

سازمان برنامه و بودجه کشور
سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان گیلان
معاونت آمار و اطلاعات

تحلیل نتایج شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها و نرخ تورم کشور و استان گیلان در خردادماه ۱۳۹۹

بر پایه اطلاعات مرکز آمار ایران

سال پایه ۱۰۰=۱۳۹۵



هسته مطالعات

نویسنده: سیده حبیبه میر عبدالعظیمی

تیر ۱۳۹۹

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان. معاونت آمار و اطلاعات

تحلیل نتایج شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها و نرخ تورم کشور و استان گیلان در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹ بر پایه اطلاعات مرکز آمار ایران-سال پایه ۱۰۰=۱۳۹۵/معاونت آمار و اطلاعات؛ تهیه و تدوین سیده حبیبه میرعبدالعظیمی.

- رشت: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان، ۱۳۹۹.

۱۱ ص: جدول.

گ ۸ع ۲/۱۲۲۰ HG

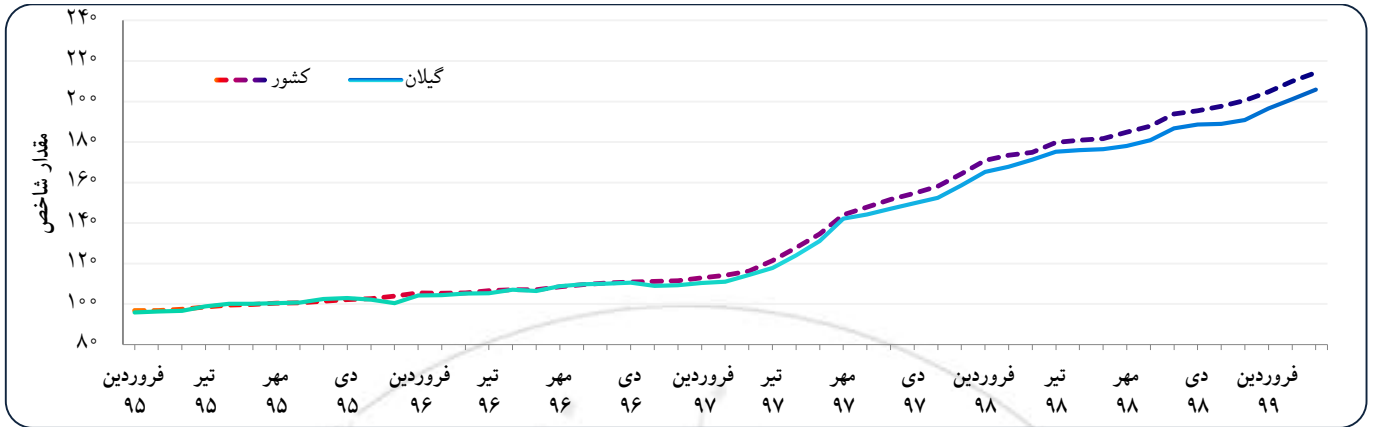
۱. تورم- الگوهای ریاضی. ۲. ایران- اوضاع اقتصادی- آینده‌نگری. ۳. ایران- اوضاع اقتصادی- آینده‌نگری. الف: عنوان.

-
- عنوان: تحلیل نتایج شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها و نرخ تورم کشور و استان گیلان در خردادماه ۱۳۹۹ بر پایه اطلاعات مرکز آمار ایران-سال پایه ۱۰۰=۱۳۹۵
 - مدیریت و نظارت: وحید طیفوری
 - تهیه و تدوین: سیده حبیبه میرعبدالعظیمی
 - حروفچینی: سیده حبیبه میرعبدالعظیمی
 - تهیه شده در: معاونت آمار و اطلاعات
 - تاریخ انتشار: خردادماه سال ۱۳۹۹
 - شماره نشریه: ۶۵۲
 - شمارگان: محدود
 - ناشر: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان.

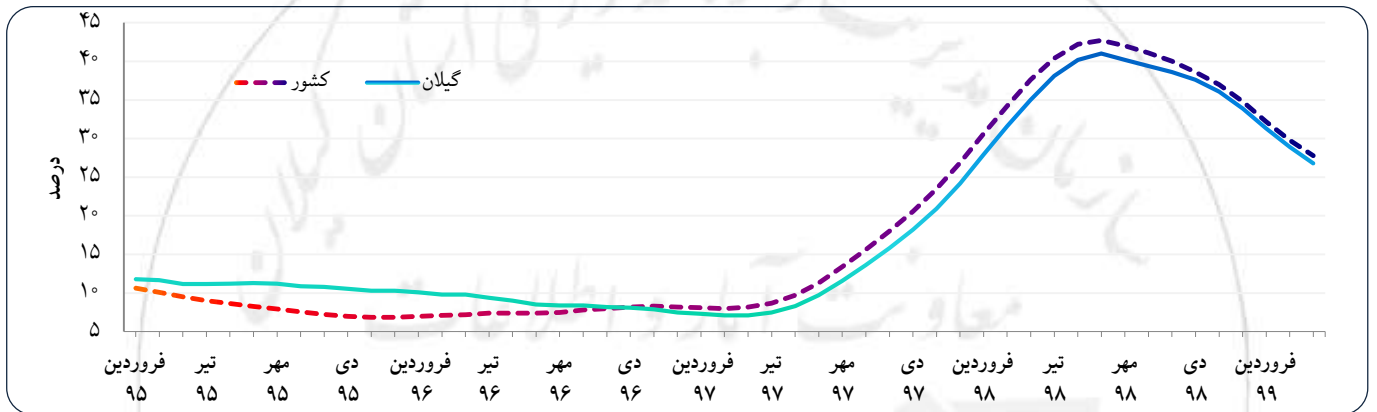
<http://sdi.mpogl.ir/>

□ نقل قول از مطالب این نشریه با ذکر منبع بلامانع است.

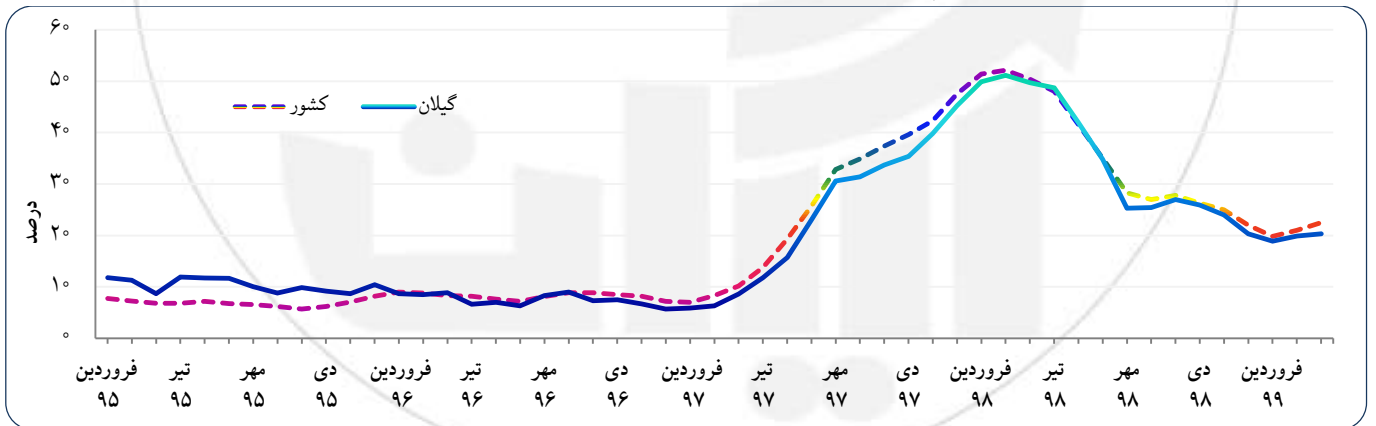
نمای کلی شاخص قیمت و نرخ تورم کشور و استان گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹، سال پایه = ۱۰۰ = ۱۳۹۵



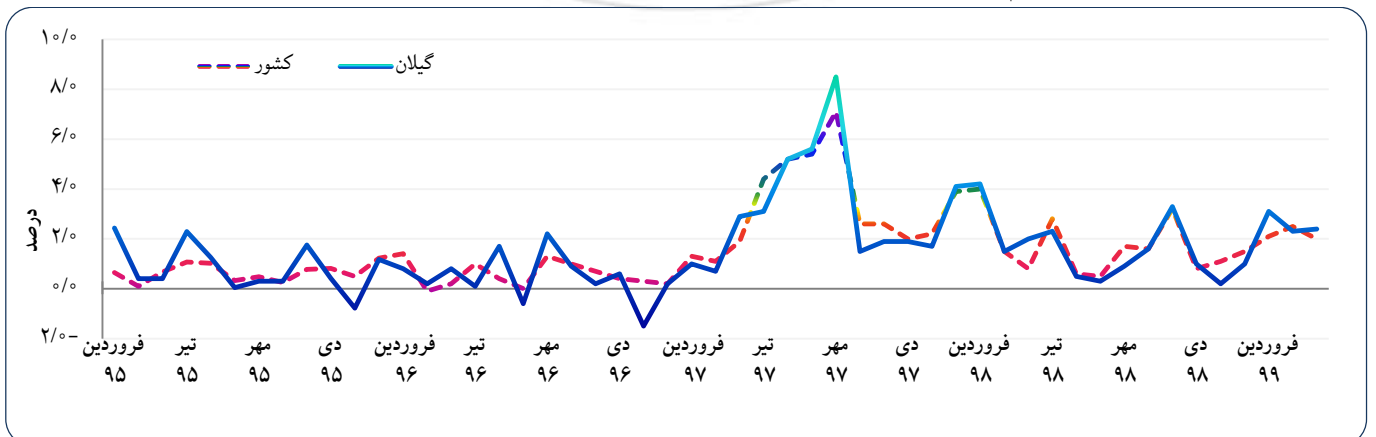
روند شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوار کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰



روند نرخ تورم کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰



روند تورم نقطه به نقطه کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰



روند تورم ماهانه کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰

تحلیل نتایج شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها و نرخ تورم کشور و استان گیلان در خردادماه

۱۳۹۹ بر پایه اطلاعات مرکز آمار ایران - سال پایه ۱۰۰=۱۳۹۵

۱. پیشگفتار

شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی کمیته است که متوسط (میانگین موزون) تغییرات قیمت کالاها و خدمات (اقلام) مصرفی خانوارها را نسبت به یک زمان مشخص اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به‌عنوان معیار سنجش تغییرات قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها، مهم‌ترین ابزار اندازه‌گیری میزان تورم در اقتصاد کشور است. کاربردهای اساسی و متنوع این شاخص در برآورد قدرت خرید پول کشور، اندازه‌گیری روند درآمد و هزینه واقعی خانوارها، تعدیل مزد و حقوق و محاسبه حساب‌های ملی، اهمیت و جایگاه شاخص مزبور را در بررسی و برنامه‌ریزی اقتصادی نشان می‌دهد.

