

Indeksi i Çmimeve të Konsumit

Korrik, 2016

Tiranë, më 08 Gusht 2016: Indeksi i Çmimeve të Konsumit në muajin Korrik 2016, arriti 100,2 % kundrejt muajit Dhjetor 2015 (Dhjetor 2015=100).

Në muajin Korrik 2016 ndryshimi vjetor i indeksit të çmimeve të konsumit është 1.9 %. Një vit më parë ky ndryshim ishte 1,3 %.

Ndikimi i grupeve kryesore në ndryshimin vjetor të indeksit të çmimeve të konsumit.

Rritja vjetore në muajin Korrik është ndikuar kryesisht nga grupi “Ushqime dhe pije joalkoolike” me +1,57 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Shërbimi arsimor” kanë kontribuar me +0,19 pikë përqindje. Çmimet e grupeve “Pije alkoolike e duhan” dhe “Argëtim dhe kulturë” kanë kontribuar secili me nga +0,08 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Mobilje, paisje shtëpie dhe mirëmbajtje e shtëpisë” kanë kontribuar me +0,07 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Hotele, kafene e restorante” kanë kontribuar me 0,03 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Qira, ujë, lëndë djegëse dhe energji” kanë kontribuar me 0,01 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Transporti” kanë kontribuar me -0,21 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Veshje dhe këpucë” kanë kontribuar me -0,05 pikë përqindje. Çmimet e grupit “Komunikimi” kanë kontribuar me -0,03 pikë përqindje. (shih Fig 2. fq 2).

Ndryshimet vjetore të grupeve kryesore: Krahasuar me muajin Korrik 2015, rritja më e madhe e çmimeve vërehet në grupin “Shërbimi arsimor” me 4,8 % pasuar nga grupi, “Ushqime dhe pije joalkoolike me 4,3 %, grupi “Argëtim e kulturë” me 2,8 %, grupi “Pije alkoolike dhe duhan” me 1,7 %. Brenda grupit të ushqimeve çmimet e nëngrupit “fruta” u rritën me 18,2 %, pasuar nga nëngrupet “zarzavate përfshirë patatet” me 14,3 %, “qumësht, djath e vezë” me 3,3 %, “peshk” me 2,7 %, “sheqer, reçelna e ëmbëlsira” me 2,6 %. Çmimet e nëngrupeve “bukë e drithëra” u ulën me 0,8 %, “mish” me 0,7 %, etj. . Ndërsa, ulja më e madhe e çmimeve vërehet në grupin “Transport” me 3,3 %, pasuar nga grupet “Veshje dhe këpucë” me 1,3 %, “Komunikimi” me 1,2 %.

Ndryshimi mujor i indeksit është 0,1 %. Krahasuar me muajin Qershor 2016, rritja më e madhe mujore e çmimeve vërehet në grupet “Transporti” dhe “Argëtim e kulturë” me 0,8 % secili.

