Федерации» от 29 ноября 2007г. №282-ФЗ.

3. «Методологические рекомендации по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по Российской Федерации и субъектах Российской Федерации» от 17 февраля 1999г. №192.

4. «О ценообразовании в отношении электрической и тепловой энергии в Российской Федерации» от 26 февраля 2004г. №109.

5. «О соглашении между исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации и хозяйствующими субъектами о снижении и поддержании цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости» от 10 ноября 2007г. №769.

6. Постановление «О торговой надбавке к ценам на продукты детского питания (включая пищевые концентраты)» от 11 апреля 2005 г. №247.

7. Постановление «О торговых надбавках к ценам на лекарственные средства и изделия медицинского назначения» от 30 мая 2005г. №440.

8. Постановление «О предельном уровне розничных цен на сжиженный газ, реализуемый населению для бытовых нужд» от 19 декабря 2007г. № 1405.

Научные публикации

9. Бабашкина А.М. Государственное регулирование экономики, - М.: Финансы и статистика, 2003.

10. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа, - М.: Финансы и статистика, 2002 – с. 288.

11. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента.- М.: Финансы и статистика, 2001 – с.383.

12. Баликоев В.В. Общая экономическая теория,- М.: Омега – Л, 2007.

13. Барбаумов В.Е. Финансовые инвестиции. М.: Финансы и статистика, 2003 – с.208.

14. Белявский И.К. Маркетинговое исследование. – М.: Финансы и статистика, 2001, с.153.

15. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. - Киев, 2000 – с. 528.

16. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. М.: Финансы и статистика, 2001.

17. Гутман Г.В., Мироедов А.А. Управление региональной экономикой. - М.: Финансы и статистика, 2001.

18. Дубров А.М. Комплексный анализ и эффективность в экономике. – М.: Финансы и статистика. 2002.

19. Елисеева И.И., Юзбашев М.М. Общая теория статистики, - М.: Финансы и статистика. 2001.

20. Емельянова А.М. Финансы, налоги и кредит, - М.: РАГС, 2001.

21. Иванов Ю. FOREX: учебное пособие, - М.: Омега-Л, 2005.

22. Козырев В.М. Основы современной экономики. – М.: Экономика, 2003, с.322.

23. Костров А.В. Основы менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2001.

24. Красавина Л.Н. Инфляция и антиинфляционная политика в России, - М.: Финансы и статистика. 2000.

25. Макконнэлл К., Брю С., Экономикс, т.1.,- М., Наука, 1993, с.238.

26. Методические положения по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен №110, - М.: Росстат. 2006.

27. Микульский К.В. Социально-экономические модели в современном мире. Экономика, 2003, с.94.

28. Моляков Д.С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2002, с.158.

29. Назаров М.Г. Курс социально-экономической статистики. – М.: Финстатинформ. 2002. с. 743.

30. Носова С.С. Экономическая теория. – М.: Владос. 2000.

31. Орусов Д.В. Факторный анализ причин инфляционного процесса в Российской экономике. – М.: Ж. «Финансы и кредит» №3. 2000.

32. Рекомендации по организации работ по статистике потребительских цен и тарифов на товары и платные услуги в 2007 г. – М.: Росстат. 2007 №13-1-7/9, с.3

33. Сезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. М.: ЮНИТИ, 2001.

34. Суринов А.Е. Статистика. – М.: РАГС. 2005.

35. Статистический ежегодник, 2006г.: Стат. сб./ Тамбовский облкомстат - Т. 2006.

36. Тактаров Г.А. Ценообразование. - М.: Финансы и статистика, 2005.

37. Цены и индексы цен в Тамбовской области. Статистические бюллетени за 2005-2007 гг.- Тамбов, Тамбовоблкомстат, 2005 – 2007 .

38.Цены в Тамбовской области. Статсборник. – Тамбов, Тамбовский облкомстат, 2007.

39. Цены в России. Стат. сборник, - М.: Госкомстат РФ, 2007.