اگرچه معمولاً عامه مردم تورم را بر اساس کالاها و خدمات مصرفی شخصی خود که تعداد محدودی است، تخمین می‌زنند و یا حتی معمولاً قیمت‌های ثابت مانده و یا کاهش یافته را در محاسبات خود لحاظ نمی‌کنند، بلکه برداشت افراد از تورم همان افزایش قیمت برخی اقلام و یا حتی بدتر از آن تلقی بیشترین افزایش قیمت، به منزله تورم می‌باشد. در حالی که تورم میانگین موزون تغییرات نسبی قیمت مجموعه ۴۷۵ قلم از سبد کالاها و خدمات مورد مصرف خانوارها است نه کالاها و خدمات خاص. همچنین در زمان‌هایی که افزایش یک‌باره قیمت‌ها در یک یا چند ماه محدود رخ می‌دهد، نرخ تورم سالانه تغییرات مورد انتظار عامه مردم را نشان نخواهد داد و باورپذیری آن به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد. دلیل این موضوع این است که در فرمول محاسبه نرخ تورم، درصد تغییرات «متوسط شاخص قیمت ۱۲ ماه منتهی به ماه مورد نظر» با «متوسط شاخص قیمت ۱۲ ماه منتهی به ماه مورد نظر سال گذشته» مورد محاسبه قرار می‌گیرد. به بیان دیگر ۲۴ عدد شاخص قیمت برای ۲۴ ماه منتهی به ماه مورد نظر، در محاسبه تورم سالانه دخالت دارند.

از سوی دیگر برای مقایسه‌پذیر بودن محاسبات دوره‌های زمانی با یکدیگر، باید سبد ثابتی از کالاها و خدمات مصرفی که براساس هزینه زندگی واقعی مردم، معرف سطح و الگوی مصرف ایشان است، مبنای محاسبه و مقایسه قرار گیرد. به عبارت دیگر بر مبنای هزینه‌های مصرفی خانوارها در سراسر کشور که شامل هزاران و بلکه میلیون‌ها خرید در طول ماه می‌باشد، می‌بایست نمونه‌ای کافی و قابل اعتماد از این تعداد کالاها و خدمات مصرفی به عنوان نماینده الگوی واقعی مصرف خانوارها با روش‌های علمی انتخاب شده و هر ماه قیمت این نمونه (سبد) ثابت را اخذ و مقایسه نموده و همچنین برای مقایسه‌پذیر بودن محاسبات باید قیمت اقلام این سبد ثابت را از خرده‌فروشی‌های ثابت اخذ نمود. چون هر کالا و یا خدمت در سبد کالاها و خدمات مصرفی خانوار وزن خود را دارد، باید با وزن واقعی خود در متوسط هزینه‌های خانوارهای کشور یا استان‌ها اعمال گردد. بنابراین، برای محاسبه تورم علاوه بر تغییرات قیمت اقلام، وزن آن‌ها در سبد مصرفی خانوار نیز عامل بسیار مهمی است. در واقع شاخص قیمت مصرف‌کننده انبوهی از نوسانات واقعی ضعیف و شدید قیمت در بازارهای سراسر کشور را تبدیل به یک عدد به صورت متوسط یا میانگین موزون کل تغییرات قیمت می‌نماید. معمولاً افراد در تخمین تورم ذهنی خود وزن و ضریب اهمیت کالاها و خدمات را مدنظر قرار نمی‌دهند، ولی مرکز آمار ایران، کالاها و خدمات را بر اساس وزنشان در محاسبات وارد می‌نماید. به عنوان مثال در گروه خوراکی و آشامیدنی و دخانیات، ۳۳ درصد مربوط به هزینه‌هایی است که برای خرید برنج پرداخت می‌شود، اما تنها ۰/۱۶ درصد هزینه‌ها مربوط به خرید پسته می‌شود. به بیان دیگر، اهمیت قیمت برنج، حدود بیست برابر اهمیت قیمت پسته است و یا اینکه اگر قیمت پسته ۴۰ برابر شود، معادل دو برابر شدن قیمت برنج اهمیت دارد. به طور کلی اقلام مورد بررسی در سبد کالاها و خدمات مورد استفاده در محاسبه شاخص کل به ۲ گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» تقسیم می‌شوند. گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» شامل ۱۱ گروه اصلی و فرعی و گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» شامل ۱۲ گروه اصلی و فرعی می‌شوند که ضریب اهمیت براساس سال پایه ۱۳۹۵، در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات»، براساس الگوی هزینه‌ای محاسبه شده از طرح هزینه و درآمد خانوار در کشور ۲۷/۲۴ درصد و در استان ۲۵/۰۱ درصد است. از سوی دیگر ضریب اهمیت در گروه عمده

۱- ضریب اهمیت یا «سهم نسبی هزینه خانوار در اقلام» به این صورت محاسبه می‌شود که در تعیین اقلام، روند الگوی مصرف خانوار طی ۵ سال گذشته با استفاده از نتایج طرح هزینه و درآمد خانوار بررسی می‌شود. بدین شکل که نسبت متوسط هزینه اقلام به متوسط هزینه کل خانوار استخراج و با توجه به «طبقه‌بندی مصرف فردی بر مبنای هدف (COICOP)» برای گروه‌های کالایی، اقلامی انتخاب شده که بیشترین وزن نسبی در بودجه خانوار را داشته باشد. به طور مثال در گروه نان و غلات با انتخاب ۱۸ قلم این پوشش هزینه‌ای تحقق می‌یابد. همچنین در فرایند کالاشناسی برای بهنگام نمودن اقلام سبد مصرف‌کننده، اقلامی که ضریب اهمیت آن‌ها بر اساس آخرین نتایج طرح هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی در طول این سال‌ها کاهش یافته، حذف و اقلام جدید که دارای اهمیت بیشتری بودند جایگزین شدند.

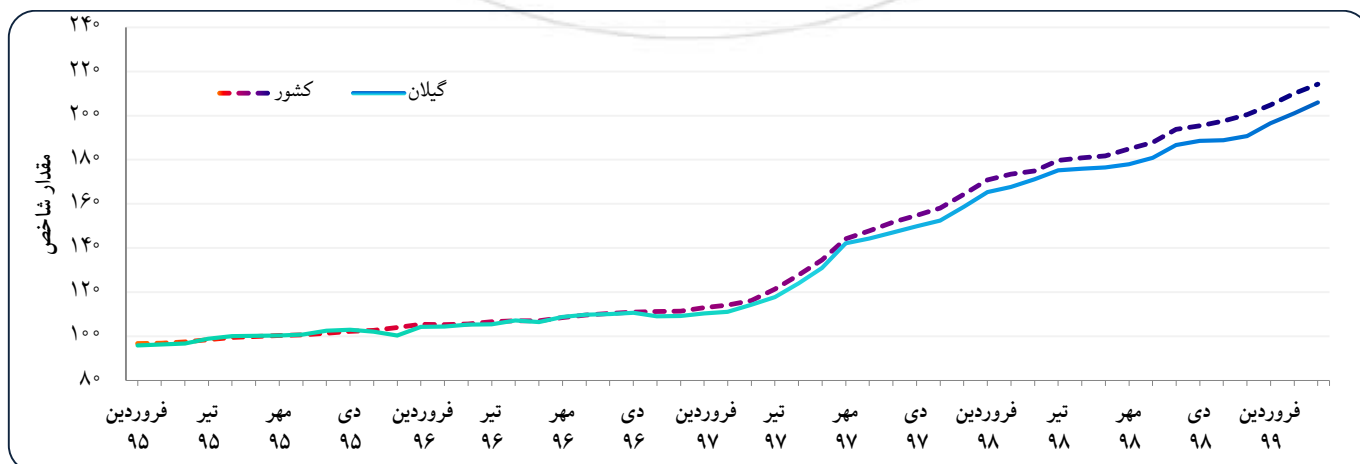
«کالاهای غیرخوراکی و خدمات» در کشور ۷۲/۷۶ درصد و در استان ۷۴/۹۹ درصد است. بنابراین براساس الگوی هزینه‌ای محاسبه شده از طرح هزینه و درآمد، سهم این گروه عمده و تاثیر آن در محاسبه شاخص کل، تقریباً ۳ برابر گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» است. همچنین شایان ذکر است که شاخص قیمت مصرف‌کننده، تنها برای اقلام مصرفی نهایی خانوارها محاسبه می‌شود. به این معنا که ممکن است اقلامی توسط خانوار خریداری شوند که برای مصرف نهایی نباشند؛ مانند خرید سم و کود توسط یک کشاورز، که به عنوان نهاده تولید برای تولید محصولات کشاورزی و نه مصرف نهایی استفاده می‌شود. برخی اقلام نیز هستند که ماهیت سرمایه‌ای دارند و برای حفظ ارزش پول و دارایی یا سرمایه‌گذاری توسط خانوار خریداری می‌شوند مانند سکه طلا (البته طلایی که به عنوان زیورآلات استفاده می‌شود، ماهیت مصرفی دارد و لذا در سبد مورد استفاده برای محاسبه تورم با ضریب اهمیت ۰/۱۲ درصد وجود دارد)، ارزش مسکن و آپارتمان (هزینه استفاده از مسکن به عنوان اجاره‌بها و همچنین هزینه‌های تعمیرات و نگهداری، ماهیت مصرفی دارد و لذا در سبد مورد استفاده برای محاسبه تورم با ضریب اهمیت ۳۱/۱ درصد وجود دارد)، اوراق بهادار و قرضه دولتی که در سبد مورد استفاده در شاخص قیمت مصرف‌کننده جایگاهی ندارند.

نکته قابل ذکر دیگر تفاوت بین متوسط قیمت و شاخص قیمت است. متوسط قیمت یک کالا، براساس میانگین حسابی مظنه‌های قیمت جمع‌آوری شده از منابع اطلاع مختلف برای آن کالا در ماه مورد بررسی، محاسبه می‌شود و ملموس‌ترین اطلاع قیمتی برای کاربران تلقی می‌شود. تغییر این متوسط قیمت نسبت به ماه قبل اطلاعی است که بیشتر خانوارها آن را به عنوان تورم تلقی می‌کنند. این رویکرد در مورد تک تک اقلام صحیح می‌باشد اما در مورد گروه‌های کالایی که شامل چندین قلم با تغییرات قیمت متفاوت و ضرایب هزینه‌ای مختلف هستند، برای خانوار به راحتی قابل محاسبه نیست. آنچه که در مباحث تورم مطرح است و بایستی مد نظر قرار گیرد، ویژگی عمومیت افزایش قیمت یعنی افزایش قیمت رخ داده در تمامی نقاط شهری یا روستایی کشور است. شاخص قیمت از روی تغییرات تک تک مظنه‌های قیمتی ساخته می‌شود، یعنی متوسط تغییر قیمت یک قلم که از چندین منبع اطلاع به دست آمده به عنوان متوسط افزایش یا کاهش قیمت قلم در ماه جاری لحاظ می‌شود.