Fig. 1 Ndryshimet vjetore të Indeksit të çmimeve të konsumit

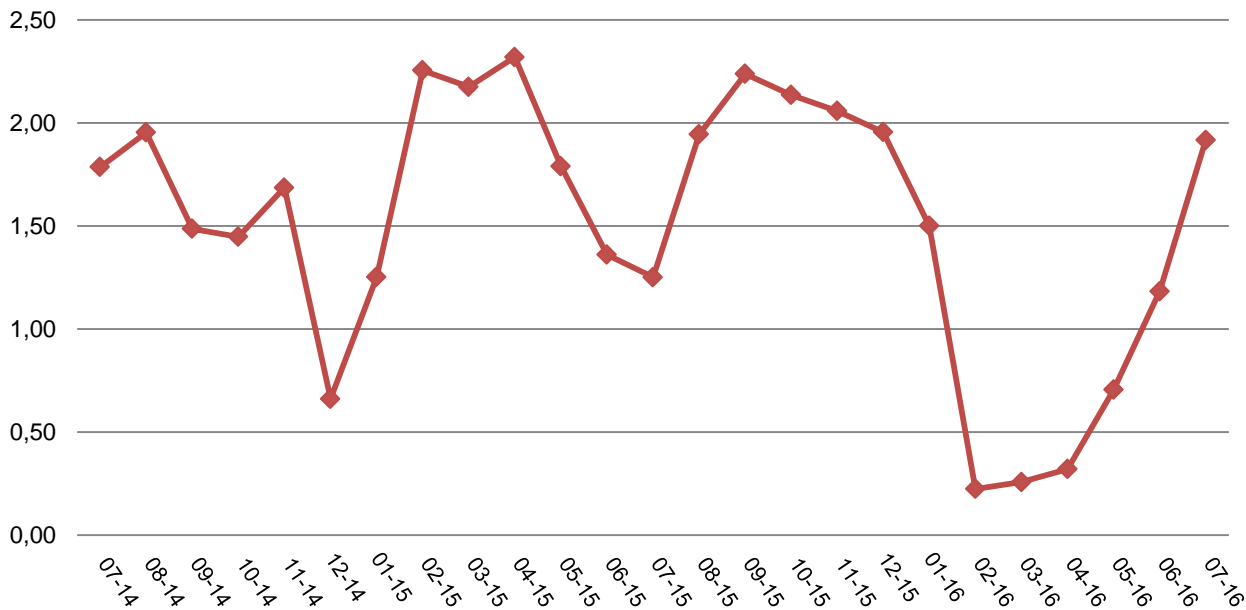
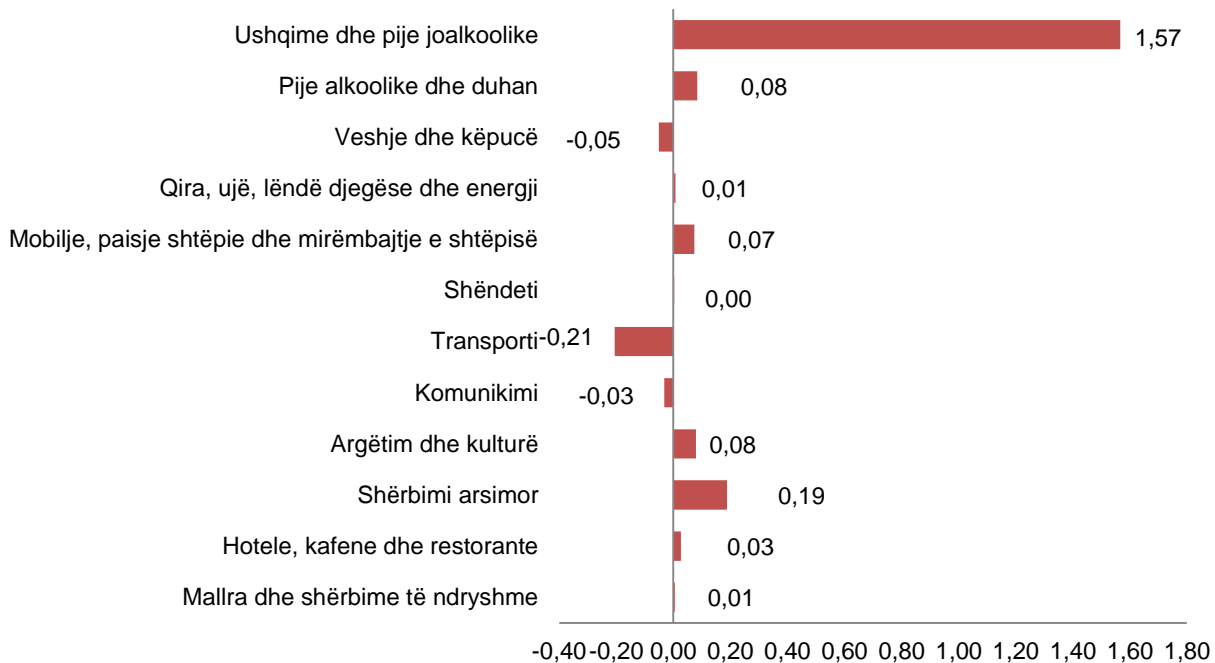


Fig. 2 Ndikimi i grupeve në ndryshimin vjetor



Shënim: Shuma e ndikimeve individuale të grupeve nuk është domosdoshmërisht e barabartë me ndryshimin vjetor për shkak të rumbullakimeve gjatë llogaritjes së indeksit.