**Приложение 1**

инфляция цена уровень товар

**Индексы потребительских цен на отдельные виды продовольственных товаров**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Продовольственные товары | 109.84 | 109.00 | 117,28 |
| Мясопродукты | 118.82 | 103.93 | 110,65 |
| Мясо и птица | 120.62 | 101.97 | 110,71 |
| Мясо | 118.97 | 106.35 | 108,39 |
| Говядина (кроме бескостного мяса), кг | 124.47 | 112.06 | 104,76 |
| Говядина бескостная, кг | 109.15 | 109.85 | 110,41 |
| Свинина (кроме бескостного мяса), кг | 122.38 | 105.72 | 106,33 |
| Свинина бескостная, кг | 118.49 | 106.89 | 108,61 |
| Баранина (кроме бескостного мяса), кг | 120.23 | 111.56 | 107,46 |
| Фарш мясной, кг | 118.26 | 108.41 | 110,14 |
| Пельмени, манты, равиоли, кг | 105.29 | 99.87 | 115,97 |
| Печень говяжья, кг | 122.63 | 102.89 | 105,94 |
| Мясо птицы | 124.97 | 90.47 | 117,48 |
| Куры (кроме куриных окорочков), кг | 116.17 | 99.18 | 109,12 |
| Окорочка куриные, кг | 128.78 | 86.66 | 122,16 |
| Колбасные изделия и копчености | 116.23 | 106.53 | 110,67 |
| Сосиски, сардельки, кг | 118.13 | 107.58 | 111,08 |
| Колбаса полукопченая, кг | 116.45 | 107.71 | 109,49 |
| Колбаса сырокопченая, кг | 125.21 | 108.58 | 104,86 |
| Мясокопчености, кг | 108.25 | 101.98 | 106,44 |
| Кулинарные изделия из птицы, кг | 110.19 | 102.78 | 103,06 |
| Колбасы вареные | 116.16 | 106.00 | 113,18 |
| Колбаса вареная I сорта, кг | 110.43 | 107.46 | 117,66 |
| Колбаса вареная высшего сорта, кг | 118.68 | 105.38 | 111,24 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Говядина, свинина тушеная консервированная, 350 г | 117.44 | 105.28 | 104,23 |
| Рыбопродукты | 116.59 | 106.68 | 103,27 |
| Рыба и морепродукты пищевые | 114.56 | 109.06 | 103,79 |
| Рыба живая и охлажденная, кг | 109.82 | 105.26 | 104,09 |
| Рыба соленая, маринованная, копченая, кг | 121.60 | 111.11 | 98,67 |
| Рыба замороженная разделанная, кг | 99.17 | 117.65 | 101,77 |
| Рыба замороженная неразделанная, кг | 124.71 | 100.12 | 107,33 |
| Икра лососевых рыб, отечественная, кг | 109.60 | 107.09 | 138,04 |
| Соленые и копченые деликатесные продукты из рыбы, кг | 102.56 | 109.96 | 104,01 |
| Сельдь соленая, кг | 126.64 | 99.39 | 97,95 |
| Консервы рыбные | 113.86 | 104.54 | 108,85 |
| Консервы рыбные натуральные и с добавлением масла, 350 г | 113.12 | 102.80 | 110,28 |
| Консервы рыбные в томатном соусе, 350 г | 117.02 | 111.40 | 101,66 |
| Масло и жиры | 105.34 | 103.55 | 138,73 |
| Масло сливочное, кг | 109.15 | 106.13 | 127,11 |
| Масло подсолнечное, кг | 100.82 | 100.35 | 156,86 |
| Маргарин, кг | 105.79 | 103.25 | 116,35 |
| Молоко и молочная продукция | 113.25 | 108.54 | 129,43 |
| Молоко цельное разливное непастеризованное, л | 115.81 | 107.66 | 130,73 |
| Молоко цельное пастеризованное, стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л | 111.37 | 112.67 | 140,43 |
| Сметана, кг | 108.15 | 110.02 | 125,53 |
| Кисломолочные продукты, л | 114.01 | 113.14 | 130,06 |
| Йогурт молочный, 125 г | 111.10 | 96.43 | 121,64 |
| Творог жирный, кг | 113.11 | 107.51 | 131,68 |
| Творог нежирный, кг | 115.87 | 112.96 | 134,11 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Сырки творожные, глазированные шоколадом, 50 г | 102.65 | 100.35 | 129,74 |
| Молоко сгущенное с сахаром, 400 г | 110.70 | 114.04 | 116,95 |
| Смеси сухие молочные для детского питания, кг | 114.51 | 109.84 | 120,46 |
| Сыр | 112.61 | 101.28 | 161,88 |
| Сыры сычужные твердые и мягкие, кг | 112.33 | 104.84 | 161,50 |
| Сыры плавленые, кг | 113.08 | 95.51 | 163,09 |
| Национальные сыры и брынза, кг | 109.97 | 117.46 | 140,08 |
| Консервы овощные | 110.41 | 104.44 | 116,87 |
| Консервы овощные закусочные, обеденные, кг | 146.01 | 105.77 | 112,04 |
| Овощи натуральные консервированные, маринованные, кг | 109.56 | 104.41 | 123,50 |
| Консервы овощные для детского питания, кг | 124.83 | 109.02 | 111,91 |
| Консервы томатные, кг | 107.51 | 106.90 | 117,73 |
| Кетчуп, кг | 106.54 | 101.96 | 113,75 |
| Консервы фруктово-ягодные | 97.35 | 105.84 | 110,83 |
| Соки фруктовые, л | 96.73 | 105.87 | 110,83 |
| Консервы фруктово-ягодные для детского питания, кг | 115.62 | 104.68 | 110,50 |
| Яйца куриные, 10 шт. | 85.37 | 115.26 | 128,56 |
| Сахар-песок, кг | 96.95 | 119.79 | 94,17 |
| Кондитерские изделия | 106.35 | 112.21 | 111,42 |
| Печенье, кг | 110.55 | 112.33 | 114,26 |
| Пряники, кг | 98.37 | 125.97 | 107,40 |
| Зефир, пастила, кг | 104.43 | 114.70 | 110,33 |
| Карамель, кг | 103.19 | 114.36 | 109,47 |
| Конфеты мягкие, глазированные шоколадом, кг | 106.24 | 113.95 | 108,18 |
| Конфеты шоколадные натуральные и с добавками, кг | 111.46 | 102.42 | 108,51 |
| Шоколад, кг | 108.59 | 114.50 | 110,55 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Кексы, рулеты, кг | 104.20 | 107.02 | 118,96 |
| Торты, кг | 106.51 | 104.63 | 112,95 |
| Жевательная резинка для полости рта, упаковка | 103.84 | 109.14 | 108,53 |
| Варенье, джем, повидло, мед | 95.72 | 112.62 | 101,54 |
| Варенье, джем, повидло, кг | 108.54 | 113.67 | 115,26 |
| Мед пчелиный натуральный, кг | 95.60 | 112.65 | 101,39 |
| Чай, кофе | 109.33 | 105.21 | 105,57 |
| Кофе натуральный растворимый, кг | 110.99 | 105.08 | 106,12 |
| Чай черный байховый, кг | 107.69 | 105.36 | 105,31 |
| Соль, соус, специи, концентраты | 105.15 | 106.33 | 131,11 |
| Майонез, кг | 100.97 | 104.93 | 131,82 |
| Соль поваренная пищевая, кг | 109.00 | 117.83 | 133,35 |
| Сухие супы в пакетах, 100 г | 113.68 | 103.14 | 126,97 |
| Мука | 90.94 | 112.67 | 146,34 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия | 104.25 | 109.84 | 141,35 |
| Хлеб ржаной, ржано-пшеничный, кг | 104.93 | 107.89 | 126,47 |
| Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта, кг | 103.19 | 111.84 | 156,47 |
| Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов, кг | 105.66 | 108.93 | 168,00 |
| Булочные изделия сдобные из муки высшего сорта штучные, кг | 109.54 | 114.16 | 145,84 |
| Бараночные изделия, кг | 103.01 | 111.71 | 107,79 |
| Макаронные и крупяные изделия | 96.42 | 112.85 | 129,13 |
| Крупа и бобовые | 94.43 | 123.46 | 129,58 |
| Рис шлифованный, кг | 100.78 | 109.90 | 131,19 |
| Крупа манная, кг | 94.64 | 117.19 | 130,53 |
| Пшено, кг | 86.71 | 141.44 | 143,49 |
| Горох и фасоль, кг | 89.52 | 112.82 | 175,95 |
| Крупа гречневая - ядрица, кг | 89.65 | 147.76 | 109,20 |
| Крупы овсяная и перловая, кг | 79.75 | 127.84 | 170,71 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Овсяные хлопья "Геркулес", кг | 100.43 | 109.36 | 121,64 |
| Макаронные изделия | 98.59 | 100.64 | 128,56 |
| Вермишель, кг | 100.01 | 100.39 | 135,53 |
| Макаронные изделия из пшеничной муки высшего сорта, кг | 98.08 | 100.74 | 125,38 |
| Плодоовощная продукция, включая картофель | 114.26 | 113.85 | 119,36 |
| Картофель, кг | 93.91 | 107.66 | 129,36 |
| Овощи | 124.53 | 112.81 | 133,62 |
| Капуста белокочанная свежая, кг | 124.33 | 86.03 | 199,31 |
| Лук репчатый, кг | 130.45 | 129.48 | 110,89 |
| Свёкла столовая, кг | 111.42 | 127.86 | 121,71 |
| Морковь, кг | 133.90 | 109.52 | 126,74 |
| Чеснок, кг | 111.76 | 86.41 | 127,94 |
| Фрукты и цитрусовые | 115.57 | 115.75 | 112,80 |
| Яблоки, кг | 137.32 | 133.07 | 103,47 |
| Апельсины, кг | 99.11 | 108.67 | 110,87 |
| Бананы, кг | 112.06 | 104.62 | 107,78 |
| Алкогольные напитки | 106.39 | 112.39 | 110,01 |
| Водка | 107.49 | 112.54 | 105,22 |
| Водка крепостью 40% об. Спирта и выше обыкновенного качества, л | 106.83 | 112.14 | 107,39 |
| Водка крепостью 40% об. спирта и выше повышенного качества, л | 109.10 | 113.47 | 100,77 |
| Вина виноградные | 103.33 | 124.76 | 120,84 |
| Вино виноградное крепленое крепостью до 20% об. спирта, л | 111.33 | 137.59 | 130,37 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Вино виноградное столовое (сухое, полусухое, полусладкое) крепостью до 14% об. спирта и содержанием до 8% сахара, л | 101.10 | 120.25 | 117,53 |
| Коньяк | 97.57 | 120.13 | 115,90 |
| Коньяк ординарный отечественный, л | 96.77 | 124.66 | 119,43 |
| Коньяк импортный, л | 100.08 | 106.24 | 105,82 |
| Шампанское | 107.34 | 105.90 | 104,73 |
| Пиво | 106.38 | 107.12 | 112,60 |
| Пиво отечественное, л | 107.57 | 106.68 | 113,23 |
| Пиво импортное, л | 96.08 | 111.23 | 107,03 |
| Напитки безалкогольные | 112.47 | 109.15 | 111,34 |
| Вода минеральная, л | 120.70 | 113.85 | 109,88 |
| Газированная вода (кроме минеральной), л | 110.40 | 107.57 | 111,95 |
| Мороженое сливочное, кг | 118.71 | 112.79 | 112,05 |
| Общественное питание | 118.09 | 117.22 | 115,45 |
| Обед в ресторане заказной в дневное время, на 1 человека | 107.13 | 107.16 | 108,50 |
| Кофе в кафетерии, 200 г | 107.05 | 114.64 | 107,64 |
| Обед в столовой в организации, на 1 человека | 116.49 | 107.24 | 113,48 |
| Обед в столовой, кафе, закусочной (кроме столовых в организациях), на 1 человека | 121.25 | 129.22 | 118,56 |
| Ужин в ресторане заказной (включая спиртные напитки), на 1 человека | 110.62 | 106.82 | 117,87 |