از سوی دیگر بالا بودن سطح قیمت‌ها به معنای بالا بودن تورم نیست. همانطور که پایین بودن تورم به معنی پایین بودن سطح قیمت‌ها نیست. این دو از جنس متفاوت بوده و با واحدهای متفاوتی ارزیابی می‌شوند به طوری که تورم به صورت درصد بیان می‌شود و مبنای مقایسه آن عدد صفر است. در حالی که سطح قیمت‌ها بر حسب واحد پول اندازه‌گیری می‌شود و واحد آن ریال است. مثلاً اگر هزینه خدمات آرایشگاه مردانه در یک روستا ۵,۰۰۰ تومان و شهر ۲۰,۰۰۰ تومان باشد و هر دو ۱۰۰۰ تومان افزایش قیمت یابند، در مورد اولی با قیمت پایین شاهد رشد نسبی قیمت (تورم) ۲۵ درصدی و برای دومی عدد متناظر ۵ درصد خواهد بود، اگرچه سطح قیمت دومی ۴ برابر اولی است، حال ممکن است برخی تورم دومی را ۴ برابر اولی بدانند. به طور کلی نرخ تورم بر حسب ماهیت و کاربرد، به صورت ماهانه، نقطه‌به‌نقطه و متوسط سالیانه (تورم کل) محاسبه می‌گردد و هر یک دارای مفهوم و کاربردهای خاص خود می‌باشد؛ لذا استفاده نادرست و نابجا از آن می‌تواند گمراه‌کننده باشد. تورم ماهانه و نقطه‌به‌نقطه تغییرات آنی و کوتاه‌مدت قیمت‌ها را نشان داده و با ادراک عموم مردم از تورم (که عمدتاً ناظر بر وضع موجود و آینده است) نزدیک‌ترند. در حالی که نرخ تورم سالیانه متوسط تغییرات قیمت دو سال اخیر را نشان می‌دهد و برای مقاصد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان و بلندمدت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲. مقایسه شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور و استان

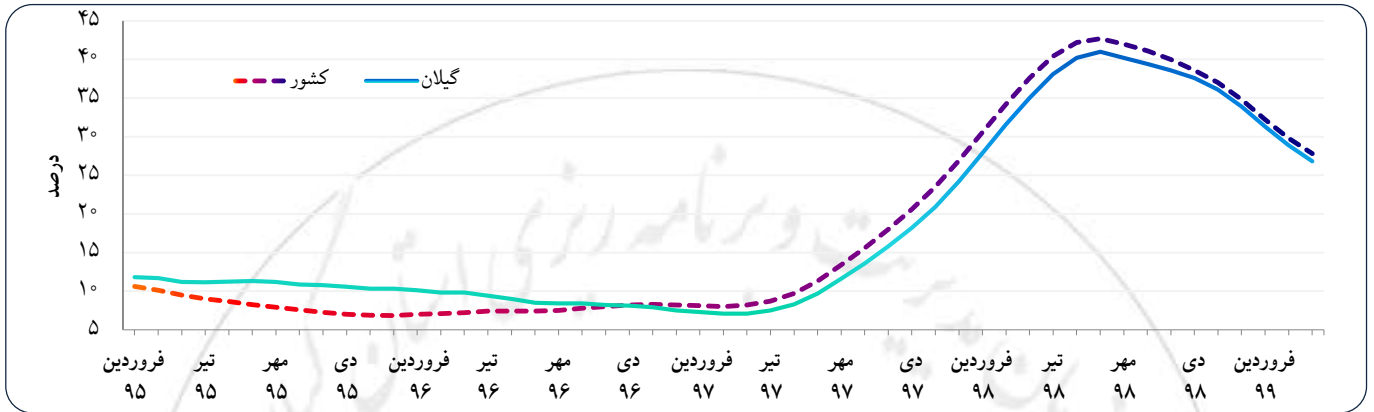
بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در خردادماه سال ۱۳۹۹ برابر ۲۱۴/۲ و در استان برابر ۲۰۵/۹ واحد بوده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود؛ مقدار شاخص استان حدود ۸/۳ واحد، کمتر از مقدار مشابه در کل کشور می‌باشد.



شکل ۱- روند شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰

۳. نرخ تورم کل استان در مقایسه با کشور

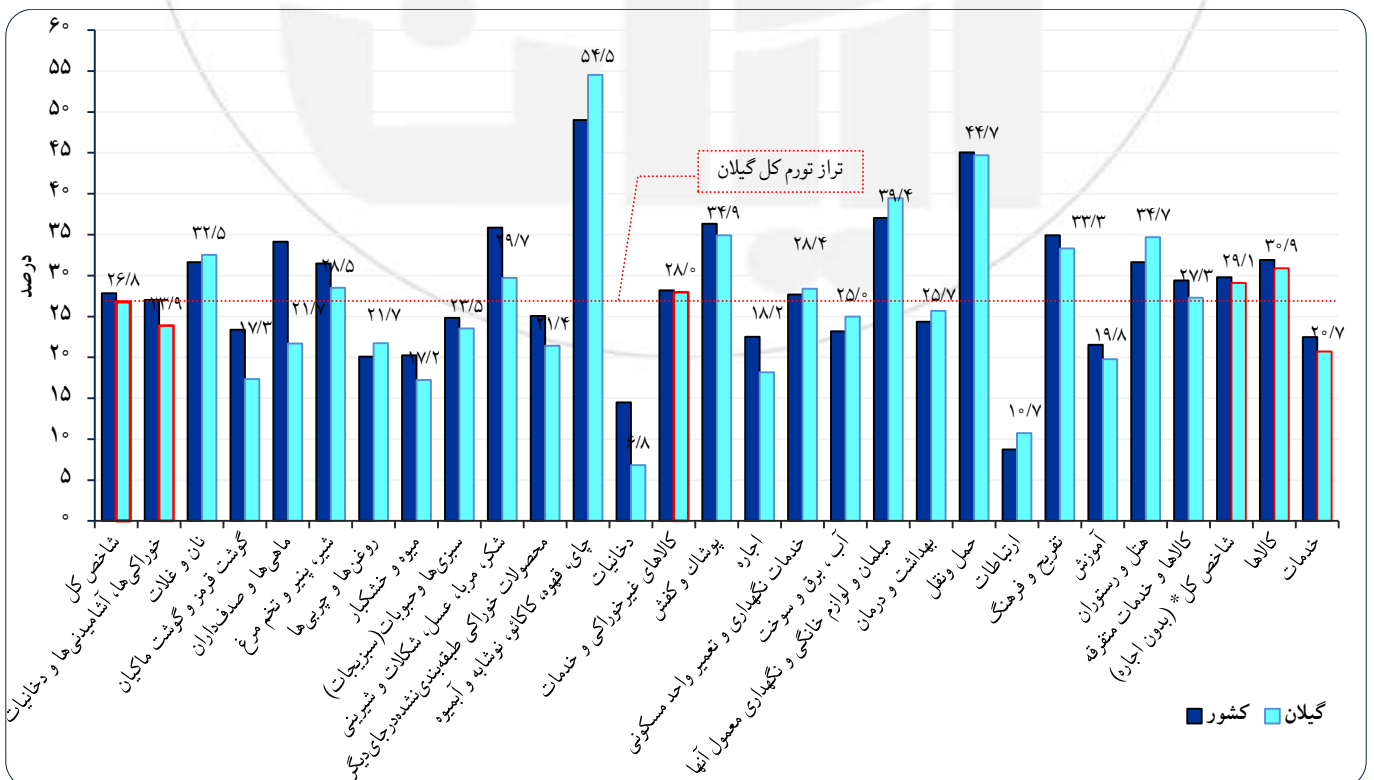
با توجه به این که نرخ تورم خردماه، میزان تغییرات شاخص قیمت طی ۱۲ ماهه منتهی به این ماه را نشان می‌دهد؛ لذا بر اساس شکل ۲، نرخ تورم خردماه سال جاری در کشور معادل ۲۷/۸ درصد و در استان برابر ۲۶/۸ درصد می‌باشد که این مقدار در استان حدود ۱ درصد، کمتر از مقدار مشابه در کل کشور می‌باشد. روند نزولی نمودار نرخ تورم در مقایسه با نمودار روند رشد شاخص قیمت گویای این نکته است که اگرچه با توجه به نمودار شاخص قیمت‌ها، به طور کلی شاخص کل قیمت‌ها در حال افزایش است؛ اما میانگین سرعت رشد، کاهش داشته است.



شکل ۲- روند نرخ تورم کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۴. نرخ تورم گروه‌های فرعی منتخب کالاها و خدمات