Tab. 1 Indeksi i Çmimeve të Konsumit

Dhjetor 2015=100 %

Kodi	Grupet	Peshat	07-15	08-15	09-15	10-15	11-15	12-15	01-16	02-16	03-16	04-16	05-16	06-16	07-16
Gjithsej		100,0	98,4	99,1	99,7	99,7	99,4	100,0	100,9	102,0	102,5	102,0	100,8	100,2	100,2
1	Ushqime dhe pije joalkoolike	36,1	96,3	98,2	99,4	99,3	98,7	100,0	102,5	105,9	107,0	105,9	102,4	100,4	100,4
2	Pije alkoolike dhe duhan	5,0	99,3	99,5	99,5	99,6	99,4	100,0	100,5	100,8	101,2	100,8	100,9	101,0	101,0
3	Veshje dhe këpucë	4,0	99,3	98,5	98,5	99,3	99,8	100,0	99,4	98,1	98,4	98,3	98,4	98,3	98,1
4	Qira, ujë, lëndë djegëse dhe energji	20,3	100,3	100,3	100,3	100,0	100,0	100,0	100,7	100,7	100,7	100,6	100,5	100,4	100,3
5	Mobililje, paisje shtëpie dhe mirëmbajtje e shtëpisë	7,4	99,5	99,6	99,5	99,4	99,5	100,0	100,3	100,3	100,0	100,3	100,3	100,3	100,5
6	Shëndeti	3,9	100,1	100,1	100,3	100,5	100,0	100,0	100,0	100,1	100,2	100,2	100,0	100,2	100,1
7	Transporti	6,3	102,7	102,0	101,2	101,2	100,0	100,0	96,7	95,8	96,3	96,3	97,2	98,6	99,4
8	Komunikimi	2,8	101,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,3	99,9	99,9	100,0	99,9
9	Argëtim dhe kulturë	2,8	98,9	99,1	100,0	100,2	100,1	100,0	100,2	100,1	100,1	100,2	100,2	100,9	101,7
10	Shërbimi arsimor	3,9	95,4	95,8	96,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
11	Hotele, kafene dhe restorante	2,6	99,1	99,2	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1	100,1	100,1	100,1
12	Mallra dhe shërbime të ndryshme	4,9	99,9	99,7	100,6	100,2	100,4	100,0	100,0	100,1	100,1	100,2	100,3	100,2	100,0

Tab. 2 Ndryshimet vjetore të Indeksit të Çmimeve të Konsumit

%

Kodi	Grupet	07-15/07-14	08-15/08-14	09-15/09-14	10-15/10-14	11-15/11-14	12-15/12-14	01-16/01-15	02-16/02-15	03-16/03-15	04-16/04-15	05-16/05-15	06-16/06-15	07-16/07-15
Gjithsej		1,3	1,9	2,2	2,1	2,1	2,0	1,5	0,2	0,3	0,3	0,7	1,2	1,9
1	Ushqime dhe pije joalkoolike	2,4	4,2	4,9	5,5	5,9	5,1	4,3	2,2	2,2	2,0	2,3	2,7	4,3
2	Pije alkoolike dhe duhan	6,6	6,7	6,9	6,1	3,3	3,3	3,3	2,6	2,6	1,7	1,6	1,4	1,7
3	Veshje dhe këpucë	-1,0	-1,6	-2,1	-3,7	-4,0	-3,2	-3,7	-3,4	-2,3	-2,3	-1,9	-1,5	-1,3
4	Qira, ujë, lëndë djegëse dhe energji	-0,3	-0,3	-0,2	-1,4	-1,7	-2,0	-1,3	-1,3	-0,9	0,5	0,5	0,2	0,0
5	Mobililje, paisje shtëpie dhe mirëmbajtje e shtëpisë	-0,1	-0,1	-0,4	-0,3	0,0	0,6	0,9	1,1	0,7	0,8	0,7	0,9	1,0
6	Shëndeti	-0,8	-0,9	-0,6	-0,5	-1,3	-0,9	-1,6	-2,2	-2,2	-2,5	-2,8	0,5	0,1
7	Transporti	-0,9	-1,9	-2,5	-2,1	-2,8	-0,6	-2,5	-4,1	-4,5	-5,3	-4,7	-3,6	-3,3
8	Komunikimi	1,7	0,6	0,0	0,0	-0,8	-1,1	-1,1	-1,0	-0,7	-1,1	-1,2	-1,0	-1,2
9	Argëtim dhe kulturë	0,1	0,2	0,4	1,0	1,0	1,1	1,2	0,7	0,8	0,9	0,8	1,6	2,8
10	Shërbimi arsimor	10,1	10,4	10,5	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8
11	Hotele, kafene dhe restorante	0,3	0,5	0,8	0,6	0,7	1,1	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0
12	Mallra dhe shërbime të ndryshme	-0,7	-0,7	-0,1	-0,6	-0,1	-0,2	-0,1	0,2	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	0,1

