

Komparativni nivoi cijena 37 evropskih država za 2014. godinu

EUROSTAT je 19. juna 2015. godine objavio komparativne nivoe cijena 37 evropskih država. Grupu od 37 evropskih država čine 28 članica EU, 3 EFTA članice (Island, Norveška i Švajcarska), zatim 5 zemalja sa statusom kandidata za članstvo u EU (Crna Gora, BJR Makedonija, Srbija, Albanija i Turska) i Bosna i Hercegovina, potencijalni kandidat za članstvo u EU.

Prikazani rezultati zasnivaju se na istraživanjima koja se sprovode u okviru projekta Pariteta kupovne moći (PKM), kojima se prikupljaju cijene za više od 2400 potrošačkih dobara i usluga u 37 evropskih država. Projekat PKM sprovodi se pod rukovodstvom EUROSTAT-a i OECD-a.

Rezultati istraživanja su iskazani preko "indeksa nivoa cijena" koji omogućavaju poređenje nivoa cijena među zemljama u odnosu na prosjek Evropske unije. Ako je indeks nivoa cijena veći od 100, zemlja se smatra relativno skupljom u poređenju sa prosjekom EU a ako je indeks nivoa cijena manji od 100, zemlja se smatra relativno jeftinijom u poređenju sa prosjekom EU.

U 2014. godini nivoi cijena za potrošna dobra i usluge značajno su varirali među evropskim zemljama. Potrošačke cijene u Danskoj su 38% iznad prosjeka 28 zemalja članica EU (EU28=100), dok je najjeftinija članica Evropske unije Bugarska, čije su potrošačke cijene 52% ispod prosjeka EU.

Nivo cijena potrošnih dobara i usluga u Crnoj Gori iznosio je 57% prosjeka EU28, dok je u zemljama regiona u Hrvatskoj iznosio 67%, Srbiji 53%, Bosni i Hercegovini 53%, Albaniji 50% a u Makedoniji 47% prosjeka.

Grafik 1. Indeksi nivoa cijena među evropskim zemljama za izdatke za finalnu potrošnju domaćinstava u 2014, EU28=100