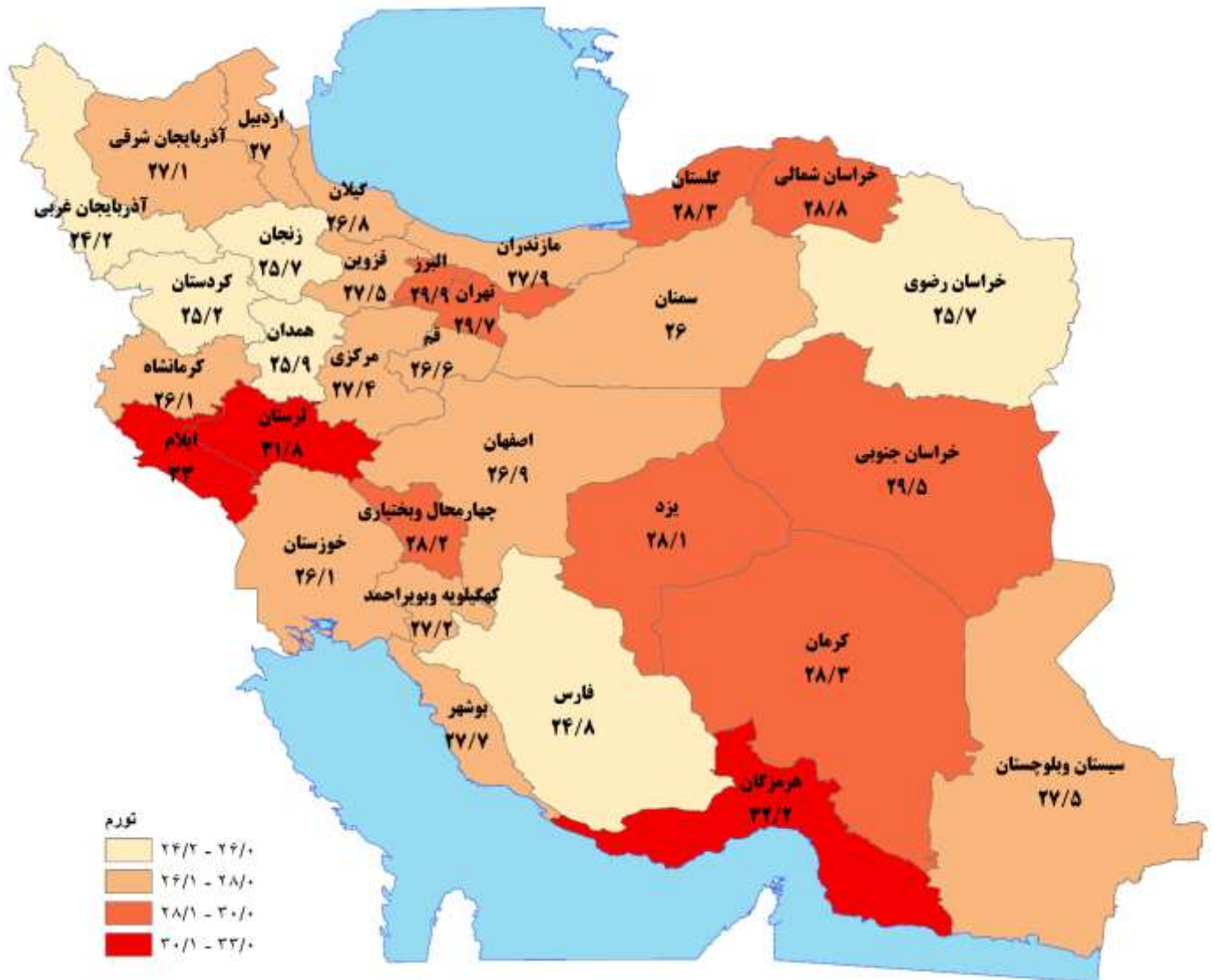
همان‌طور که در شکل ۳ مشاهده می‌شود، بررسی نرخ تورم گروه‌های منتخب فرعی استان در خردماه نشان می‌دهد که گروه «چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آبمیوه» با ۵۴/۵ درصد (کشور ۴۹ درصد)، «حمل و نقل» با ۴۴/۷ درصد (کشور ۴۵/۱ درصد)، «مبلمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آن‌ها» با ۳۹/۴ درصد (کشور ۳۷ درصد) و «پوشاک و کفش» با ۳۴/۹ درصد (کشور ۳۶/۳ درصد) بیش‌ترین افزایش قیمت و «دخانیات» با ۶/۸ درصد (کشور ۱۴/۵ درصد) و «ارتباطات» با ۱۰/۷ درصد (کشور ۸/۷ درصد) کمترین نرخ تورم را داشته‌اند.



شکل ۳- نرخ تورم خردماه سال ۱۳۹۸ برحسب گروه‌های فرعی کالاها و خدمات مصرفی گیلان و کشور، سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۵. نرخ تورم کل استان در مقایسه با استان‌های دیگر

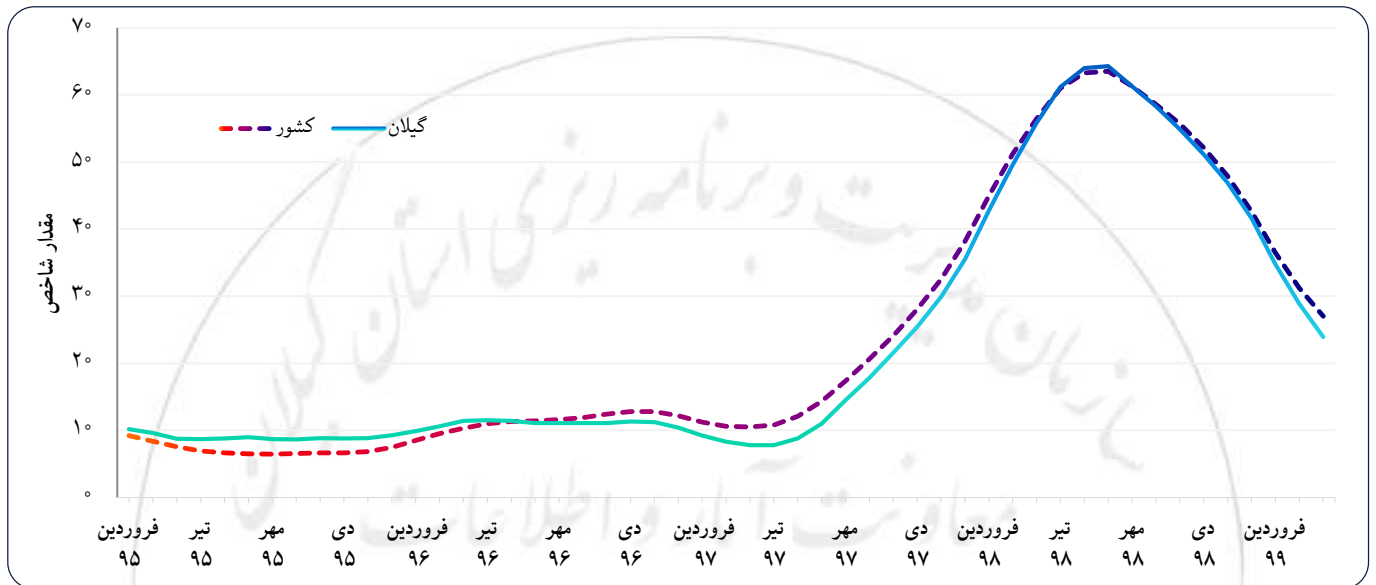
استان گیلان در بین ۳۱ استان، دارای رتبه بیست و یکم بالاترین نرخ تورم کشور می‌باشد. در همین راستا، استان آذربایجان غربی با نرخ ۲۴/۲ درصد دارای پایین‌ترین نرخ تورم و استان ایلام با نرخ تورم ۳۳ درصد دارای بالاترین نرخ تورم در کشور است. همچنین ۴ استان مجاور استان گیلان، یعنی استان‌های مازندران، قزوین، اردبیل، زنجان و به ترتیب دارای رتبه‌های دوازدهم، چهاردهم، نوزدهم و بیست و هشتم و استان ساحلی گلستان دارای رتبه نهم بالاترین نرخ تورم کشور هستند.



شکل ۴- نرخ تورم استان‌ها در خردادماه ۱۳۹۸، سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۶. نرخ تورم گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» استان در مقایسه با کشور

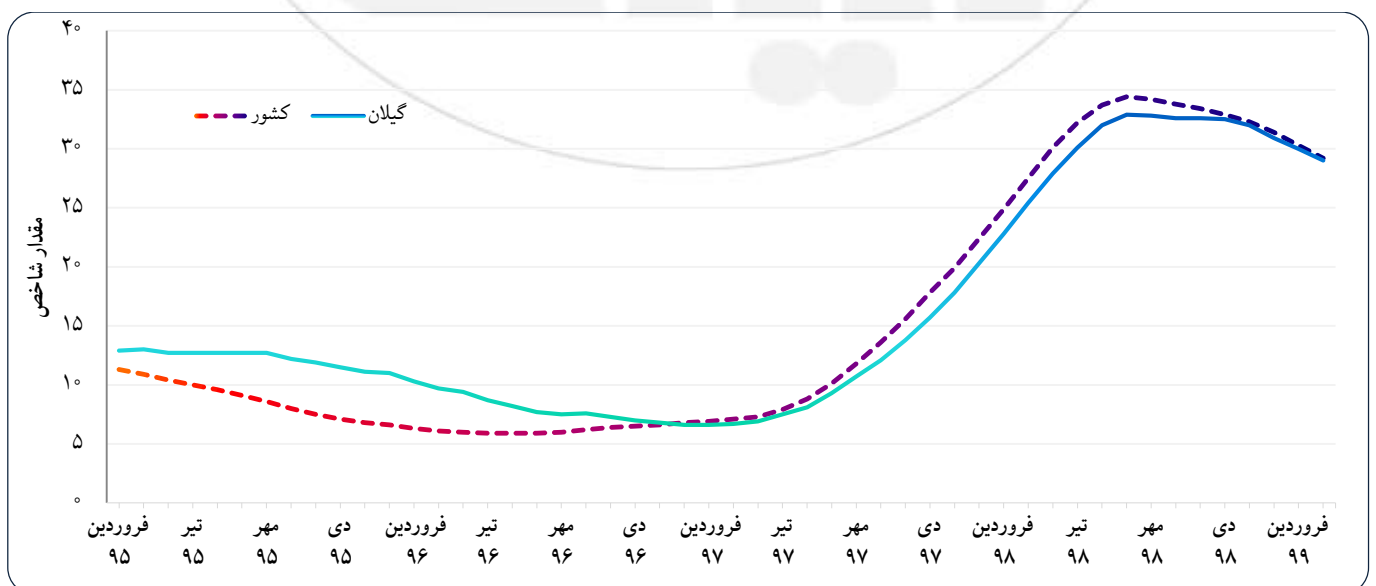
این گروه شامل ۱۱ گروه اصلی و فرعی «نان و غلات»، «گوشت قرمز و گوشت ماکیان»، «ماهیان و صدف‌داران»، «شیر، پنیر و تخم‌مرغ»، «روغن‌ها و چربی‌ها»، «میوه و خشکبار»، «سبزیجات (سبزی و حبوب)»، «قند و شکر و شیرینی‌ها (شکر، مربا، عسل، شکلات و شیرینی)»، «محصولات خوراکی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر»، «نوشیدنی غیرالکلی (چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب‌میوه)» و «دخانیات» می‌شود. بر اساس شکل ۵، نرخ تورم در این گروه عمده در خردادماه سال جاری در کشور ۲۷ درصد و در استان برابر ۲۳/۸ درصد بوده است که نسبت به مقدار مشابه در کشور حدود ۳/۱ درصد کمتر می‌باشد.