Tab. 3 Ndryshimet mujore të Indeksit të Çmimeve të Konsumit

Kodi	Grupet	07-15	08-15	09-15	10-15	11-15	12-15	01-16	02-16	03-16	04-16	05-16	06-16	07-15
	Gjithsej	-0,7	0,8	0,6	0,01	-0,3	0,6	0,9	1,1	0,4	-0,4	-1,2	-0,6	0,1
1	Ushqime dhe pije joalkoolike	-1,5	2,0	1,2	-0,1	-0,6	1,3	2,5	3,3	1,1	-1,1	-3,4	-1,9	0,1
2	Pije alkoolike dhe duhan	-0,3	0,2	0,0	0,1	-0,2	0,6	0,5	0,3	0,4	-0,4	0,1	0,1	0,0
3	Veshje dhe këpucë	-0,5	-0,9	0,1	0,8	0,5	0,2	-0,6	-1,3	0,4	-0,1	0,1	-0,1	-0,3
4	Qira, ujë, lëndë djegëse dhe energji	0,0	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1
5	Mobillje, pajisje shtëpie dhe mirëmbajtje e shtëpisë	0,1	0,1	-0,2	-0,1	0,1	0,5	0,3	0,0	-0,3	0,2	0,0	0,0	0,2
6	Shëndeti	0,4	0,0	0,3	0,2	-0,5	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	-0,2	0,2	0,0
7	Transporti	0,4	-0,7	-0,8	0,0	-1,2	0,0	-3,3	-0,9	0,5	0,0	0,9	1,5	0,8
8	Komunikimi	0,0	-1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	-0,4	0,0	0,2	-0,1
9	Argëtim dhe kulturë	-0,4	0,2	0,9	0,2	-0,1	-0,1	0,2	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,7	0,8
10	Shërbimi arsimor	0,0	0,4	0,5	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
11	Hotele, kafene dhe restorante	0,0	0,2	0,8	0,0	-0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
12	Mallra dhe shërbime të ndryshme	-0,4	-0,2	0,9	-0,4	0,2	-0,4	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,1	0,0	-0,2

%

Metodologjia

Indeksi i Çmimeve të Konsumit (IÇK), duke filluar nga muaji Janar 2016 llogaritet me shportën e re të artikujve, peshat e të cilave janë llogaritur bazuar në shpenzimet e Anketës së Buxhetit të Familjes, realizuar nga INSTAT gjatë vitit 2014. Muaji Dhjetor 2015 shërben si periudhë bazë për llogaritjen e indeksit (Dhjetor 2015 = 100). Ndryshimi i mëparshëm i shportës së artikujve është bërë në muajin Janar të vitit 2007, ku numri total i artikujve u rrit nga 262 në vitin 2002 në 271 artikuj. Në shportën e re numri total i artikujve është 333. Indeksi llogaritet dhe publikohet duke përdorur strukturën e Klasifikimit të Shpenzimeve sipas Qëllimit (ECOICOP) me 12 grupe kryesore, tërësisht të përputhshëm me klasifikimin e shpenzimeve që përdor EUROSTAT.

