

Komparativni nivoi cijena 37 evropskih država za 2016. godinu

EUROSTAT je 15. juna 2017. 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 2016. godini nivoi cijena za potrošna dobra i usluge značajno su varirali među evropskim zemljama. Potrošačke cijene u Danskoj su 39% 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 54% prosjeka EU28, dok je u zemljama regiona iznosio: Hrvatskoj 66%, Bosni i Hercegovini 51%, Srbiji 49%, Albaniji 49% a u Makedoniji 46% evropskog prosjeka.

Grafik 1. Indeksi nivoa cijena među evropskim zemljama za izdatke za finalnu potrošnju domaćinstava u 2016. godini, EU28=100

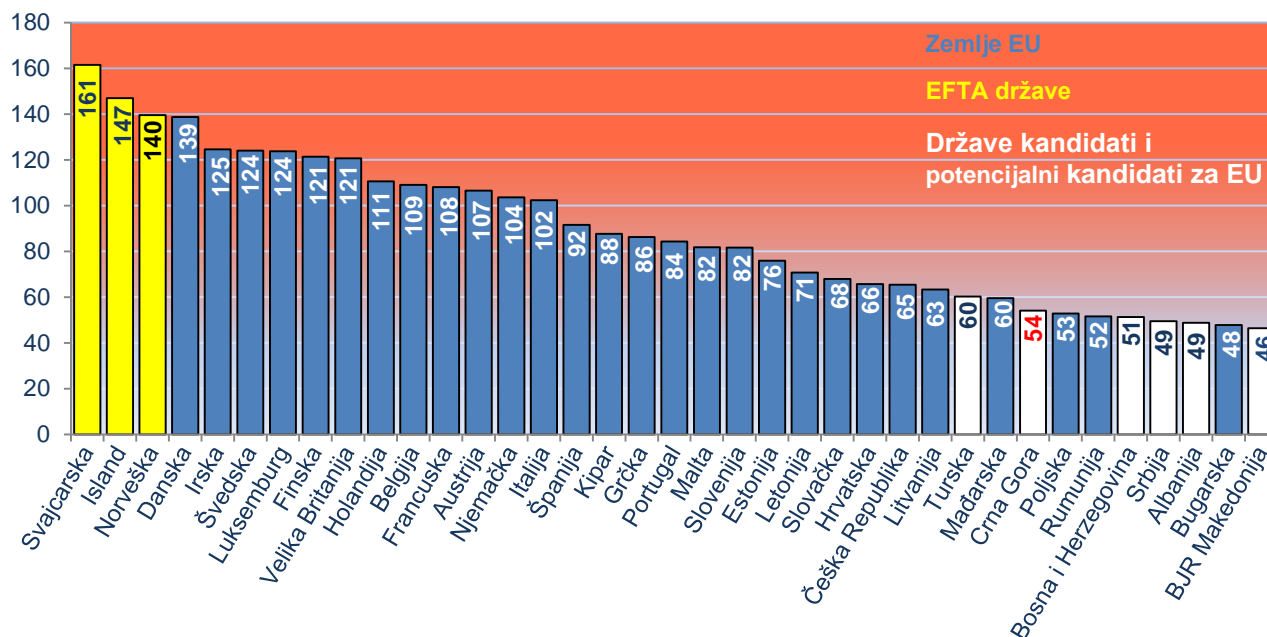


Tabela 1. Indeksi nivoa cijena za 6 grupa proizvoda i usluga, 2016. godina (EU28=100)