شکل ۵ - روند نرخ تورم گروه عمده خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۷. نرخ تورم گروه عمده «کالاهای غیر خوراکی و خدمات» استان در مقایسه با کشور

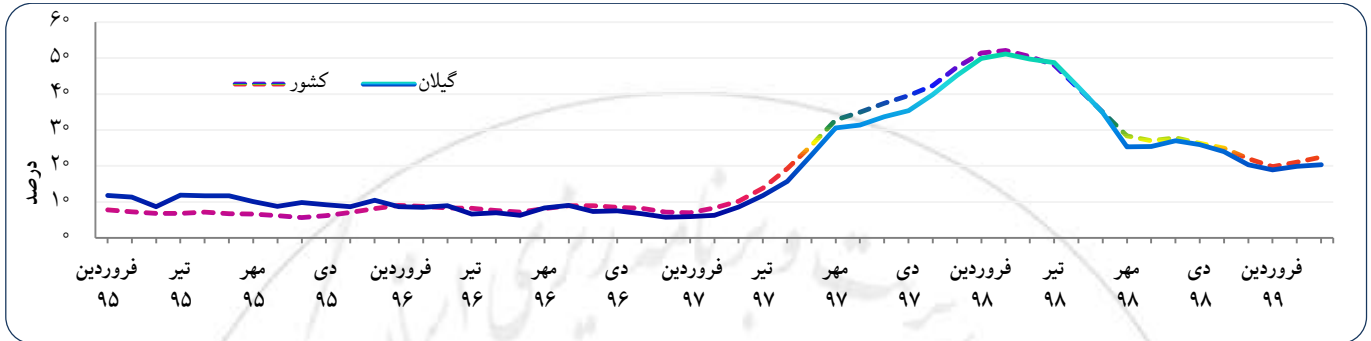
این گروه شامل ۱۲ گروه اصلی و فرعی «پوشاک و کفش»، «اجاره مسکن»، «خدمات نگهداری و تعمیر واحد مسکونی»، «آب، برق و سوخت»، «مبلمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آن‌ها»، «بهداشت و درمان»، «حمل و نقل»، «ارتباطات»، «تفریح و فرهنگ»، «آموزش»، «هتل و رستوران» و «کالاهای و خدمات متفرقه» می‌شود. بر اساس شکل ۶، نرخ تورم در این گروه در خردادماه سال جاری معادل ۲۸/۲ درصد و در استان برابر ۲۸ درصد است که نسبت به مقدار مشابه در کشور، ۰/۲ درصد کمتر می‌باشد.



شکل ۶ - روند نرخ تورم گروه عمده کالاهای غیر خوراکی و خدمات کشور و گیلان از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ - سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۸. نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه کل استان در مقایسه با کشور

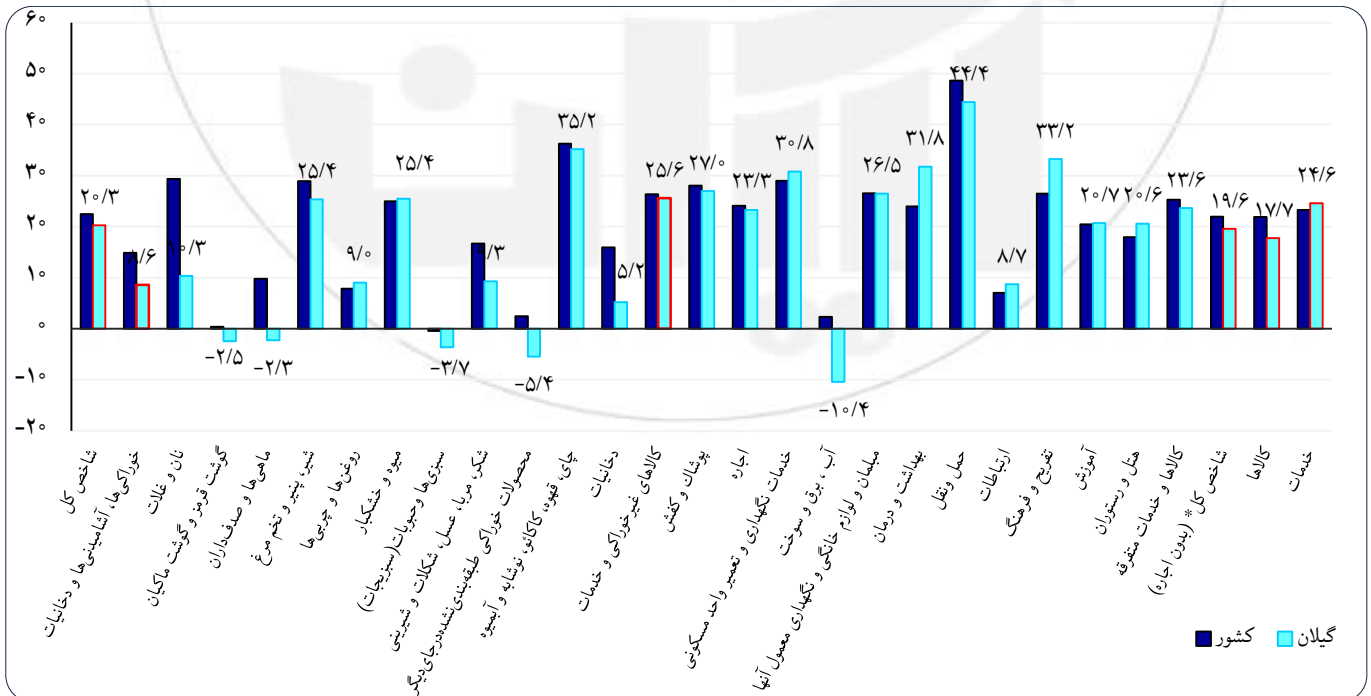
با توجه به شکل ۷، بررسی تغییرات شاخص قیمت خردادماه سال جاری نسبت به خردادماه سال ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که مقدار تغییرات تورم نقطه‌به‌نقطه در کشور برابر ۲۲/۵ درصد و در استان برابر ۲۰/۳ درصد بوده که حدود ۲/۲ درصد کمتر از مقدار مشابه در کشور است. این نرخ که از اوایل سال ۱۳۹۷ رشد قابل توجهی یافت، در ۶ ماهه نخست سال ۱۳۹۸ آهنگ نزولی قابل ملاحظه و پس از آن در ۶ ماهه دوم آن سال آهنگ کاهشی ملایمی داشته، شروع سال جاری را با نوسانات ملایمی آغاز نموده است.



شکل ۷- درصد تغییرات شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی کشور و گیلان نسبت به ماه مشابه سال قبل از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹ (تورم نقطه‌به‌نقطه)، سال پایه: ۱۳۹۵=۱۰۰

۹. تورم نقطه‌به‌نقطه در گروه‌های اصلی و فرعی منتخب

بررسی درصد تغییرات شاخص خردادماه سال جاری نسبت به خردادماه سال قبل گروه‌ها بر اساس شکل ۸، نشان می‌دهد که عمده‌ترین گروه‌هایی که تورم نقطه‌به‌نقطه آن‌ها افزایش قابل توجهی داشته‌اند، عبارت‌اند از: «حمل و نقل» با ۴۴/۴ درصد (کشور ۴۸/۶ درصد)، «چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب‌میوه» با ۳۵/۲ درصد (کشور ۳۶/۳ درصد)، «تفریح و فرهنگ» با ۳۳/۲ درصد (کشور ۲۶/۵ درصد) و «بهداشت و درمان» با ۳۱/۸ درصد (کشور ۲۴ درصد). در مقابل، گروهی که کمترین نرخ تورم را داشته است، «آب، برق و سوخت» با ۱۰/۴- درصد (کشور ۲/۳ درصد)، «محصولات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر» با ۵/۴- درصد (کشور ۲/۴ درصد) و «سبزیجات» با ۳/۷- درصد (کشور ۰/۴- درصد) می‌باشد.



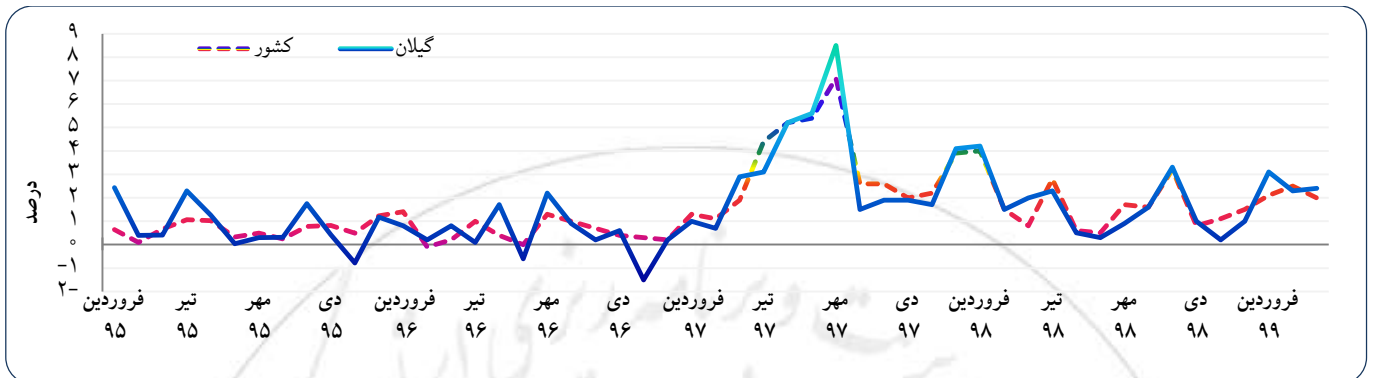
شکل ۸- درصد تغییرات شاخص خردادماه سال ۱۳۹۹ نسبت به ماه مشابه سال قبل برحسب گروه‌های کالاها و خدمات گیلان و کشور، ۱۳۹۵=۱۰۰

۲- با توجه به اینکه این گروه، موارد زیادی را در برمی‌گیرد؛ برخی از اقلام اثرگذار بر افزایش قیمت در این گروه شامل تلویزیون، لپ‌تاب، تبلت، نوشت افزار، مجله، لباس ورزشی و ... می‌باشند.

۳- افزایش در این گروه تقریباً مربوط به همه حوزه‌های زیرمجموعه، یعنی لوازم پزشکی، خدمات پزشکی سرپایی و بیمارستانی می‌باشد.