**Приложение 2**

**Индексы потребительских цен на отдельные виды непродовольственных товаров**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Непродовольственные товары | | 106.69 | 107.80 | | 108,15 | | |
| Ткани | | 104.56 | 112.28 | | 106,67 | | |
| Ткани хлопчатобумажные | | 108.06 | 104.14 | | 106,90 | | |
| Ситец набивной отечественный, м | | 109.73 | 100.00 | | 107,50 | | |
| Ткани хлопчатобумажные бельевые, м | | 106.56 | 109.46 | | 105,70 | | |
| Ткани шерстяные | | 105.45 | 117.52 | | 107,08 | | |
| Ткань костюмная полушерстян., м | | 105.88 | 119.19 | | 107,08 | | |
| Ткань костюмная шерстяная, м | | 104.53 | 115.32 | | - | | |
| Ткани шелковые | | 104.13 | 112.82 | | 106,66 | | |
| Ткань платьевая из искусственного или синтетического шелка, м | | 109.54 | 123.06 | | 106,04 | | |
| Ткани декоративные для изготовления штор и занавесей, м | | 100.00 | 106.66 | | 106,87 | | |
| Полотенца | | 105.55 | 108.45 | | 103,42 | | |
| Полотенце личное, шт. | | 105.58 | 105.44 | | 100,36 | | |
| Полотенце банное, шт. | | 108.96 | 116.53 | | 104,99 | | |
| Полотенце кухонное, шт. | | 100.59 | 104.77 | | 106,38 | | |
| Одежда и белье | | 105.30 | 106.31 | | 111,30 | | |
| Одежда | | 104.91 | 106.42 | | 111,59 | | |
| Одежда мужская | | 103.20 | 103.63 | | 111,49 | | |
| Куртка мужская зимняя с верхом из плащевых тканей, шт. | | 101.15 | 102.59 | | 109,66 | | |
| Куртка мужская демисезонная с верхом из плащевых тканей, шт. | | 100.33 | 102.84 | | 113,24 | | |
| Куртка мужская с верхом из плащевых тканей без утеплителя (ветровка), шт. | | 100.33 | 102.41 | | 115,68 | | |
| Куртка мужская из натуральной кожи, шт. | | 100.00 | 100.00 | | 115,23 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Костюм-двойка мужской из шерстяных или полушерстяных тканей, шт. | | 106.34 | 105.45 | | 112,78 | | |
| Брюки мужские из полушерстяных или смесовых тканей, шт. | | 100.61 | 102.63 | | 110,62 | | |
| Брюки мужские из джинсовой ткани (джинсы), шт. | | 105.44 | 104.18 | | 113,44 | | |
| Сорочка верхняя мужская из хлопчатобумажных или смесовых тканей, шт. | | 101.80 | 105.70 | | 103,87 | | |
| Трусы мужские из хлопчатобумажной ткани, шт. | | 116.15 | 102.75 | | 122,73 | | |
| Одежда женская | | 104.97 | 106.69 | | 110,72 | | |
| Пальто женское зимнее из шерстяных или полушерстяных тканей, шт. | | 96.46 | 100.28 | | 101,92 | | |
| Пальто женское демисезонное, шт. | | 98.57 | 102.62 | | 105,61 | | |
| Пальто женское из плащевых тканей, шт. | | 101.70 | 108.50 | | 105,28 | | |
| Плащ женский, шт. | | 91.69 | 103.89 | | 119,17 | | |
| Куртка женская из натуральной кожи, шт. | | 100.00 | 103.46 | | 105,46 | | |
| Костюм-двойка женский из шерстяных или полушерстяных тканей, шт. | | 113.08 | 116.73 | | 123,49 | | |
| Костюм-двойка женский из трикотажного полотна, шт. | | 103.38 | 106.69 | | 117,70 | | |
| Платье женское из смесовых тканей или легкого трикотажного полотна, шт. | | 104.48 | 109.61 | | 111,64 | | |
| Юбка женская из полушерстяных или смесовых тканей, шт. | | 109.46 | 103.31 | | 122,21 | | |
| Брюки женские из полушерстяных или смесовых тканей, шт. | | 103.50 | 110.64 | | 111,36 | | |
| Блузка женская из искусственных или синтетических тканей, шт. | | 103.18 | 107.33 | | 108,79 | | |
| Платье женское из хлопчатобумажных тканей, шт. | | 134.28 | 101.75 | | 113,24 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Халат женский из хлопчатобумажных тканей, шт. | | 122.05 | 110.88 | | 121,07 | | |
| Сорочка ночная женская, шт. | | 105.06 | 114.24 | | 107,13 | | |
| Одежда детская | | 110.32 | 114.41 | | 117,07 | | |
| Одежда для детей школьного возраста | | 109.03 | 116.02 | | 116,10 | | |
| Куртка для детей школьного возраста зимняя, с верхом из плащевых тканей, шт. | | 115.15 | 116.06 | | 123,52 | | |
| Куртка для детей школьного возраста демисезонная, с верхом из плащевых тканей, шт. | | 111.61 | 125.47 | | 123,71 | | |
| Брюки для детей школьного возраста из полушерстяных тканей, шт. | | 108.88 | 122.45 | | 107,69 | | |
| Брюки для детей школьного возраста из джинсовой ткани, шт. | | 104.30 | 116.57 | | 108,31 | | |
| Сорочка верхняя для мальчиков школьного возраста, шт. | | 106.31 | 114.54 | | 106,71 | | |
| Платье для девочек школьного возраста из полушерстяных тканей, шт. | | 108.13 | 107.63 | | 122,09 | | |
| Блузка для девочек школьного возраста из хлопчатобумажных тканей, шт. | | 111.02 | 109.12 | | 114,69 | | |
| Юбка для девочек школьного возраста из полушерстяных тканей, шт. | | 109.55 | 118.97 | | 115,69 | | |
| Одежда для детей дошкольного возраста | | 111.57 | 109.66 | | 116,40 | | |
| Куртка для детей дошкольного возраста с верхом из плащевых тканей, утепленная, шт. | | 109.24 | 112.98 | | 116,73 | | |
| Сорочка верхняя для мальчиков дошкольного возраста, шт. | | 106.08 | 104.62 | | 110,91 | | |
| Платье для девочек дошкольного возраста летнее, шт. | | 117.38 | 106.85 | | 118,28 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Белье для детей ясельного возраста | | 113.95 | 113.68 | | 120,96 | | |
| Комбинезон для детей до года, шт. | | 114.05 | 108.78 | | 135,59 | | |
| Пеленки для новорожденных, шт. | | 120.82 | 114.09 | | 110,29 | | |
| Ползунки из хлопчатобумажного трикотажного полотна, шт. | | 115.83 | 115.24 | | 117,09 | | |
| Белье для новорожденных и детей ясельного возраста, шт. | | 108.65 | 115.96 | | 117,08 | | |
| Белье постельное | | 112.51 | 104.64 | | 106,38 | | |
| Наволочка из хлопчатобумажной ткани, шт. | | 114.07 | 110.83 | | 114,19 | | |
| Простыня из хлопчатобумажной ткани, шт. | | 136.01 | 105.13 | | 107,38 | | |
| Пододеяльник из хлопчатобумажной ткани, шт. | | 109.33 | 101.88 | | 106,03 | | |
| Одеяло стеганое, шт. | | 103.79 | 105.30 | | 105,26 | | |
| Подушка, шт. | | 101.57 | 102.43 | | 100,49 | | |
| Меха и меховые изделия | | 108.31 | 106.45 | | 103,09 | | |
| Пальто женское меховое или дубленка, шт. | | 105.38 | 104.34 | | 102,36 | | |
| Пальто детское меховое или дубленка, шт. | | 100.00 | 100.00 | | 103,30 | | |
| Меховой головной убор мужской из нутрии, сурка, ондатры, шт. | | 100.00 | 134.69 | | 122,57 | | |
| Меховой головной убор мужской из кролика, овчины, шт. | | 137.12 | 118.28 | | 110,06 | | |
| Меховой головной убор женский из норки, лисицы, песца, шт. | | 115.53 | 109.21 | | 102,25 | | |
| Трикотажные изделия | | 109.01 | 109.71 | | 109,35 | | |
| Верхний трикотаж, прочие изделия верхнего трикотажа | | 107.98 | 110.39 | | 111,18 | | |
| Джемпер мужской, шт. | | 104.21 | 114.16 | | 110,66 | | |
| Джемпер женский, шт. | | 108.93 | 107.56 | | 118,90 | | |
| Джемпер для детей школьного возраста, шт. | | 116.24 | 118.30 | | 106,88 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Костюм спортивный для взрослых, шт. | | 104.06 | 102.10 | | 106,23 | | |
| Костюм спортивный для детей школьного возраста, шт. | | 103.40 | 106.13 | | 116,60 | | |
| Костюм трикотажный для детей ясельного возраста, шт. | | 127.45 | 110.07 | | 110,70 | | |
| Трикотажный головной убор мужской, шт. | | 107.29 | 110.52 | | 98,49 | | |
| Трикотажный головной убор женский, шт. | | 111.29 | 112.72 | | 104,77 | | |
| Трикотажная шапочка детская, шт. | | 105.72 | 120.30 | | 106,52 | | |
| Бельевой трикотаж | | 112.53 | 107.53 | | 104,00 | | |
| Трусы мужские из хлопчатобумажного трикотажного полотна, шт. | | 116.34 | 103.76 | | 102,71 | | |