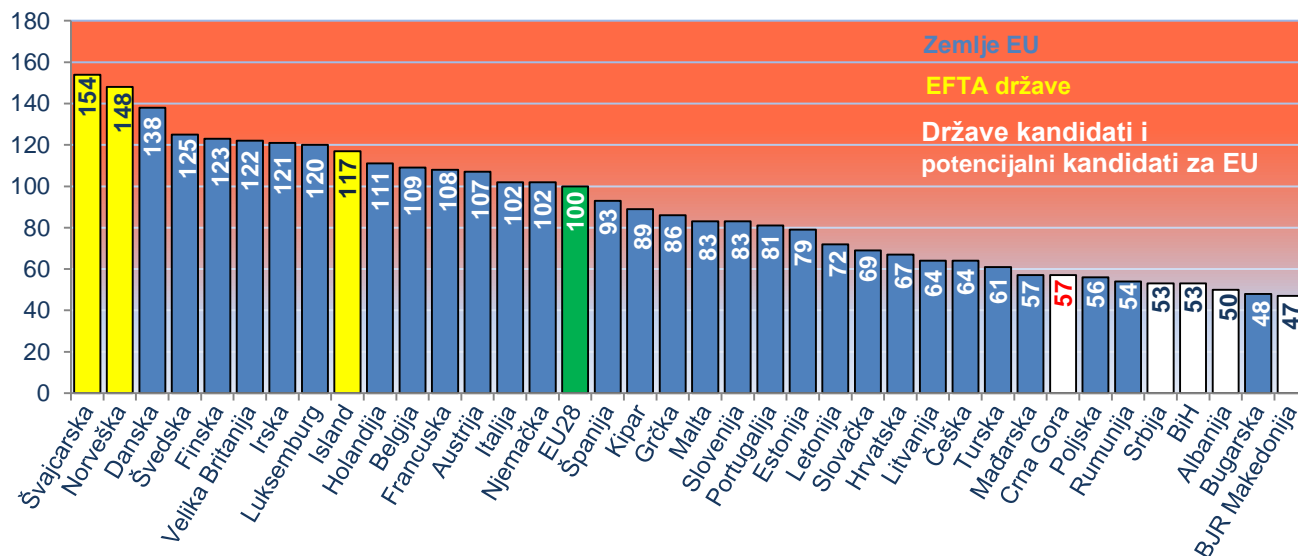


Tabela 1. Indeksi nivoa cijena za 6 grupa proizvoda i usluga, 2014 (EU28=100)

Država	Izdaci za finalnu potrošnju domaćinstva	Hrana i bezalkoholna pića	Alkoholna pića i duvan	Odjeća	Električni uređaji	Motorna vozila	Restorani i hoteli
Švajcarska	154	153	119	122	94	105	152
Norveška	148	169	239	127	108	150	176
Danska	138	139	121	120	109	151	147
Švedska	125	119	131	121	100	101	136
Finska	123	123	136	114	105	112	128
Velika Britanija	122	106	165	104	108	102	113
Irska	121	115	170	92	100	108	127
Luksemburg	120	119	86	99	91	94	107
Island	117	127	172	139	148	121	129
Holandija	111	97	106	101	100	117	115
Belgija	109	111	98	105	108	104	116
Francuska	108	107	108	102	101	104	112
Austrija	107	124	90	95	98	103	107
Italija	102	112	95	104	98	99	109
Njemačka	102	109	89	101	95	96	97
EU28	100	100	100	100	100	100	100
Španija	93	93	86	85	95	101	88
Kipar	89	106	95	89	111	89	96
Grčka	86	99	89	89	102	91	84
Slovenija	83	99	83	94	103	87	86
Malta	83	100	101	94	116	101	89
Portugal	81	89	85	91	95	114	76
Estonija	79	88	83	105	105	86	80
Letonija	72	87	84	101	99	87	77
Slovačka	69	88	78	97	92	84	67
Hrvatska	67	90	77	86	105	89	72
Češka Republika	64	81	72	85	85	75	54
Litvanija	64	78	73	99	99	85	65
Turska	61	84	87	63	87	110	74
Mađarska	57	76	65	70	91	84	51
Crna Gora	57	77	57	92	102	86	62
Poljska	56	61	74	84	85	83	72
Rumunija	54	68	72	86	107	86	52
Srbija	53	74	53	92	94	83	50
BiH	53	74	50	85	98	84	57
Albanija	50	69	45	66	108	77	42
Bugarska	48	70	58	79	91	83	46
BJR Makedonija	47	58	38	76	92	82	40

Izvor:EUROSTAT

Tabela 1. prikazuje indekse nivoa cijena za 6 važnih grupa proizvoda i usluga: „Hrana i bezalkoholna pića” „Alkoholna pića i duvan”, „Odjeća”, „Električni uređaji”, „Motorna vozila” i „Restorani i hoteli”.

Osjenčena polja označavaju najveće i najniže indekse nivoa cijena po grupama proizvoda između 37 zemalja učesnica ovog projekta.

Od svih zemalja učesnica ovog projekta Norveška je najskuplja zemlja za tri navedene grupe proizvoda i usluga: “Hrana i bezalkoholna pića”, „Alkoholna pića i duvan” i „Restorani i hoteli”. Danska je najskuplja zemlja za grupu proizvoda “Motorna vozila” a Island za grupe proizvoda Odjeća” odnosno “Električni uređaji”.

Makedonija ima najniži indeks nivoa cijena za proizvode i usluge u grupama: “Hrana i bezalkoholna pića”, “Alkoholna pića i duvan” i “Restorani i hoteli”. Odjeća prema navedenom istraživanju je najjeftinija u Turskoj, motorna vozila u Češkoj dok su električni uređaji najjeftiniji u Češkoj i Poljskoj.