۱۰. نرخ تورم ماهانه کل استان در مقایسه با کشور

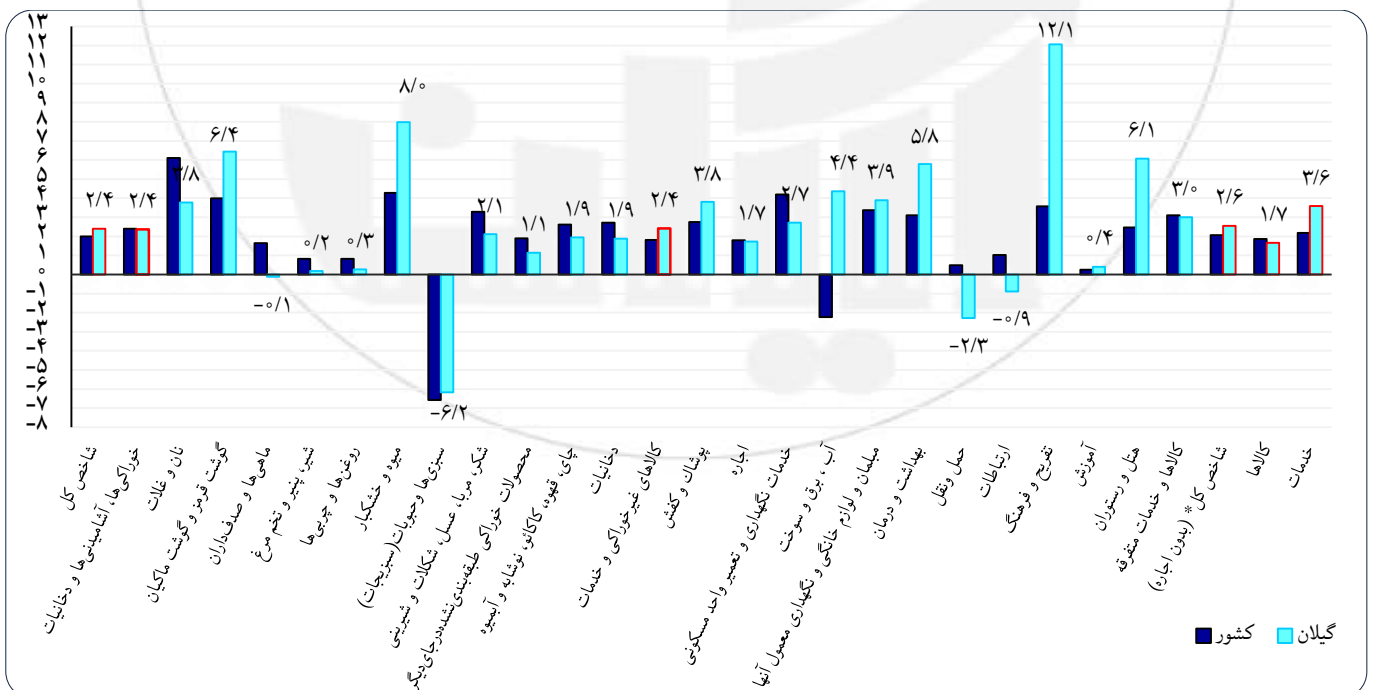
با توجه به شکل ۹، بررسی تغییرات شاخص قیمت خردامه سال جاری نسبت به ماه گذشته نشان می‌دهد که مقدار تغییرات تورم ماهانه در کشور برابر ۲ درصد و در استان برابر ۲/۴ درصد است. این نرخ در گروه «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» در کشور ۲/۴ درصد و استان ۲/۴ درصد و در گروه «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نیز در کشور ۱/۸ درصد و در استان ۲/۴ درصد بوده است.



شکل ۹- درصد تغییرات شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی کشور و گیلان نسبت به ماه قبل (تورم ماهانه) از سال ۱۳۹۵ تا خرداد ۱۳۹۹، سال پایه: ۱۰۰=۱۳۹۵

۱۱. درصد تغییرات ماهانه شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی در گروه‌های اصلی و فرعی منتخب

بر اساس شکل ۱۰، عمده‌ترین گروه‌هایی که شاخص قیمت آن‌ها در خرداد ۱۳۹۹ نسبت به ماه گذشته افزایش قابل‌توجهی داشته‌اند، عبارت‌اند از: «تفریح و فرهنگ» با ۱۲/۱ درصد (کشور ۳/۶ درصد)، «میوه و خشکبار» با ۸ درصد (کشور ۴/۳ درصد) و «گوشت قرمز و ماکیان» با ۶/۴ درصد (کشور ۴ درصد). در مقابل، گروه‌هایی که کمترین نرخ تورم ماهانه را داشته‌اند، شامل «سبزیجات» با ۰/۲- درصد (کشور ۶/۶- درصد)، «حمل و نقل» با ۰/۹- درصد (کشور ۱ درصد) و «ارتباطات» با ۰/۵ درصد (کشور ۰ درصد) می‌باشد.



شکل ۱۰- درصد تغییرات شاخص خردامه سال ۱۳۹۸، نسبت به ماه قبل برحسب گروه‌های کالاها و خدمات گیلان و کشور، ۱۰۰=۱۳۹۵

۴- کاهش در این گروه، عمدتاً به دلیل کاهش قیمت خودرو در خردامه نسبت به ماه پیشین می‌باشد.
۵- کاهش در این گروه، عمدتاً به دلیل کاهش قیمت گوشی تلفن همراه در خردامه نسبت به ماه پیشین می‌باشد.

۱۱. نتیجه‌گیری

- ۱- در خردادماه سال ۱۳۹۹، شاخص قیمت استان با مقدار ۲۰۵/۹ واحد، حدود ۸/۳ واحد کمتر از مقدار مشابه کشور بوده است.
- ۲- نرخ تورم خردادماه سال جاری در استان معادل ۲۶/۸ درصد و در کشور برابر ۲۷/۸ درصد می‌باشد که این مقدار در استان حدود ۱ درصد، کمتر از مقدار مشابه در کل کشور می‌باشد.
- ۳- استان گیلان در بین ۳۱ استان، دارای رتبه بیست و یکم بالاترین نرخ تورم کشور می‌باشد. همچنین ۴ استان مجاور استان گیلان، یعنی استان‌های مازندران، قزوین، اردبیل، زنجان و به ترتیب دارای رتبه‌های دوازدهم، چهاردهم، نوزدهم و بیست و هشتم و استان ساحلی گلستان دارای رتبه نهم بالاترین نرخ تورم کشور هستند.
- ۴- نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه در خردادماه سال جاری نسبت به خردادماه سال گذشته در کشور برابر ۲۲/۵ درصد و در استان برابر ۲۰/۳ درصد بوده که حدود ۲/۲ درصد کمتر از مقدار مشابه در کشور است.
- ۵- میزان تغییرات ماهانه شاخص قیمت در خردادماه سال جاری نسبت ماه گذشته، در کشور برابر ۲ درصد و در استان برابر ۲/۴ درصد است.
- ۶- در خردادماه بالاترین نرخ تورم در گروه «چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب‌میوه»، «حمل و نقل»، «میلان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آن‌ها» و «پوشک و کفش» و کمترین نرخ تورم مربوط به «دخانیات» و «ارتباطات» بوده است.
- ۷- در خردادماه بالاترین نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه در گروه «چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب‌میوه»، «تفریح و فرهنگ» و «بهداشت و درمان» و کمترین نرخ تورم در گروه «آب، برق و سوخت»، «محصولات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر» و «سبزیجات» بوده است.
- ۸- میزان تغییرات ماهانه شاخص قیمت استان در خردادماه نسبت به ماه گذشته در گروه‌های «تفریح و فرهنگ»، «میوه و خشکبار» و «گوشت قرمز و ماکیان» دارای بالاترین نرخ و در گروه‌های «سبزیجات»، «حمل و نقل» و «ارتباطات» دارای کمترین نرخ بوده است.

استان گیلان				کل کشور					نام استان	گروههای کالاها و خدمات
درصد تغییرات شاخص نسبت به				درصد تغییرات شاخص نسبت به						
دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل	شاخص	دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل	شاخص	
										۲۶۸
۲۳۹	۷۲	۸۶	۲۴	۲۳۱/۹	۲۷۰	۱۲/۵	۱۴/۹	۲/۴	۲۵۰/۱	
۲۴۷	۷۴	۸۷	۲۴	۲۲۹/۱	۲۷۴	۱۲/۵	۱۴/۹	۲/۴	۲۴۸/۴	
۲۳۷	۶۳	۷۸	۲۴	۲۲۸/۲	۲۶۵	۱۱/۵	۱۴/۰	۲/۴	۲۴۶/۸	
۳۲۵	۱۵۸	۱۰۳	۳۸	۱۹۵/۹	۳۱۶	۲۸/۶	۲۹/۴	۶/۱	۲۱۶/۰	
۱۸۱	-۸/۶	-۲/۴	۵۲	۲۱۷/۵	۲۴۷	-۲/۶	۱/۶	۳/۷	۲۵۷/۲	
۱۷۳	-۱۰/۰	-۲/۵	۶۴	۲۲۲/۰	۲۳۴	-۴/۴	۰/۴	۴/۰	۲۵۶/۷	
۲۱۷	-۲/۱	-۲/۳	-۰/۱	۱۹۹/۶	۳۴/۱	۱۰/۶	۹/۸	۱/۶	۲۶۰/۸	
۲۸۵	۲۵/۳	۲۵/۴	۰/۲	۲۰۸/۶	۳۱/۵	۲۸/۰	۲۸/۹	۰/۸	۲۲۲/۸	
۲۱۷	۱۱/۴	۹/۰	۰/۳	۱۷۴/۶	۲۰/۱	۹/۸	۷/۹	۰/۸	۱۹۷/۴	
۱۷۲	۱۶/۶	۲۵/۴	۸/۰	۲۹۷/۹	۲۰/۲	۱۷/۸	۲۵/۰	۴/۳	۳۰۶/۴	
۲۳۵	-۳/۲	-۳/۷	-۶/۲	۲۶۲/۱	۲۴/۸	۰/۴	-۰/۴	-۶/۶	۲۶۶/۸	
۲۹۷	۱۲/۶	۹/۳	۲/۱	۲۱۱/۷	۳۵/۹	۱۸/۷	۱۶/۷	۳/۳	۲۴۱/۱	
۲۱/۴	-۲/۰	-۵/۴	۱/۱	۲۳۶/۴	۲۵/۱	۴/۲	۲/۴	۱/۹	۲۵۹/۵	
۵۴/۵	۳۹/۷	۳۵/۲	۱/۹	۲۵۳/۹	۴۹/۰	۳۷/۵	۳۶/۳	۲/۶	۲۸۵/۰	
۶/۸	۳/۳	۵/۲	۱/۹	۳۲۸/۵	۱۴/۵	۱۳/۶	۱۶/۰	۲/۷	۳۲۴/۶	
۲۸/۰	۲۵/۵	۲۵/۶	۲/۴	۱۹۷/۲	۲۸/۲	۲۵/۶	۲۶/۴	۱/۸	۲۰۰/۷	
۳۴/۹	۲۵/۸	۲۷/۰	۳/۸	۲۱۹/۲	۳۶/۳	۲۸/۰	۲۸/۰	۲/۷	۲۳۵/۹	
۱۹/۴	۱۹/۲	۱۷/۰	۲/۱	۱۵۴/۷	۲۲/۶	۲۱/۲	۲۱/۷	۱/۴	۱۷۲/۷	
۱۸۳	۲۲/۰	۲۳/۴	۱/۷	۱۵۹/۶	۲۲/۶	۲۳/۱	۲۴/۲	۱/۸	۱۷۷/۸	
۱۸۲	۲۲/۰	۲۳/۳	۱/۷	۱۵۹/۴	۲۲/۵	۲۳/۰	۲۴/۱	۱/۸	۱۷۷/۵	
۲۸/۴	۲۷/۶	۳۰/۸	۲/۷	۱۸۹/۳	۲۷/۷	۲۷/۱	۲۹/۰	۴/۲	۱۹۷/۶	
۲۵/۰	۴/۸	-۱۰/۴	۴/۴	۱۳۰/۷	۲۳/۲	۶/۷	۲/۳	-۲/۲	۱۳۶/۵	
۳۹/۴	۲۵/۷	۲۶/۵	۳/۹	۲۸۰/۳	۳۷/۰	۲۵/۹	۲۶/۶	۳/۴	۲۶۸/۱	
۲۵/۷	۲۶/۳	۳۱/۸	۵/۸	۱۸۵/۰	۲۴/۴	۲۲/۲	۲۴/۰	۳/۱	۱۸۱/۲	
۴۴/۷	۴۶/۹	۴۴/۴	-۲/۳	۲۵۸/۱	۴۵/۱	۴۸/۲	۴۸/۶	۰/۵	۲۶۵/۰	
۱۰/۷	۹/۳	۸/۷	-۰/۹	۱۷۹/۴	۸/۷	۵/۹	۷/۰	۱/۰	۱۵۷/۶	
۳۳/۳	۲۵/۷	۳۳/۲	۱/۲/۱	۲۵۵/۲	۳۴/۹	۲۵/۶	۲۶/۵	۳/۶	۲۶۵/۸	
۱۹/۸	۲۰/۴	۲۰/۷	۰/۴	۱۷۲/۵	۲۱/۵	۲۰/۳	۲۰/۴	۰/۳	۱۷۴/۰	
۳۴/۷	۱۷/۲	۲۰/۶	۶/۱	۲۰۴/۴	۳۱/۶	۱۷/۶	۱۷/۹	۲/۵	۲۰۱/۵	
۲۷/۳	۲۱/۹	۲۳/۶	۳/۰	۲۴۰/۶	۲۹/۴	۲۳/۲	۲۵/۳	۳/۱	۲۳۹/۰	
۲۹/۱	۱۹/۲	۱۹/۶	۲/۶	۲۲۱/۷	۲۹/۸	۲۰/۵	۲۱/۹	۲/۱	۲۳۰/۴	
۳۰/۹	۱۸/۶	۱۷/۷	۱/۷	۲۳۷/۰	۳۱/۹	۲۰/۶	۲۱/۹	۱/۹	۲۴۸/۹	
۲۰/۷	۲۱/۶	۲۴/۶	۳/۶	۱۷۰/۱	۲۲/۵	۲۱/۹	۲۳/۳	۲/۲	۱۷۸/۲	
۴۱/۴	۳۷/۹	۳۶/۲	-۱/۱	۳۴۵/۴	۴۱/۵	۳۷/۰	۳۸/۸	۰/۸	۳۵۱/۴	
۲۷/۳	۱۲/۷	۱۱/۸	۲/۲	۲۱۶/۰	۲۹/۵	۱۶/۹	۱۸/۲	۱/۹	۲۳۴/۲	
۳۸/۹	۲۷/۶	۲۷/۷	۳/۵	۲۴۳/۶	۳۸/۳	۲۸/۶	۲۸/۴	۳/۱	۲۵۶/۰	
۱۹/۵	۰/۵	۵/۰	۱/۹	۲۴۵/۵	۲۲/۹	۴/۱	۷/۶	۰/۷	۲۶۱/۴	
۲۸/۶	۱۳/۶	۱۱/۰	۳/۰	۲۱۲/۳	۳۱/۴	۲۲/۴	۲۲/۵	۴/۴	۲۳۱/۶	
۲۸/۰	۲۴/۶	۱۳/۵	۲/۴	۱۴۷/۹	۲۸/۱	۲۷/۸	۲۵/۴	-۰/۶	۱۵۳/۲	