| Майка мужская из хлопчатобумажного трикотажного полотна, шт. | | 106.87 | 108.33 | | 106,07 | | |
| Футболка детская, шт. | | 119.49 | 113.68 | | 101,39 | | |
| Панталоны, трусы женские, шт. | | 113.09 | 107.40 | | 103,86 | | |
| Трусы детские, шт. | | 107.14 | 110.43 | | 106,43 | | |
| Чулочно-носочные изделия | | 104.42 | 107.94 | | 111,67 | | |
| Носки мужские из хлопчатобумажной или смесовой пряжи, пара | | 105.10 | 110.97 | | 115,13 | | |
| Носки, гольфы детские, пара | | 112.44 | 108.52 | | 115,45 | | |
| Колготки женские эластичные плотностью 15-20 DEN, шт. | | 103.96 | 109.42 | | 122,67 | | |
| Колготки женские эластичные плотностью свыше 20 DEN, шт. | | 102.46 | 104.56 | | 106,10 | | |
| Колготки детские, шт. | | 112.47 | 112.96 | | 109,36 | | |
| Обувь кожаная, текстильная и комбинированная | | 107.34 | 106.89 | | 107,81 | | |
| Обувь мужская | | 106.37 | 112.01 | | 106,87 | | |
| Сапоги, ботинки мужские зимние с верхом из натуральной кожи, пара | | 108.61 | 115.56 | | 110,44 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Полуботинки, туфли мужские с верхом из натуральной кожи, пара | | 101.65 | 108.19 | | 102,63 | | |
| Полуботинки мужские с верхом из искусственной кожи, пара | | 105.00 | 101.07 | | 101,86 | | |
| Обувь женская | | 108.65 | 106.17 | | 108,29 | | |
| Сапоги женские зимние с верхом из натуральной кожи, пара | | 110.56 | 108.60 | | 109,39 | | |
| Сапоги женские осенние с верхом из натуральной кожи, пара | | 104.46 | 108.44 | | 113,79 | | |
| Туфли женские закрытые с верхом из натуральной кожи, пара | | 112.49 | 101.37 | | 106,33 | | |
| Туфли женские закрытые с верхом из искусственной кожи, пара | | 107.35 | 104.84 | | 104,51 | | |
| Туфли женские летние с верхом из искусственной кожи, пара | | 109.95 | 106.49 | | 101,76 | | |
| Туфли женские модельные с верхом из натуральной кожи, пара | | 100.47 | 101.06 | | 108,15 | | |
| Обувь детская | | 105.46 | 103.79 | | 108,24 | | |
| Сапоги для детей школьного возраста зимние с верхом из натуральной кожи, пара | | 107.20 | 109.39 | | 115,27 | | |
| Ботинки, полуботинки для детей школьного возраста, пара | | 105.04 | 100.00 | | 113,43 | | |
| Ботинки, полуботинки для детей дошкольного возраста, пара | | 100.54 | 101.76 | | 102,45 | | |
| Туфли детские летние (сандалеты), пара | | 110.13 | 104.56 | | 108,61 | | |
| Кроссовые туфли для детей с верхом из кожзаменителя, пара | | 105.19 | 104.79 | | 102,34 | | |
| Обувь кроссовая и спортивная для взрослых | | 103.56 | 103.35 | | 106,20 | | |
| Кроссовые туфли для взрослых с верхом из кожзаменителя, пара | | 103.83 | 105.55 | | 105,78 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Кроссовые туфли для взрослых с верхом из натуральной кожи, пара | | 103.29 | 100.95 | | 106,81 | | |
| Обувь резиновая | | 100.39 | 107.92 | | 103,13 | | |
| Сапоги цельнорезиновые детские, пара | | 103.68 | 100.58 | | 104,62 | | |
| Сапоги цельнорезиновые для взрослых, пара | | 100.00 | 108.94 | | 102,84 | | |
| Моющие и чистящие средства | | 105.33 | 105.67 | | 115,71 | | |
| Мыло хозяйственное, 200 г | | 103.92 | 112.41 | | 114,69 | | |
| Порошкообразные чистящие средства, кг | | 109.08 | 107.13 | | 119,62 | | |
| Порошок стиральный, кг | | 104.63 | 103.16 | | 116,49 | | |
| Мыло туалетное,100г | | 104.83 | 110.16 | | 110,34 | | |
| Парфюмерно-косметические товары | | 108.49 | 109.99 | | 105,38 | | |
| Духи группы "Экстра" отечественные, 10 мл | | 110.08 | 132.39 | | 111,89 | | |
| Духи импортные, 10 мл | | 134.39 | 96.33 | | 110,94 | | |
| Туалетная вода импортная, 100 мл | | 101.69 | 114.55 | | 101,75 | | |
| Шампунь, 250 мл | | 111.10 | 109.73 | | 103,09 | | |
| Крем для лица отечественный,100 г | | 105.51 | 121.70 | | 111,13 | | |
| Крем для лица импортный, 100 мл | | 101.07 | 104.91 | | 110,94 | | |
| Паста зубная, 100 г | | 103.58 | 102.83 | | 103,60 | | |
| Галантерея | | 108.90 | 108.77 | | 115,08 | | |
| Бюстгальтер, шт. | | 102.67 | 105.97 | | 106,07 | | |
| Сумка дамская с верхом из кожзаменителя, шт. | | 104.38 | 107.45 | | 119,03 | | |
| Портфель (рюкзак) ученический, шт. | | 107.46 | 105.92 | | 108,72 | | |
| Сумка дамская с верхом из натуральной кожи, шт. | | 108.89 | 118.76 | | 120,94 | | |
| Зонт, шт. | | 120.75 | 106.72 | | 114,80 | | |
| Тюль, полотно гардинное, м | | 107.06 | 103.92 | | 109,91 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Перчатки из натуральной кожи, пара | | 106.46 | 117.60 | | 113,48 | | |
| Платок носовой мужской, шт. | | 105.75 | 100.00 | | 92,02 | | |
| Щетка зубная, шт. | | 104.22 | 113.34 | | 129,05 | | |
| Нитки швейные из хлопчатобумажных или синтетических волокон, катушка | | 100.00 | 104.41 | | 109,35 | | |
| Табачные изделия | | 106.16 | 111.18 | | 112,88 | | |
| Папиросы, пачка | | 116.96 | 108.48 | | 130,39 | | |
| Сигареты без фильтра отечественные, пачка | | 108.66 | 108.32 | | 110,93 | | |
| Сигареты с фильтром отечественные, пачка | | 105.24 | 112.76 | | 115,19 | | |
| Сигареты с фильтром импортные, пачка | | 103.97 | 109.14 | | 104,20 | | |
| Спички, коробок | | 101.85 | 160.93 | | 103,10 | | |
| Мебель | | 113.40 | 110.10 | | 114,60 | | |
| Шкаф для платья и белья, шт. | | 111.60 | 106.79 | | 117,31 | | |
| Стол обеденный, шт. | | 107.90 | 102.08 | | 110,62 | | |
| Диван-кровать, шт. | | 118.85 | 111.97 | | 113,85 | | |
| Стул с мягким сиденьем, шт. | | 120.70 | 115.05 | | 130,05 | | |
| Набор корпусной мебели, комплект | | 113.89 | 106.71 | | 115,61 | | |
| Набор мягкой мебели, комплект | | 112.44 | 111.78 | | 117,42 | | |
| Набор мебели для спальни, комплект | | 108.88 | 110.81 | | 121,59 | | |
| Набор кухонной мебели, комплект | | 114.76 | 110.07 | | 102,14 | | |
| Ковры и ковровые изделия | | 106.83 | 103.89 | | 118,09 | | |
| Ковер шерстяной, полушерстяной, м2 | | 102.73 | 100.17 | | 100,00 | | |
| Ковер (палас) синтетический, м2 | | 108.23 | 105.12 | | 125,14 | | |
| Металлическая посуда и металлические предметы домашнего обихода | | 108.51 | 108.94 | | 117,78 | | |
| Кастрюля стальная эмалированная, шт. | | 108.99 | 108.67 | | 120,01 | | |
|  | 2005 г. | | | 2006 г. | | 2007 г. |
| Комплект столовых приборов из нержавеющей стали, комплект | 114.12 | | | 105.33 | | 108,52 |
| Чайник стальной эмалированный, шт. | 104.18 | | | 111.49 | | 111,59 |
| Стеклянная посуда (рюмка), шт. | 117.77 | | | 107.60 | | 103,54 |
| Фарфоро-фаянсовая посуда | 109.74 | | | 108.42 | | 126,57 |
| Тарелка мелкая или глубокая, шт. | 108.97 | | | 108.14 | | 132,01 |
| Чашка чайная с блюдцем, комплект | 111.22 | | | 108.86 | | 115,72 |
| Часы | 107.87 | | | 107.52 | | 111,96 |
| Часы будильник механический или электронный, шт. | 103.96 | | | 107.65 | | 115,49 |
| Часы наручные, шт. | 111.81 | | | 106.83 | | 109,00 |
| Электротовары и другие бытовые приборы | 101.25 | | | 100.07 | | 102,88 |
| Холодильники бытовые | 99.18 | | | 97.17 | | 100,44 |
| Холодильник двухкамерный, емкостью 250-350 л, отечественный, шт. | 98.19 | | | 95.98 | | 103,89 |
| Холодильник двухкамерный, емкостью 250-350 л, импортный, шт. | 100.69 | | | 98.80 | | 95,68 |
| Стиральные машины бытовые | 101.82 | | | 98.69 | | 98,31 |
| Машина стиральная автоматическая импортная, шт. | 102.07 | | | 97.26 | | 94,08 |
| Машина стиральная автоматическая отечественная, шт. | 100.00 | | | 100.00 | | 108,91 |
| Машина стиральная малогабаритная, отечественная, шт. | 103.73 | | | 103.77 | | 102,96 |
| Электропылесос напольный, шт. | 103.25 | | | 105.43 | | 106,32 |