Za grupu „Odjeća”, Crna Gora bilježi indeks nivoa cijena 92 u poređenju sa EU28=100 što je isto kao i u Srbiji, dok je taj indeks znatno niži u Bosni (85), Makedoniji (76), Turskoj (63) kao i u pojedinim članicama EU, Češkoj (85), Poljskoj (84) i Mađarskoj (70).

Proizvodi u grupi “Hrana i bezalkoholna pića” su u Crnoj Gori sa 77 odsto prosjeka Evropske unije, skuplji nego u Srbiji (74%), Bosni i Hercegovini (74%), Makedoniji (58%), dok su jeftiniji u odnosu na Hrvatsku, u kojoj nivo cijena za navedenu grupu proizvoda iznosi 90% prosjeka EU28.

Posmatrajući Crnu Goru, indeks nivoa cijena za grupu proizvoda "Električni uređaji" (102) je iznad prosjeka EU, dok za "Motorna vozila" (86) indeks nivoa cijena ne odstupa značajno od cijena navedene grupe proizvoda u regionu.

Najniži nivoi cijena za grupu “Restorani i hoteli” su zabilježeni u Makedoniji i Albaniji, sa 40 odnosno 42 indeksna poena, dok za Crnu Goru ovaj indeks iznosi 62 u poređenju sa EU28=100.

METODOLOŠKA OBJAŠNJENJA

Podaci u ovom saopštenju proizvedeni su od strane EUROSTAT-a i OECD-a kao rezultat istraživanja koje ove dvije institucije sprovode u saradnji sa nacionalnim statističkim institucijama u okviru projekta Pariteta kupovne moći (PKM). Ukupno se sprovodi 6 istraživanja pri čemu se svako istraživanje odnosi na određenu grupu proizvoda i usluga. Kompletan ciklus istraživanja traje tri godine, a godišnje se sprovedu dva istraživanja. Cijene korišćene u ovom istraživanju su prikupljane 2012, 2013. i 2014. godine. Cijene prikupljene 2012. i 2013. godine upotrebom indeksa potrošačkih cijena su prevedene na 2014. godinu. Indeksi nivoa cijena prikazani u ovom saopštenju se zasnivaju na prosječnim godišnjim cijenama, koje su se prikupljale za oko 2400 proizvoda i usluga.

Metodološki priručnik o Paritetu kupovne moći dostupan je na EUROSTAT-ovom sajtu:

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/KS-RA-12-023>

PKM u svom najjednostavnijem obliku predstavljaju cjenovne odnose, kojima se pokazuje odnos cijena izraženih u nacionalnim valutama istih dobara i usluga u različitim zemljama.

Na primjer, ako je cijena hamburgera u Francuskoj 2,84 eura, a u Velikoj Britaniji 2,20 funti, PKM za hamburger između Francuske i Velike Britanije iznosi 2,84 eura prema 2,20 funti ili 1,29 eura za jednu funtu. Drugim riječima, za svaku funtu potrošenu na hamburger u Velikoj Britaniji, potrebno je potrošiti 1,29 eura u Francuskoj za hamburger istog kvaliteta i količine.

Paritet kupovne moći je sredstvo za prevođenje nacionalnih valuta u zajedničku valutu koja izjednačava kupovnu moć različitih nacionalnih valuta.

Indeksi nivoa cijena obezbjeđuju poređenje nivoa cijena između zemalja u odnosu na prosjek EU. Ako je indeks nivoa cijena veći od 100, zemlja se smatra relativno skupljom u poređenju sa prosjekom EU i obrnuto.

**Izdaje i štampa Zavod za statistiku Crne Gore (MONSTAT)
81000 Podgorica, IV Proleterske br.2,
telefon (+382) 20 230-811, telefaks (+382) 20 230-814**

Saopštenje pripremila:

Ivana VIDAKOVIĆ

Tel. +382-20-230 805

contact@monstat.org