استان گیلان				کل کشور					نام استان	گروههای کالاها و خدمات
درصد تغییرات شاخص نسبت به				درصد تغییرات شاخص نسبت به						
دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل	شاخص	دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل		
۲۶۷	۲۰۵	۲۱۴	۲۴	۲۰۵/۱	۲۷۷	۲۱۴	۲۲۷	۲۰	۲۱۲/۸	شاخص کل
۲۳۸	۷۳	۹۲	۲۲	۲۳۵/۰	۲۷۱	۱۲۵	۱۴۷	۲۴	۲۵۰/۱	خوراکیها، آشامیدنیها و دخانیات
۲۴۵	۷۵	۹۳	۲۲	۲۳۲/۹	۲۷۵	۱۲۴	۱۴۶	۲۳	۲۴۸/۷	خوراکیها و آشامیدنیها
۲۳۵	۶۳	۸۳	۲۲	۲۳۲/۴	۲۶۶	۱۱۴	۱۳۷	۲۳	۲۴۷/۲	خوراکیها
۳۱۵	۱۴۰	۱۰۱	۳۶	۱۹۹/۶	۳۱۹	۲۷۴	۲۷۶	۵۹	۲۱۵/۱	نان و غلات
۱۸۰	-۸۴	-۲۴	۴۵	۲۱۹/۸	۲۴۸	-۲۲	۱۸	۳۴	۲۵۹/۳	گوشت قرمز و سفید و فرآورده های آنها
۱۷۰	-۱۰۰	-۲۶	۵۶	۲۲۴/۵	۲۳۵	-۴۰	۰/۷	۳/۷	۲۵۹/۰	گوشت قرمز و گوشت ماکیان
۲۲۴	-۱۴	-۱۸	۰/۰	۲۰۱/۶	۳۳۹	۱۰۳	۹۳	۱/۷	۲۶۰/۸	ماهی ها و صدف داران
۲۹۸	۲۶۵	۲۶۹	۰/۳	۲۱۵/۹	۳۲۵	۲۸۶	۲۹۵	۰/۹	۲۲۸/۵	شیر، پنیر و تخم مرغ
۲۳۹	۱۲۸	۹۹	۰/۴	۱۸۰/۷	۱۹۲	۹/۷	۸۰	۰/۸	۱۹۲/۹	روغنها و چربیها
۱۷۱	۱۵۸	۲۴۴	۸۰	۳۰۳/۱	۱۹۵	۱۶۱	۲۲۴	۴/۱	۳۰۱/۶	میوه و خشکبار
۲۳۰	-۲۶	-۲۱	-۶۸	۲۶۱/۵	۲۴۹	۰/۷	۰/۷	-۶/۲	۲۶۵/۶	سبزیجات (سبزی ها و حبوبات)
۳۱۶	۱۵۰	۱۱۵	۲۵	۲۱۵/۱	۳۶۸	۲۰۲	۱۸۵	۳/۴	۲۴۲/۰	شکر، مربا، عسل، شکلات و شیرینی (قند و شکر و شیرینیها)
۲۲۷	-۲۱	-۶۰	۱/۵	۲۴۳/۰	۲۵۷	۴۸	۳۰	۱/۹	۲۶۲/۰	محصولات خوراکی طبقه بندی نشده در جای دیگر
۵۱۶	۴۴۵	۴۲۴	۱/۹	۲۴۴/۵	۵۰۳	۳۹۳	۳۷۷	۲/۴	۲۸۵/۰	چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب میوه (نوشابه های غیر الکلی)
۶۴	۳/۷	۵/۷	۱/۹	۳۱۹/۹	۱۴۹	۱۵/۱	۱۷/۹	۳/۰	۳۲۱/۶	دخانیات
۲۷۸	۲۵۷	۲۶۱	۲۵	۱۹۶/۷	۲۸۰	۲۵۶	۲۶۴	۱/۸	۲۰۰/۳	کالاهای غیر خوراکی و خدمات
۳۵۰	۲۶۰	۲۷/۱	۳/۸	۲۱۹/۹	۳۶۲	۲۷/۷	۲۷/۷	۲/۷	۲۳۴/۴	پوشاک و کفش
۱۹۴	۲۰۰	۱۸/۲	۱/۹	۱۵۴/۹	۲۲۹	۲۱/۷	۲۲/۲	۱/۴	۱۷۴/۳	مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوختها
۱۸۳	۲۲۱	۲۳۴	۱/۷	۱۵۹/۸	۲۲۸	۲۳۳	۲۴۴	۱/۸	۱۷۸/۸	مسکن
۱۸۲	۲۲۰	۲۳۳	۱/۷	۱۵۹/۴	۲۲۷	۲۳۳	۲۴۴	۱/۸	۱۷۸/۶	اجاره
۳۴۷	۳۳۲	۳۸۱	۳/۲	۲۱۰/۵	۲۷۱	۲۵۰	۲۶۶	۳/۹	۱۹۹/۴	خدمات نگهداری و تعمیر واحد مسکونی (خدمت)
۲۶۰	۶۴	-۱۰/۱	۳/۳	۱۲۶/۰	۲۴۱	۶۹	۲۱	-۲/۴	۱۳۵/۶	آب، برق و سوخت
۴۰۴	۲۶۹	۲۷/۶	۴/۰	۲۸۵/۲	۳۶۶	۲۵/۸	۲۶/۵	۳/۳	۲۶۴/۱	مبلمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آنها
۲۵۷	۲۶۴	۳۲/۰	۵/۹	۱۸۵/۷	۲۴۴	۲۲/۲	۲۴/۱	۳/۱	۱۸۱/۶	بهداشت و درمان
۴۵۶	۴۷/۷	۴۴/۸	-۲/۸	۲۵۹/۵	۴۴۹	۴۷/۵	۴۸/۱	۰/۵	۲۶۸/۱	حمل و نقل
۱۱۵	۱۰/۱	۹/۵	-۰/۹	۱۸۳/۳	۸/۹	۶/۱	۷/۳	۱/۲	۱۵۸/۴	ارتباطات
۳۲۳	۲۶۰	۳۵/۱	۱۳/۸	۲۵۰/۰	۳۴۷	۲۵/۴	۲۶/۳	۳/۶	۲۶۵/۴	تفریح و فرهنگ
۱۹۷	۲۰/۲	۲۰/۵	۰/۴	۱۷۳/۱	۲۱/۷	۲۰/۳	۲۰/۴	۰/۳	۱۷۳/۹	آموزش
۳۴۰	۱۷/۳	۲۱/۳	۶/۴	۲۰۴/۷	۳۱/۴	۱۷/۵	۱۷/۸	۲/۳	۲۰۰/۷	هتل و رستوران
۲۷/۵	۲۳/۰	۲۵/۶	۳/۵	۲۴۸/۳	۲۹/۳	۲۳/۳	۲۵/۵	۳/۱	۲۳۹/۶	کالاها و خدمات متفرقه
۲۹۴	۲۰/۱	۲۰/۹	۲/۶	۲۳۳/۱	۲۹/۹	۲۰/۷	۲۲/۱	۲/۰	۲۳۰/۲	شاخص کل* (بدون اجاره)
۳۱/۴	۱۹/۶	۱۸۸	۱/۴	۲۳۹/۸	۳۲/۲	۲۱/۰	۲۲/۲	۱/۸	۲۵۰/۰	کالاها
۲۰/۸	۲۱/۸	۲۵/۱	۳/۸	۱۷۰/۹	۲۲/۶	۲۲/۰	۲۳/۴	۲/۱	۱۷۸/۹	خدمات
۴۱/۴	۳۸/۳	۳۶/۲	-۱/۷	۳۴۸/۰	۴۱/۹	۳۷/۶	۳۹/۵	۰/۷	۳۵۴/۳	کالاهای بادوام
۲۷/۷	۱۳/۴	۱۲/۸	۲/۰	۲۱۷/۶	۲۹/۷	۱۶/۹	۱۸/۱	۱/۹	۲۳۳/۸	کالاهای بی دوام
۳۹/۵	۲۸/۲	۲۸/۴	۳/۶	۲۴۷/۷	۳۸/۲	۲۸/۵	۲۸/۳	۳/۰	۲۵۵/۱	کالاهای کم دوام
۱۹/۳	۰/۷	۵/۴	۱/۳	۲۴۴/۶	۲۲/۹	۴/۴	۷/۹	۰/۸	۲۶۱/۱	خوراکی های تازه
۲۸/۷	۱۳/۴	۱۱/۵	۳/۲	۲۲۰/۶	۳۱/۷	۲۲/۰	۲۱/۸	۴/۳	۲۳۲/۰	سایر خوراکی ها
۲۸/۷	۲/۰	۱۵/۶	۱/۸	۱۴۶/۰	۲۸/۰	۲۷/۸	۲۵/۳	-۰/۶	۱۵۱/۸	خدمات عمومی