| Печь микроволновая, шт. | 104.58 | | | 99.10 | | 99,96 |
| Плита бытовая, шт. | 101.83 | | | 100.24 | | 99,92 |
| Электрочайник пластмассовый, шт. | 100.52 | | | 94.36 | | 108,09 |
| Миксер, шт. | 100.00 | | | 104.13 | | 115,19 |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Электроутюг с терморегулятором, пароувлажнителем, шт. | | 103.84 | 101.34 | | 104,34 | | |
| Светильник потолочный одноламповый, шт. | | 104.13 | 110.29 | | 105,69 | | |
| Электрическая лампа осветительная, отечественная, шт. | | 94.86 | 100.00 | | 131,31 | | |
| Батарейки электрические класса АА, шт. | | 98.53 | 100.00 | | 116,77 | | |
| Бумажно-беловые товары | | 105.87 | 104.25 | | 108,75 | | |
| Тетрадь школьная, шт. | | 106.81 | 103.67 | | 109,32 | | |
| Альбом для рисования, шт. | | 111.00 | 105.99 | | 112,43 | | |
| Бумага туалетная отечественная, рулон | | 104.75 | 104.33 | | 105,92 | | |
| Школьно-письменные принадлежности и канцелярские товары | | 103.54 | 106.70 | | 109,75 | | |
| Авторучка шариковая, шт. | | 102.85 | 109.46 | | 106,61 | | |
| Карандаш чернографитный, шт. | | 104.21 | 100.51 | | 117,58 | | |
| Набор фломастеров, набор | | 104.21 | 107.33 | | 110,02 | | |
| Печатные издания | | 110.81 | 112.32 | | 111,74 | | |
| Общероссийская ежедневная газета в розницу, шт. | | 111.57 | 114.51 | | 115,70 | | |
| Еженедельная газeта в розницу, шт. | | 108.71 | 108.01 | | 115,03 | | |
| Книга детективно-приключенческого жанра, шт. | | 115.62 | 112.48 | | 103,52 | | |
| Учебник, учебное пособие, дидактический материал для общеобразовательной школы, шт. | | 108.03 | 113.18 | | 113,78 | | |
| Велосипеды и мотоциклы | | 104.86 | 103.72 | | 100,48 | | |
| Велосипед дорожный для взрослых, шт. | | 109.71 | 103.59 | | 100,00 | | |
| Велосипед для дошкольников, шт. | | 100.00 | 103.96 | | 102,45 | | |
| Телерадиотовары | | 97.72 | 95.08 | | 94,08 | | |
| Музыкальный центр, шт. | |  |  | | 102,3 | | |
| Телевизор цветного изображения, шт. | | 95.54 | 93.21 | | 91,05 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Проигрыватель DVD, шт. | | 90.21 | 91.05 | | 88,28 | | |
| Компакт-диск с записью, шт. | | 103.46 | 98.72 | | 100,99 | | |
| Монитор для настольного компьютера, шт. | | 104.20 | 86.61 | | 100,76 | | |
| Средства связи | | 96.91 | 85.48 | | 99,78 | | |
| Телефонный аппарат сотовой связи в комплекте, шт. | | 94.42 | 81.82 | | 99,23 | | |
| Телефонный аппарат отечественный, шт. | | 106.90 | 101.15 | | 103,29 | | |
| Игрушки | | 110.06 | 115.76 | | 113,84 | | |
| Игрушки пластмассовые для детей ясельного возраста, шт. | | 116.91 | 112.58 | | 122,52 | | |
| Игрушки мягкие для детей ясельного возраста, шт. | | 102.71 | 118.87 | | 105,90 | | |
| Фотоаппарат импортный, шт. | | 102.51 | 105.24 | | 113,49 | | |
| Товары для физической культуры, спорта и туризма | | 104.74 | 104.67 | | 101,33 | | |
| Мяч футбольный, шт. | | 105.31 | 104.39 | | 100,45 | | |
| Коньки роликовые, пара | | 103.85 | 105.08 | | 102,65 | | |
| Строительные материалы | | 112.65 | 111.85 | | 116,66 | | |
| Стекло оконное листовое, м2 | | 97.57 | 119.01 | | 97,62 | | |
| Обои, 10 м | | 101.96 | 105.36 | | 103,9 | | |
| Краски масляные, эмали отечественные, кг | | 107.20 | 107.05 | | 115,02 | | |
| Мойка из нержавеющей стали для кухни, шт. | | 103.90 | 104.44 | | 112,34 | | |
| Пиломатериалы необрезные хвойных пород, м3 | | 105.41 | 115.04 | | 139,46 | | |
| Доска обрезная, м3 | | 111.67 | 108.01 | | 126,78 | | |
| Плиты древесностружечные, м2 | | 114.53 | 109.75 | | 102,59 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Цемент тарированный, 50 кг | | 155.72 | 145.24 | | 168,54 | | |
| Шифер, 10 плиток | | 164.72 | 109.54 | | 125,23 | | |
| Кирпич красный, 1000 шт. | | 110.00 | 121.21 | | 150,00 | | |
| Рубероид, 10 м | | 114.98 | 111.08 | | 114,01 | | |
| Линолеум, м2 | | 121.31 | 110.80 | | 103,27 | | |
| Кольцо обручальное, грамм | | 117.27 | 123.55 | | 110,14 | | |
| Легковые автомобили | | 105.24 | 107.16 | | 102,58 | | |
| Легковой автомобиль отечественный новый, шт. | | 105.79 | 107.47 | | 102,07 | | |
| Шины для легкового автомобиля отечественные, шт. | | 98.23 | 103.07 | | 120,15 | | |
| Нефтепродукты | | 117.82 | 111.24 | | 105,89 | | |
| Дизельное топливо, л | | 114.49 | 118.01 | | 107,78 | | |
| Бензин автомобильный | | 118.06 | 110.89 | | 105,82 | | |
| Бензин автомобильный марки А-76 (АИ-80), л | | 116.56 | 108.63 | | 107,03 | | |
| Бензин автомобильный марки АИ-92 (АИ-93 и т.п.), л | | 120.13 | 112.20 | | 105,02 | | |
| Бензин автомобильный марки АИ-95 и выше, л | | 116.33 | 113.58 | | 105,07 | | |
| Медицинские товары | | 103.81 | 105.44 | | 119,84 | | |
| Корригирующие очки, шт. | | 130.19 | 117.54 | | 120,15 | | |
| Медицинский термометр ртутный, шт. | | 76.59 | 93.58 | | 93,73 | | |
| Аппарат для измерения артериального давления электронный, шт. | | 98.64 | 105.37 | | 99,89 | | |
| Медикаменты | | 103.93 | 105.27 | | 120,98 | | |
| Атенолол, 50 мг, 10 таблеток | | 102.65 | 116.78 | | 95,28 | | |
| Эналаприл, 5 мг, 10 таблеток | | 106.39 | 110.86 | | 88,35 | | |
| Индапамид, 2,5 мг, 10 таблеток | | 103.93 | 94.00 | | 92,26 | | |
| Нитроглицерин, 0,5 мг, 10 таблеток | | 99.06 | 113.05 | | 108,90 | | |
| Валидол, 60 мг, 10 таблеток | | 102.25 | 111.66 | | 124,69 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Валокордин, капли 20 мл | | 95.73 | 100.97 | | 108,19 | | |
| Корвалол, капли 25 мл | | 87.44 | 98.26 | | 105,56 | | |
| Настойка боярышника, 100 мл | | 103.93 | 128.16 | | 98,58 | | |
| Винпоцетин, 5 мг, 10 таблеток | | 103.93 | 112.52 | | 112,07 | | |
| Метамизол натрия (Анальгин отечественный), 500 мг, 10 таблеток | | 138.54 | 108.19 | | 97,72 | | |
| Комбинированные анальгетики, 10 таблеток | | 103.93 | 103.14 | | 105,05 | | |
| Дротаверин (Но-шпа), 40 мг, 100 таблеток | | 101.52 | 105.58 | | 107,63 | | |
| Ацетилсалициловая кислота (Аспирин отечественный), 500 мг, 10 таблеток | | 135.47 | 111.51 | | 98,76 | | |
| Диклофенак, раствор для инъекций, 75 мг, ампула 3 мл | | 103.93 | 91.97 | | 113,24 | | |
| Амоксициллин, 500 мг, 10 таблеток | | 103.93 | 96.29 | | 180,15 | | |
| Ампициллин, 250 мг, 10 таблеток | | 95.81 | 116.65 | | 161,31 | | |
| Флуконазол, 150 мг, капсула | | 103.93 | 91.11 | | 98,82 | | |
| Панкреатин, 10 таблеток | | 103.93 | 98.49 | | 120,46 | | |
| Амброксол, 30 мг, 10 таблеток | | 103.93 | 95.10 | | 118,65 | | |
| Супрастин, 25 мг, 10 таблеток | | 103.93 | 96.21 | | 110,16 | | |
| Ксилометазолин (Галазолин) 0,1%, капли 10 мл | | 112.83 | 102.34 | | 331,94 | | |
| Комбинированные контрацептивы, 21 таблетка | | 103.93 | 106.13 | | 144,79 | | |
| Поливитамины без минералов отечественные, 10 шт. | | 71.82 | 101.50 | | 96,87 | | |
| Поливитамины с макро- и микроэлементами, 10 шт. | | 102.76 | 105.80 | | 122,21 | | |
| Йод, 10 мл | | 117.77 | 134.19 | | 94,83 | | |
| Перевязочные материалы | | 87.03 | 104.97 | | 100,36 | | |
| Бинт, шт. | | 86.17 | 107.36 | | 97,72 | | |
| Вата отечественная, 100 г | | 89.19 | 98.50 | | 107,42 | | |
|  | | 2005 г. | 2006 г. | | 2007 г. | | |
| Топливо | | 106.50 | 132.93 | | 113,52 | | |
| Уголь, т | | 109.01 | 120.45 | | 115,34 | | |
| Дрова, м3 | | 104.63 | 141.10 | | 112,33 | | |
| Садоводство | | 100.00 | 112.76 | | 106,00 | | |
| Свежесрезанные цветы, шт. | | 100.00 | 113.31 | | 103,71 | | |
| Земля для растений, л | | 100.00 | 111.46 | | 111,38 | | |

