

---

При использовании материалов органа государственной статистики  
в средствах массовой информации ссылка на источник обязательна

---

### **Об изменении потребительских цен в марте 2019 года**

В марте т. г. на потребительском рынке Кировской области цены на товары и услуги выросли в среднем на 0,2%, с начала года – на 0,9%.

Прирост цен на продовольственные товары за месяц составил 0,3%. Заметное влияние на динамику цен оказало удорожание плодоовощной продукции. Так, за месяц стали дороже капуста белокочанная – на 45,9%, лук – на 26,5%, морковь – на 19,1%, картофель – на 7,4%, бананы – на 6,3%, свекла – на 3,8%. В то же время подешевели огурцы (на 18%), помидоры (на 5%), апельсины (на 3,5%) и чеснок (на 3,1%). Отмечен рост цен на большинство видов крупяных и макаронных изделий: пшено – на 10,3%, крупа гречневая – ядрица – на 5%, макаронные изделия – на 3,9%, вермишель – на 3,5%, горох и фасоль – на 3,4%. Среди других наблюдаемых продуктов питания зафиксировано снижение цен на яйца куриные на 8,9%.

Непродовольственные товары за месяц подорожали на 0,4%. В группе строительных материалов стали дороже металлочерепица (на 3,8%), краски масляные, эмали отечественные (на 2,6%), тогда как доски обрезные и кирпич красный подешевели на 2,2% и 1,4% соответственно. Повышение цен на 2,4 – 1,7% отмечено и на отдельные виды сезонных товаров: спортивные костюмы для взрослых и детей школьного возраста, сапоги цельнорезиновые для детей и взрослых.

Тарифы на услуги населению за месяц увеличились на 0,02%. В сфере услуг зарубежного туризма дороже стали обходиться туры на отдых в Таиланд на 4,2% и экскурсионные поездки во Францию – на 1,8%; туры в Китай подешевели на 3,2%. Среди других наблюдаемых видов услуг на 4,2 – 2% выросла стоимость мойки легкового автомобиля, изготовления фотографий для документов, проезда в междугородном автобусе, проживания в гостинице. Одновременно на 4,6% снизились взносы на капитальный ремонт.

Территориальный орган Федеральной службы  
государственной статистики по Кировской области