استان گیلان				کل کشور					نام استان	گروههای کالاها و خدمات
درصد تغییرات شاخص نسبت به				درصد تغییرات شاخص نسبت به						
دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل	شاخص	دوازده ماه منتهی به ماه جاری	مجموع ماههای منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل	ماه مشابه سال قبل	ماه قبل		
۲۶۸	۱۷۵	۱۷/۱	۲/۴	۲۰۸/۱	۲۸۲	۱۹۵	۲۱/۱	۲/۲	۲۲۱/۹	شاخص کل
۲۴/۱	۷/۰	۷/۳	۲/۷	۲۲۵/۸	۲۶۶	۱۲۸	۱۵/۵	۲/۵	۲۴۹/۹	خوراکیها، آشامیدنیها و دخانیات
۲۵۳	۷۳	۷/۵	۲/۷	۲۲۱/۶	۲۷۲	۱۲۹	۱۵/۷	۲/۶	۲۴۷/۴	خوراکیها و آشامیدنیها
۲۴/۰	۶/۴	۶/۹	۲/۸	۲۱۹/۷	۲۶۲	۱۱۹	۱۴/۸	۲/۵	۲۴۵/۵	خوراکیها
۳۴/۴	۱۹/۰	۱۰/۸	۴/۰	۱۸۹/۹	۳۰/۷	۳۲۵	۳۵/۳	۶/۹	۲۱۸/۹	نان و غلات
۱۸/۴	-۹/۰	-۲/۴	۶/۸	۲۱۲/۲	۲۴/۰	-۴/۴	۰/۷	۴/۷	۲۴۹/۳	گوشت قرمز و سفید و فرآورده های آنها
۱۸/۱	-۱۰/۱	-۲/۲	۸/۴	۲۱۶/۴	۲۲/۸	-۶/۲	-۰/۶	۵/۱	۲۴۷/۹	گوشت قرمز و گوشت ماکیان
۲۰/۰	-۳/۶	-۳/۴	-۰/۴	۱۹۵/۰	۳۵/۱	۱۲/۱	۱۲/۳	۱/۶	۲۶۱/۱	ماهی ها و صدف داران
۲۴/۹	۲۱/۷	۲۱/۲	-۰/۱	۱۹۰/۳	۲۶/۶	۲۵/۳	۲۶/۵	۰/۳	۲۰۸/۳	شیر، پنیر و تخم مرغ
۱۷/۱	۸/۳	۶/۹	۰/۰	۱۶۲/۱	۲۲/۹	۱۰/۲	۷/۵	۱/۰	۲۰۸/۱	روغنها و چربیها
۱۷/۶	۱۸/۳	۲۸/۰	۸/۱	۲۸۶/۸	۲۴/۰	۲۵/۵	۳۶/۷	۵/۰	۳۲۸/۰	میوه و خشکبار
۲۴/۶	-۶/۴	-۶/۵	-۵/۰	۲۶۲/۳	۲۴/۷	-۰/۴	-۳/۵	-۷/۷	۲۷/۰/۶	سبزیجات (سبزی ها و حبوبات)
۲۶/۱	۸/۱	۵/۱	۱/۳	۲۰۵/۱	۳۲/۷	۱۳/۸	۱۱/۲	۳/۰	۲۳۲/۲	شکر، مربا، عسل، شکلات و شیرینی (قند و شکر و شیرینیها)
۱۸/۸	-۱/۸	-۴/۳	۰/۳	۲۲۳/۸	۲۲/۹	۲/۴	۰/۵	۲/۰	۲۵۱/۵	محصولات خوراکی طبقه بندی نشده در جای دیگر
۶۰/۹	۳۰/۷	۲۲/۳	۲/۱	۲۷۶/۰	۴۵/۴	۳۲/۶	۳۲/۳	۳/۲	۲۸۴/۸	چای، قهوه، کاکائو، نوشابه و آب میوه (نوشابه های غیر الکلی)
۷/۳	۲/۸	۴/۵	۱/۹	۳۴۰/۲	۱۳/۷	۱۰/۵	۱۱/۶	۲/۰	۳۳۱/۷	دخانیات
۲۸/۵	۲۴/۶	۲۳/۷	۲/۲	۱۹۹/۰	۲۹/۶	۲۵/۵	۲۶/۰	۲/۰	۲۰۲/۶	کالاهای غیر خوراکی و خدمات
۳۴/۶	۲۵/۳	۲۶/۵	۳/۸	۲۱۷/۱	۳۷/۰	۲۹/۱	۲۹/۳	۲/۹	۲۴۱/۹	پوشاک و کفش
۱۹/۴	۱۶/۰	۱۲/۰	۲/۹	۱۵۴/۰	۱۹/۹	۱۵/۷	۱۵/۶	۱/۲	۱۵۶/۴	مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوختها
۱۸/۱	۲۱/۸	۲۳/۱	۱/۷	۱۵۹/۰	۱۹/۸	۲۰/۲	۲۱/۵	۲/۵	۱۶۴/۰	مسکن
۱۸/۲	۲۲/۰	۲۳/۲	۱/۷	۱۵۹/۴	۱۹/۴	۱۹/۵	۲۰/۷	۲/۳	۱۶۲/۸	اجاره
۱۰/۵	۷/۴	۸/۵	۱/۰	۱۳۶/۲	۳۰/۲	۳۵/۷	۳۸/۴	۵/۱	۱۹۱/۵	خدمات نگهداری و تعمیر واحد مسکونی (خدمت)
۲۲/۹	۱/۷	-۱۱/۱	۶/۶	۱۴۱/۲	۲۰/۲	۶/۰	۲/۹	-۱/۸	۱۳۹/۷	آب، برق و سوخت
۳۷/۰	۲۲/۹	۲۳/۶	۳/۶	۲۶۸/۳	۳۸/۶	۲۶/۱	۲۶/۷	۳/۵	۲۸۲/۹	مبلمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آنها
۲۵/۷	۲۶/۱	۳۱/۲	۵/۵	۱۸۲/۸	۲۴/۵	۲۲/۰	۲۳/۴	۳/۰	۱۷۹/۳	بهداشت و درمان
۴۲/۴	۴۵/۰	۴۳/۳	-۰/۹	۲۵۴/۵	۴۶/۰	۵۲/۲	۵۱/۹	۰/۴	۲۴۷/۷	حمل و نقل
۸/۵	۶/۷	۶/۲	-۰/۹	۱۶۷/۹	۷/۶	۴/۹	۵/۶	۰/۳	۱۵۳/۰	ارتباطات
۳۸/۲	۲۴/۲	۲۵/۰	۴/۷	۲۸۲/۸	۳۶/۱	۲۶/۵	۲۷/۲	۳/۳	۲۶۸/۲	تفریح و فرهنگ
۲۰/۰	۲۱/۶	۲۲/۰	۰/۵	۱۶۹/۵	۲۰/۰	۲۰/۴	۲۰/۵	۰/۱	۱۷۵/۲	آموزش
۴۱/۶	۱۶/۷	۱۳/۵	۳/۳	۲۰۱/۷	۳۳/۶	۱۸/۳	۱۹/۰	۳/۵	۲۰۹/۵	هتل و رستوران
۲۶/۵	۱۷/۴	۱۶/۴	۱/۱	۲۱۳/۶	۲۹/۷	۲۲/۶	۲۴/۴	۳/۳	۲۳۶/۰	کالاها و خدمات متفرقه
۲۸/۲	۱۶/۸	۱۶/۲	۲/۵	۲۱۷/۹	۲۹/۳	۱۹/۵	۲۱/۱	۲/۲	۲۳۱/۴	شاخص کل* (بدون اجاره)
۲۹/۷	۱۶/۳	۱۵/۲	۲/۲	۲۳۰/۴	۳۰/۷	۱۹/۲	۲۰/۸	۲/۱	۲۴۴/۷	کالاها
۲۰/۱	۲۰/۵	۲۲/۴	۲/۹	۱۶۶/۶	۲۱/۳	۲۰/۴	۲۱/۹	۲/۵	۱۷۱/۵	خدمات
۴۱/۷	۳۶/۸	۳۶/۱	۰/۳	۳۳۸/۷	۳۹/۱	۳۲/۷	۳۴/۷	۱/۶	۳۳۳/۰	کالاهای بادوام
۲۶/۵	۱۱/۱	۹/۶	۲/۷	۲۱۲/۶	۲۸/۹	۱۶/۷	۱۸/۴	۲/۱	۲۳۵/۳	کالاهای بی دوام
۳۶/۹	۲۵/۶	۲۵/۷	۳/۱	۲۳۰/۴	۳۸/۵	۲۹/۰	۲۸/۹	۳/۲	۲۵۹/۴	کالاهای کم دوام
۲۰/۱	۰/۱	۴/۰	۳/۰	۲۴۷/۶	۲۲/۸	۲/۸	۶/۵	۰/۴	۲۶۴/۹	خوراکی های تازه
۲۸/۴	۱۴/۲	۱۰/۱	۲/۶	۱۹۷/۱	۳۰/۴	۲۳/۹	۲۴/۸	۴/۸	۲۳۰/۳	سایر خوراکی ها
۲۶/۳	۱۹/۱	۸/۶	۳/۹	۱۵۲/۹	۲۸/۳	۲۷/۸	۲۵/۷	-۰/۷	۱۵۹/۱	خدمات عمومی