**Приложение 3**

**Индексы потребительских цен (тарифов) на отдельные виды платных услуг**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Платные услуги | 115.02 | 111.97 | 111,64 |
| Бытовые услуги | 111.62 | 113.86 | 117,47 |
| Ремонт, пошив одежды и обуви | 109.76 | 114.37 | 134,21 |
| Постановка набоек, пара | 106.02 | 110.74 | 140,49 |
| Ремонт, пошив одежды | 118.79 | 120.89 | 118,83 |
| Ремонт мужских брюк из всех видов тканей, один вид работы | 122.00 | 113.87 | 117,40 |
| Пошив женского платья, шт. | 117.89 | 123.66 | 122,34 |
| Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов | 115.99 | 109.74 | 107,15 |
| Ремонт телевизоров цветного изображения, один вид работы | 113.64 | 120.00 | 106,66 |
| Ремонт холодильников всех марок, один вид работы | 120.00 | 100.00 | 100,00 |
| Ремонт малых электробытовых приборов, один вид работы | 100.00 | 115.47 | 111,80 |
| Ремонт часов наручных механических, услуга | 121.47 | 104.56 | 108,45 |
| Замена элементов питания в наручных часах, услуга | 100.00 | 105.94 | 127,21 |
| Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств | 104.19 | 107.25 | 122,99 |
| Регулировка развала-схождения колес легкового автомобиля отечественного, один вид работы | 106.07 | 102.67 | 126,81 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Шиномонтаж колес легкового автомобиля отечественного, шт. | 102.37 | 111.68 | 119,33 |
| Химическая чистка, услуги прачечных | 133.19 | 133.89 | 110,00 |
| Химчистка мужского костюма, шт. | 100.00 | 120.00 | 108,32 |
| Стирка и глажение белья прямого без крахмала, кг | 133.33 | 134.17 | 110,07 |
| Ремонт жилищ | 100.78 | 105.02 | 100,00 |
| Выполнение малярных работ, 10 м2 | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Выполнение обойных работ, 10 м2 | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Выполнение работ по облицовке кафельной плиткой, м2 | 102.41 | 115.43 | 100,00 |
| Услуги фотоателье | 103.03 | 110.01 | 115,65 |
| Изготовление фотографий для документов, 6 шт. | 121.22 | 114.85 | 114,04 |
| Печать цветных фотографий, шт. | 100.00 | 109.38 | 115,80 |
| Услуги бань и душевых | 100.00 | 141.45 | 108,00 |
| Помывка в бане в общем зале, билет | 100.00 | 141.45 | 108,00 |
| Услуги парикмахерских | 116.81 | 110.67 | 119,05 |
| Стрижка модельная в женском зале, стрижка | 115.71 | 112.08 | 117,07 |
| Химическая завивка волос, услуга | 113.76 | 112.98 | 120,36 |
| Стрижка модельная в мужском зале, стрижка | 121.04 | 106.37 | 121,14 |
| Ритуальные услуги | 115.30 | 128.10 | 123,61 |
| Изготовление гроба, шт. | 157.14 | 100.00 | 114,94 |
| Рытье могилы механическим способом на новом месте захоронения, услуга | 100.00 | 139.87 | 120,00 |
| Рытье могилы ручным способом на новом месте захоронения, услуга | 100.00 | 129.23 | 124,81 |
| Рытье могилы ручным способом на родственном месте захоронения, услуга | 104.00 | 129.23 | 132,14 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Услуги пассажирского транспорта | 102.70 | 119.22 | 102,12 |
| Городской пассажирский транспорт | 100.00 | 120.27 | 100,00 |
| Комбинированный билет для проезда в городском пассажирском транспорте в течение месяца, билет | 100.00 | 119.23 | 100,00 |
| Автомобильный транспорт | 100.00 | 119.41 | 103,86 |
| Проезд в междугородном автобусе, в расчете на 50 км пути | 100.00 | 116.76 | 114,79 |
| Городской автомобильный транспорт | 100.00 | 120.26 | 100,00 |
| Проезд в городском муниципальном автобусе, поездка | 100.00 | 122.69 | 100,00 |
| Проезд в городском коммерческом автобусе, поездка | 100.00 | 120.00 | 100,00 |
| Проезд в маршрутном такси, поездка | 100.00 | 118.18 | 100,00 |
| Городской электрический транспорт | 100.00 | 125.00 | 100,00 |
| Проезд в троллейбусе, поездка | 100.00 | 125.00 | 100,00 |
| Железнодорожный транспорт | 121.61 | 117.06 | 116,13 |
| Проезд в пригородном поезде, поездка | 128.00 | 100.00 | 112,50 |
| Поезда дальнего следования | 121.09 | 117.37 | 116,60 |
| Проезд в купейном вагоне скорого нефирменного поезда дальнего следования, в расчете на 100 км пути | 125.99 | 119.47 | 120,00 |
| Проезд в купейном вагоне скорого фирменного поезда дальнего следования, в расчете на 100 км пути | 125.88 | 125.53 | 120,05 |
| Проезд в плацкартном вагоне скорого нефирменного поезда дальнего следования, в расчете на 100 км пути | 116.84 | 111.99 | 112,00 |
| Проезд в плацкартном вагоне скорого фирменного поезда дальнего следования, в расчете на 100 км пути | 116.44 | 111.92 | 112,00 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Услуги связи | 107.33 | 102.20 | 106,09 |
| Почтовая связь | 119.15 | 116.07 | 100,00 |
| Пересылка простого письма внутри России, массой до 20 г, шт. | 119.15 | 116.07 | 100,00 |
| Городская телефонная связь | 120.00 | 100.00 | 115,28 |
| Междугородная телефонная связь | 94.87 | 100.00 | 100,00 |
| Предоставление междугородных телефонных соединений (разговоров) автоматическим способом на расстояние 601-1200 км, минута | 94.95 | 100.00 | 100,00 |
| Предоставление междугородных телефонных соединений (разговоров) автоматическим способом на расстояние 1201-3000 км, минута | 94.62 | 100.00 | 100,00 |
| Телеграфная связь | 100.00 | 127.27 | 122,45 |
| Отправка телеграммы обыкновенной внутренней, 15 слов | 100.00 | 127.27 | 122,45 |
| Проводное вещание | 125.00 | 120.00 | 100,00 |
| Абонентская плата за радиотрансляционную точку, месяц | 125.00 | 120.00 | 100,00 |
| Беспроводная радиосвязь | 99.91 | 102.98 | 100,91 |
| Услуги по подключению к сети "Интернет" | 100.00 | 100.00 | 98,80 |
| Коммутируемый доступ в Интернет, час | 100.00 | 100.00 | 98,80 |
|  | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Жилищно-коммунальные услуги | 122.04 | 112.16 | 115,37 |
| Жилищные услуги | 112.88 | 107.30 | 108,85 |
| Содержание и ремонт жилья для граждан собственников жилья в результате приватизации, граждан собственников жилых помещений по иным основаниям, м2 общей площади | 110.24 | 105.58 | 107,16 |
| Услуги по организации и выполнению работ по эксплуатации домов ЖК, ЖСК, ТСЖ, м2 общей площади | 101.88 | 131.81 | 114,47 |
| Оплата жилья в домах государственного и муниципального жилищных фондов | 110.17 | 105.23 | 104,24 |
| Содержание и ремонт жилья в государственном и муниципальном жилищных фондах, м2 общей площади | 110.17 | 105.23 | 107,57 |
| Аренда однокомнатной квартиры у частных лиц, месяц | 104.63 | 100.00 | 125,13 |
| Вывоз мусора, месяц с человека | 188.12 | 137.80 | 105,31 |
| Услуги гостиниц и прочих мест проживания | 115.18 | 103.07 | 133,05 |
| Проживание в гостинице, сутки с человека | 116.19 | 104.78 | 131,73 |
| Проживание в студенческом общежитии, месяц | 114.46 | 102.00 | 133,89 |
| Коммунальные услуги | 124.25 | 112.95 | 116,40 |
| Водоснабжение и канализация, месяц с человека | 110.48 | 135.67 | 107,33 |
| Отопление, м2 общей площади | 138.15 | 107.97 | 116,75 |
| Водоснабжение горячее, месяц с человека | 138.85 | 107.66 | 116,87 |
| Газоснабжение | 124.91 | 114.66 | 124,37 |
| Газ сетевой, месяц с человека | 125.31 | 115.13 | 123,23 |
| Газ сжиженный | 123.31 | 112.86 | 134,09 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Газ сжиженный в баллонах, 50 л | 123.33 | 112.86 | 134,10 |
| Услуги по снабжению электроэнергией | 112.08 | 114.48 | 112,65 |
| Электроэнергия в квартирах без электроплит, 100 кВт.ч | 112.24 | 114.55 | 112,70 |
| Электроэнергия в квартирах с электроплитами, 100 кВт.ч | 111.59 | 114.29 | 112,50 |
| Услуги в системе образования | 111.06 | 111.34 | 101,70 |
| Услуги дошкольного воспитания | 118.69 | 102.86 | 124,73 |
| Посещение детского ясли - сада, день | 118.69 | 102.86 | 124,73 |
| Услуги образования | 110.73 | 111.63 | 100,14 |
| Услуги среднего образования | 115.79 | 115.34 | 117,02 |
| Обучение в средних специальных учебных заведениях, семестр | 115.79 | 115.34 | 117,02 |
| Услуги профессионального обучения | 105.53 | 114.86 | 147,92 |
| Занятия на курсах иностранных языков, академический час | 109.40 | 114.26 | 111,81 |
| Занятия на курсах профессионального обучения, академический час | 103.00 | 114.19 | 126,19 |
| Начальный курс обучения вождению легкового автомобиля, курс | 115.91 | 115.76 | 180,78 |
| Услуги высшего образования | 110.49 | 111.27 | 95,29 |
| Обучение в негосударственных высших учебных заведениях, семестр | 119.79 | 106.70 | 118,18 |
| Обучение в государственных высших учебных заведениях, семестр | 110.49 | 112.15 | 90,49 |
| Услуги организаций культуры | 129.02 | 100.00 | 131,39 |
| Кинотеатры, билет | 100.00 | 100.00 | 117,25 |
| Театры, билет | 150.00 | 100.00 | 150,00 |
| Музеи и выставки, билет | 122.49 | 100.00 | 100,00 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Услуги в сфере туризма | 115.05 | 120.38 | 108,88 |
| Услуги в сфере внутреннего туризма | 115.07 | 120.40 | 108,90 |
| Услуги в сфере зарубежного туризма | 102.23 | 105.37 | 106,48 |
| Поездка на отдых в Турцию, поездка | 100.30 | 97.62 | 111,77 |
| Поездка на отдых в Испанию, поездка | 107.37 | 106.81 | 101,30 |
| Экскурсионная поездка на автобусе по городам Европы, поездка | 93.83 | 110.28 | 111,49 |
| Экскурсионные услуги | 139.99 | 142.85 | 100,00 |
| Экскурсия автобусная, час | 139.99 | 142.85 | 100,00 |
| Санаторно-оздоровительные услуги | 106.08 | 115.00 | 107,48 |
| Санаторий, день | 106.08 | 115.00 | 107,48 |
| Медицинские услуги | 120.11 | 113.23 | 123,25 |
| Первичный прием к врачу специалисту, посещение | 116.54 | 115.33 | 111,19 |
| Ультразвуковое исследование брюшной полости, исследование | 115.05 | 116.47 | 120,28 |
| Физиотерапевтическое лечение, процедура | 112.50 | 115.50 | 106,94 |
| Общий анализ крови, анализ | 121.02 | 107.54 | 113,71 |
| Первичный осмотр больного у стоматолога, посещение | 125.69 | 110.58 | 129,80 |
| Удаление одного зуба под местным обезболиванием, удаление | 121.10 | 111.03 | 126,45 |
| Лечение кариеса, пломба | 117.99 | 113.49 | 124,47 |
| Изготовление съёмного протеза, протез | 122.60 | 113.80 | 131,85 |
| Изготовление коронки, шт. | 119.78 | 113.37 | 131,75 |
| Лечебный массаж шейно-грудного отдела, сеанс | 141.25 | 107.67 | 112,38 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Ветеринарные услуги | 314.06 | 100.00 | 153,23 |
| Клинический осмотр животного, посещение | 268.59 | 100.00 | 130,47 |
| Прививка животного, шт. | 357.14 | 100.00 | 176,00 |
| Услуги правового характера | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Удостоверение завещания в нотариальной конторе, услуга | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Услуги банков | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Стоимость годового обслуживания счета в рублях по международной банковской карте, карта | 100.00 | 100.00 | 100,00 |
| Услуги страхования | 115.13 | 98.90 | 110,96 |
| Годовая стоимость полиса добровольного страхования жилья от стандартных рисков, полис | 116.45 | 94.96 | 106,69 |
| Годовая стоимость полиса добровольного страхования легкового автомобиля от стандартных рисков, полис | 110.10 | 106.38 | 113,88 |
| Услуги физической культуры и спорта | 104.94 | 111.47 | 103,76 |
| Занятия в плавательных бассейнах, месяц | 100.00 | 110.43 | 107,72 |
| Занятия в группах общей физической подготовки, месяц | 110.68 | 112.47 | 100,00 |
| Посреднические и прочие услуги | 111.16 | 100.00 | 106,41 |
| Повторное получение гербового документа в органах ЗАГС, документ | 200.00 | 100.00 | 100,00 |
| Ксерокопирование документа, лист | 100.00 | 100.00 | 109,33 |
| Пользование общественным туалетом, посещение | 100.00 | 100.00 | 104,78 |
| Услуги электросвязи | 107.05 | 101.89 | 106,17 |