Država	Ukupno	Hrana i bezalkoholna pića	Alkoholna pića i duvan	Odjeća	Motorna vozila	Audio-vizuelna, fotografska i oprema za obradu podataka	Restorani i hoteli
EU	100	100	100	100	100	100	100
Belgija	109	112	102	112	104	106	117
Bugarska	48	71	56	81	86	94	44
Česka Republika	65	81	71	96	78	91	56
Danska	139	148	122	131	146	115	150
Njemačka	104	106	95	103	99	98	109
Estonija	76	90	86	113	86	99	80
Irska	125	120	175	112	111	100	120
Grčka	86	105	91	100	95	101	81
Španija	92	95	86	91	88	100	86
Francuska	108	112	104	104	104	112	117
Hrvatska	66	94	72	99	91	104	71
Italija	102	112	97	104	101	104	104
Kipar	88	109	91	100	89	109	91
Letonija	71	91	84	104	85	94	82
Litvanija	63	80	73	104	83	95	65
Luksemburg	124	121	90	105	99	100	111
Mađarska	60	80	67	82	87	95	60
Malta	82	108	99	101	102	105	81
Holandija	111	101	109	111	119	102	109
Austrija	107	123	91	102	101	100	103
Poljska	53	62	68	90	83	86	71
Portugal	84	96	89	100	108	109	75
Rumunija	52	62	69	92	84	93	53
Slovenija	82	99	81	98	90	100	82
Slovačka	68	88	71	104	80	94	74
Finska	121	120	135	122	111	108	127
Švedska	124	126	128	136	99	109	144
Velika Britanija	121	98	162	89	102	94	111
Island	147	146	196	163	129	145	162
Norveška	140	163	223	129	137	112	161
Švajcarska	161	173	128	143	103	97	167
Crna Gora	54	78	59	100	84	98	55
BJR Makedonija	46	58	39	80	88	97	41
Albanija	49	72	53	96	81	101	40
Srbija	49	69	49	93	85	105	49
Turska	60	86	84	62	107	99	68
Bosna i Hercegovina	51	74	51	95	83	104	55

Izvor: EUROSTAT

Tabela 1. prikazuje indekse nivoa cijena za 6 važnih grupa proizvoda i usluga: “Hrana i bezalkoholna pića”, “Alkoholna pića i duvan”, “Odjeća”, “Motorna vozila”, “Audio vizuelna oprema i oprema za obradu podataka” 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 Švajcarska je najskuplja zemlja za dvije navedene grupe proizvoda i usluga: “Hrana i bezalkoholna pića” i “Restorani i hoteli”. Norveška je najskuplja zemlja za grupu proizvoda “Alkoholna pića i duvan”, Danska za grupu proizvoda “Motorna vozila” dok je Island najskuplja zemlja za grupe proizvoda “Odjeća” odnosno “Audio vizuelna oprema i oprema za obradu podataka”.

Makedonija ima najniži indeks nivoa cijena za proizvode i usluge u grupama: “Hrana i bezalkoholna pića” i “Alkoholna pića i duvan”. Odjeća prema navedenom istraživanju je najjeftinija u Turskoj, motorna vozila u Češkoj dok je audio vizuelna oprema i oprema za obradu podataka najjeftinija u Poljskoj.

Za grupu “Odjeća”, Crna Gora bilježi indeks nivoa cijena 100 što je na nivou prosjeka Evropske Unije EU28=100, u Bosni i Hercegovini je indeks (95), Srbiji (93), dok je taj indeks znatno niži u Makedoniji (80), Turskoj (62) kao i u pojedinim članicama EU, Velikoj Britaniji (89), Mađarskoj (82) i Bugarskoj (81).

Proizvodi u grupi “Hrana i bezalkoholna pića” su u Crnoj Gori sa 78 odsto prosjeka Evropske unije, skuplji nego u Bosni i Hercegovini (74%), Srbiji (69%), Makedoniji (58%), dok su jeftiniji u odnosu na Hrvatsku, u kojoj nivo cijena za navedenu grupu proizvoda iznosi 94% prosjeka EU28.

Posmatrajući Crnu Goru, indeks nivoa cijena za grupu proizvoda “Audio vizuelna oprema i oprema za obradu podataka” (98) je ispod prosjeka EU, dok za “Motorna vozila” (84) 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 41 odnosno 40 indeksna poena, dok za Crnu Goru ovaj indeks iznosi 55 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 2014. 2015. i 2016. godine. Cijene prikupljene 2014. i 2015. godine upotrebom indeksa potrošačkih cijena su prevedene na 2016. 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 nivo 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 VIDA KOVIĆ

Tel. +382-20-230 805

contact@monstat.org