Ashtu si indeksi i mëparshëm edhe indeksi i ri do të mbulojë gjithë territorin e vendit (koncepti i peshave). Çdo produkt përfaqësohet në indeks me tre lloje peshash : pesha e produktit në nivel vendi, pesha e produktit në nivel qarku dhe pesha gjeografike. Indeksi do të vazhdojë të publikohet në nivel vendi. Çmimet do të mbliidhen në zonën urbane në 11 qarqe, përjashtuar qarkun e Kukësit i cili në indeks përfaqësohet nga qarku i Dibrës.

Për llogaritjen e Indeksit të Çmimeve të Konsumit në Shqipëri përdoret formula e Laspeyres:

$$I_{0,i}^t = \frac{\sum_i P_i^t * Q_i^0}{\sum_i P_i^0 * Q_i^0}$$

Peshat (w = P*Q) e periudhës bazë janë përdorur për llogaritjen e indeksit:

$$I_{0,i}^t = \sum_i w_i * \left(\frac{P_i^t}{P_i^0} \right)$$

Në mënyrë më të detajuar, çmimi relativ është llogaritur për çdo produkt dhe çdo qark duke përdorur mesataren gjeometrike :

$$PR_{t-1,ij}^t = \prod_{k=1}^n \left(\frac{P_{ijk}^t}{P_{ijk}^{Dec(t-1)}} \right)^{1/n}$$

Lidhja zinxhir me indeksin e muajit Dhjetor të vitit të mëparshëm jep çmimin relative krahasuar me periudhën bazë.

$$PR_{0,ij}^t = PR_{0,ij}^1 * \dots * PR_{Dec(t-1),ij}^t$$

IÇK rajonale llogaritet si më poshtë.

$$RIÇKI_{i,0}^t = \sum_i r_{ij} * PR_{0,ij}^t$$

Çmimet relative agregohen me peshat gjeografike për të formuar indekset e çdo produkti për gjithë Shqipërinë.

$$I_{0,i}^t = \sum_j r_{ij} * PR_{0,ij}^t \quad \text{ku:} \quad \sum_j r_{ij} = 1 \quad : \quad \forall_i \text{ (për të gjitha rastet)}$$

Agregimi për të gjitha produktet jep IÇK e Shqipërisë:

$$IÇK_0^t = \sum_i w_i * I_{0,i}^t \quad \text{ku:} \quad \sum_i w_i = 1$$

Ndryshimi vjetor mat ndryshimin e indeksit të çmimeve midis muajit korrent me të njëjtin muaj të vitit të mëparshëm. Ky ndryshim është rrjedhojë e ndryshimeve korente në nivelin e çmimeve por mund të ndikohet edhe nga efektet e papërsëritshme të cilitdo muaj.

$$\text{Ndryshimi vjetor} = \left(\frac{I_{m_t}^{y_t}}{I_{m_t}^{y_{(t-1)}}} - 1 \right) * 100$$

Ndryshimi mujor mat ndryshimin e indeksit të çmimeve të muajit korrent me muajin e mëparshëm. Ky tregues është i ndjeshëm nga efektet sezonale.

$$\text{Ndryshimi mujor} = \left(\frac{I_{m_t}^{y_t}}{I_{m_{(t-1)}}^{y_t}} - 1 \right) * 100$$

Ndryshimi mesatar 12 mujor mat ndryshimin e indeksit mesatar të konsumit në 12 muajt e fundit me indeksin mesatar të 12 muajve të mëparshëm.

$$\text{Ndryshimi mesatar vjetor} = \left(\frac{I_{mes}^{y_t}}{I_{mes}^{y_{(t-1)}}} - 1 \right) * 100$$

Legjenda:

P çmimi

PR çmimi relativ

I indeksi

IÇK Indeksi i Çmimeve të Konsumit

t periudha korente t

t=0 periudha bazë 0

r peshat gjeografike

w peshat e produkteve

j numri i prefekturave

i numri i produkteve

$I_{m_t}^{y_t}$ indeksi mujor i vitit korent

$I_{m_t}^{y_{(t-1)}}$ indeksi mujor i vitit të mëparshëm

$I_{m_{(t-1)}}^{y_t}$ indeksi i muajit të mëparshëm të vitit korent

$I_{mes}^{y_t}$ indeksi mesatar i vitit korent

$I_{mes}^{y_{(t-1)}}$ indeksi mesatar i vitit të mëparshëm