**Приложение 4**

**Средние потребительские цены на отдельные виды** **продовольственных, непродовольственных товаров и платных услуг населению**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Хлеб ржаной и ржано-пшеничный | 8,08 | 8,72 | 10,98 |
| Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта | 15,48 | 17,31 | 27,31 |
| Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов | 14,00 | 15,25 | 25,62 |
| Мука пшеничная | 9,84 | 11,38 | 16,69 |
| Рис шлифованный | 20,80 | 22,69 | 28,96 |
| Крупа манная | 12,32 | 14,19 | 18,52 |
| Пшено | 9,39 | 13,28 | 18,80 |
| Крупа гречневая – ядрица | 15,44 | 23,14 | 25,27 |
| Крупа овсяная и перловая | 6,97 | 8,91 | 15,21 |
| Горох и фасоль | 8,65 | 9,92 | 17,45 |
| Макаронные изделия из пшеничной муки высшего сорта | 16,89 | 17,86 | 22,24 |
| Говядина(кроме бескостного мяса) | 116,50 | 132,54 | 138,85 |
| Свинина (кроме бескостного мяса) | 138,08 | 151,95 | 161,58 |
| Куры (кроме куриных окорочков) | 75,70 | 75,07 | 77,81 |
| Колбаса вареная высшего сорта | 124,54 | 131,25 | 145,86 |
| Сосиски, сардельки | 116,30 | 125,09 | 132,89 |
| Колбаса полукопченая | 146,46 | 158,64 | 161,03 |
| Говядина, свинина тушеная консервированная, за условную банку | 32,64 | 35,70 | 36,88 |
| Рыба живая и охлажденная | 53,05 | 55,84 | 58,12 |
| Рыба замороженная неразделанная | 67,07 | 71,21 | 62,91 |
| Рыба соленая, маринованная, копченая | 162,46 | 180,47 | 178,11 |
| Консервы рыбные натуральные с добавлением масла, 350 г | 34,71 | 35,68 | 40,80 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Молоко цельное пастеризованное, стерилизованное 2,5-3,2% жирности | 17,41 | 19,62 | 24,17 |
| Сметана | 61,74 | 67,91 | 85,65 |
| Кисломолочные продукты | 21,64 | 24,49 | 31,74 |
| Творог жирный | 72,86 | 83,34 | 111,92 |
| Творог нежирный | 72,28 | 79,09 | 105,10 |
| Сыры сычужные твердые и мягкие | 129,41 | 141,00 | 216,62 |
| Масло сливочное | 86,86 | 102,16 | 124,05 |
| Масло подсолнечное | 34,97 | 35,09 | 52,61 |
| Маргарин | 35,46 | 39,84 | 41,13 |
| Яйца куриные, за десяток | 22,78 | 25,72 | 32,38 |
| Картофель | 7,01 | 7,54 | 9,89 |
| Капуста белокочанная свежая | 8,52 | 7,33 | 15,30 |
| Лук репчатый | 10,65 | 13,78 | 15,24 |
| Свекла | 8,48 | 10,85 | 13,20 |
| Морковь | 9,64 | 10,56 | 13,33 |
| Яблоки | 22,86 | 30,42 | 28,81 |
| Апельсины | 34,64 | 37,64 | 40,64 |
| Овощи натуральные консервированные, маринованные | 33,38 | 35,29 | 48,28 |
| Консервы томатные | 38,89 | 41,57 | 48,94 |
| Соки фруктовые | 27,90 | 32,88 | 38,02 |
| Сахар-песок | 17,22 | 20,63 | 18,01 |
| Печенье | 39,99 | 44,93 | 48,44 |
| Пряники | 27,78 | 34,98 | 37,57 |
| Карамель | 52,16 | 59,66 | 65,10 |
| Чай черный байховый | 179,89 | 216,94 | 232,54 |
| Кофе натуральный растворимый | 459,51 | 580,25 | 619,21 |
| Соль поваренная пищевая | 4,19 | 5,00 | 5,77 |
| Майонез | 45,67 | 47,41 | 62,47 |
| Водка крепостью 40% об. спирта обыкновенного качества | 132,31 | 154,13 | 158,10 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Коньяк ординарный отечественный и стран СНГ | 652,02 | 798,38 | 953,66 |
| Вино игристое отечественное | 124,84 | 128,45 | 134,03 |
| Вода минеральная | 7,81 | 9,51 | 9,77 |
| Газированная вода | 11,31 | 11,83 | 13,61 |
| Пиво отечественное | 29,35 | 30,86 | 34,95 |
| Мороженое сливочное | 81,08 | 91,46 | 103,95 |
| Обед в столовой в организации, на 1 человека | 40,16 | 53,23 | 60,42 |
| Обед в столовой, кафе, закусочной, на 1 человека | 70,16 | 116,94 | 138,65 |
| На конец года; рублей за метр, штуку, пару | | | |
| Ткани хлопчатобумажные бельевые | 29,82 | 32,64 | 34,50 |
| Ткань костюмная шерстяная и полушерстяная | 338,56 | 390,43 | 386,44 |
| Костюм-двойка мужской из шерстяных или полушерстяных тканей | 2602,33 | 2779,34 | 3134,14 |
| Брюки мужские из полушерстяных или смесовых тканей | 657,44 | 670,34 | 741,42 |
| Брюки мужские из джинсовых тканей | 760,48 | 792,30 | 898,81 |
| Сорочка верхняя мужская из хлопчатобумажных или смесовых тканей | 262,97 | 304,29 | 316,14 |
| Пальто женское демисезонное | 3129,37 | 3211,30 | 3391,32 |
| Юбка женская из полушерстяных или смесовых тканей | 545,77 | 563,78 | 689,06 |
| Блузка женская из искусственных или синтетических тканей | 536,81 | 576,15 | 626,81 |
| Куртка для детей школьного возраста зимняя с верхом из плащевых тканей | 958,09 | 1243,75 | 1536,19 |
| Платье для девочек школьного возраста из полушерстяных тканей | 596,23 | 641,76 | 783,52 |
| Пальто женское меховое или дубленка | 16414,75 | 17817,69 | 18238,32 |
| Джемпер мужской | 510,93 | 583,31 | 679,81 |
| Майка мужская их хлопчатобумажного трикотажного полотна | 64,20 | 70,80 | 75,10 |
| Панталоны, трусы женские | 43,42 | 51,70 | 53,70 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Колготки женские эластичные плотностью 15-20 DEN | 31,09 | 36,99 | 50,94 |
| Носки мужские из хлопчатобумажной или смесовой пряжи | 20,60 | 24,06 | 27,70 |
| Сапоги, ботинки мужские зимние с верхом из натуральной кожи | 1451,25 | 1700,39 | 1878,15 |
| Полуботинки, туфли мужские с верхом из натуральной кожи | 1171,89 | 1306,20 | 1405,73 |
| Сапоги женские зимние с верхом их натуральной кожи | 2367,37 | 2669,71 | 3060,49 |
| Сапоги женские осенние с верхом их натуральной кожи | 1749,53 | 1976,01 | 2379,76 |
| Туфли женские модельные с верхом их натуральной кожи | 1305,41 | 1397,34 | 1522,11 |
| Ботинки, полуботинки для детей школьного возраста | 571,54 | 590,95 | 668,89 |
| Кроссовые туфли для взрослых с верхом из кожзаменителя | 546,65 | 577,00 | 616,21 |
| Порошок стиральный, кг | 45,62 | 47,63 | 55,49 |
| Мыло хозяйственное, 200 г | 5,33 | 5,99 | 6,25 |
| Мыло туалетное, 100 г | 7,88 | 8,69 | 9,57 |
| Шампунь, 250 мл | 36,80 | 39,54 | 42,21 |
| Крем для лица отечественный, 100г | 62,85 | 76,49 | 86,69 |
| Паста зубная, 100 г | 29,60 | 30,26 | 31,35 |
| Щетка зубная | 14,34 | 16,54 | 21,07 |
| Сигареты с фильтром отечественные, пачка | 6,42 | 7,24 | 8,34 |
| Сигареты без фильтра отечественные, пачка | 3,13 | 3,39 | 3,89 |
| Сигареты с фильтром импортные, пачка | 33,20 | 36,23 | 37,75 |
| Стол обеденный | 1575,38 | 1641,11 | 1678,68 |
| Шкаф для платья и белья | 4960,51 | 5297,52 | 5727,05 |
| Стул с мягким сидением | 628,03 | 751,95 | 978,00 |
| Диван-кровать | 4880,85 | 5911,31 | 6959,40 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Набор корпусной мебели, комплект | 18564,63 | 21242,77 | 24558,67 |
| Набор мягкой мебели, комплект | 10876,26 | 13940,47 | 16369,83 |
| Набор мебели для спальни, комплект | 17041,00 | 21112,33 | 25676,07 |
| Ковер (палас) синтетический, м2 | 171,31 | 203,62 | 246,67 |
| Тарелка мелкая или глубокая | 16,90 | 18,27 | 24,49 |
| Часы наручные | 208,54 | 312,29 | 488,07 |
| Холодильник двухкамерный , емкостью 250-350 л, отечественный | 12062,16 | 11903,64 | 13351,05 |
| Машина стиральная автоматическая отечественного производства1) | 9816,01 | 9090,00 | 9900,00 |
| Машина стиральная автоматическая импортного производства | 13234,50 | 13661,31 | 13185,67 |
| Электропылесос напольный | 1841,08 | 2155,58 | 2325,96 |
| Электрическая лампа осветительная, отечественная | 7,00 | 7,00 | 9,19 |
| Тетрадь школьная | 1,75 | 1,82 | 1,99 |
| Авторучка шариковая | 2,13 | 2,33 | 2,49 |
| Общероссийская ежедневная газета в розницу | 4,34 | 4,97 | 5,75 |
| Книга детективно-приключенческого жанра | 64,70 | 72,77 | 75,33 |
| Магнитола стерео | 2623,89 | 2832,57 |  |
| Телевизор цветного изображения отечественный, размер экрана по диагонали до 51-54 см | 4262,33 | 5240,73 | 5655,79 |
| Видеокассета без записи | 72,45 | 72,45 |  |
| Доска обрезная, м3 | 3098,39 | 3346,64 | 4242,64 |
| Кирпич красный, 1000 шт. | 3300,00 | 4000,00 | 6000,00 |
| Обои бумажные , 10 м | 69,21 | 84,89 | 82,46 |
| Велосипед дорожный для взрослых | 2091,96 | 2263,07 | 2484,90 |
| Легковой автомобиль отечественный новый | 178214,73 | 191566,09 | 207414,09 |
| Бензин автомобильный марки А-76 (АИ-80), л | 14,15 | 15,38 | 16,46 |
| Бензин автомобильный марки АИ-92 АИ-93 и т.п.), л | 17,18 | 19,28 | 20,24 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Бензин автомобильный марки АИ-95 и выше, л | 18,10 | 20,56 | 21,60 |
| Ацетилсалициловая кислота (Аспирин отечественный), 500 мг, 10 табл. | 1,49 | 1,65 | 1,63 |
| Нитроглицерин, 0,5 мг , 10 табл. | 4,28 | 4,00 | 5,75 |
| Метамизол натрия (Анальгин отечественный), 500 мг, 10 табл. | 2,48 | 2,64 | 2,58 |
| Йод, 10 мл | 3,65 | 5,24 | 4,97 |
| Уголь, за т | 2386,03 | 2873,65 | 3314,06 |
| На конец года; рублей за один вид услуг | | | |
| Бытовые услуги: |  |  |  |
| постановка набоек, пара | 78,30 | 86,00 | 120,82 |
| ремонт мужских брюк, один вид работы | 65,09 | 74,12 | 94,86 |
| пошив женского платья, шт. | 583,68 | 721,74 | 877,40 |
| ремонт телевизоров цветного изображения, один вид работы | 250,00 | 300,00 | 481,14 |
| ремонт холодильников всех марок, один вид работы | 600,00 | 600,00 | 551,78 |
| шиномонтаж колес легкового автомобиля отечествен., шт. | 42,82 | 47,82 | 57,06 |
| химическая чистка мужского костюма, шт. | 250,00 | 300,00 | 324,96 |
| стирка и глажение белья прямого без крахмала, кг | 16,33 | 21,91 | 30,00 |
| помывка в бане в общем зале, билет | 32,40 | 88,32 | 95,39 |
| стрижка модельная в женском зале, стрижка | 96,29 | 107,91 | 126,33 |
| стрижка модельная в мужском зале, стрижка | 78,48 | 83,48 | 101,14 |
| изготовление гроба, шт. | 770,00 | 770,00 | 885,00 |
| рытье могилы ручным способом на новом месте захоронения, услуга | 2200,00 | 3600,00 | 3700,00 |
| Услуги пассажирского транспорта: |  |  |  |
| проезд в городском муниципальном автобусе, поездка | 4,41 | 5,41 | 5,41 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| проезд в городском коммерческом автобусе, поездка | 5,00 | 6,00 | 6,00 |
| проезд в троллейбусе, поездка | 4,00 | 5,00 | 5,00 |
| проезд в пригородном поезде, поездка | 19,20 | 19,20 | 21,60 |
| проезд в плацкартном вагоне скорого нефирменного поезда дальнего следования, в расчете на 100 км пути | 68,87 | 77,12 | 86,38 |
| Услуги связи: |  |  |  |
| пересылка простого письма внутри России, массой до 20 г, шт. | 5,60 | 6,50 | 6,50 |
| абонентская плата при абонентской системе оплаты услуг телефонной связи, за месяц | 180,00 | 180,00 | 250,00 |
| предоставление междугородных телефонных соединений (разговоров) автоматическим способом на расстояние 601-1200 км, минута | 4,70 | 4,70 | 4,70 |
| отправка телеграммы обыкновенной внутренней, 15 слов | 19,25 | 24,50 | 30,00 |
| Жилищно-коммунальные услуги: |  |  |  |
| содержание и ремонт жилья в государственном и муниципальном жилищных фондах, м2 общей площади | 4,51 | 4,74 | 5,10 |
| проживание в гостинице, сутки | 486,06 | 851,37 | 1121,54 |
| водоснабжение и канализация, месяц с человека | 85,42 | 115,89 | 124,38 |
| отопление, м2 общей площади | 10,90 | 11,77 | 13,74 |
| водоснабжение горячее, месяц с человека | 119,36 | 128,50 | 150,17 |
| электроэнергия в квартирах без электроплит, 100 кВт. ч | 110,00 | 126,00 | 142,00 |
| Посещение детского ясли - сада, день | 17,46 | 17,96 | 22,40 |
| Обучение в государственных высших учебных заведениях, семестр | 14750,00 | 14986,64 | 13561,61 |
| Кинотеатры, билет | 40,00 | 63,25 | 74,16 |
| Театры, билет | 120,00 | 120,00 | 180,00 |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Санаторий, день | 500,00 | 575,00 | 752,38 |
| Медицинские услуги: |  |  |  |
| первичный прием к врачу специалисту, посещение | 120,59 | 133,99 | 148,98 |
| общий анализ крови, анализ | 107,28 | 109,08 | 136,17 |
| удаление одного зуба под местным обезболиванием, удаление | 126,56 | 140,52 | 177,69 |
| Удостоверение завещания в нотариальной конторе, услуга | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Годовая стоимость полиса добровольного страхования жилья от стандартных рисков, полис | 990,58 | 1716,26 | 3372,70 |