

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ
(РОССТАТ)**

ПРИКАЗ

30 декабря 2014 г.

№ 734

Москва

**Об утверждении Официальной статистической методологии
организации статистического наблюдения
за потребительскими ценами на товары и услуги
и расчета индексов потребительских цен**

В соответствии с подпунктом 5.2 Положения о Федеральной службе государственной статистики, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2008 г. № 420, **п р и к а з ы в а ю:**

1. Утвердить прилагаемую Официальную статистическую методологию организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, и ввести ее в действие с 1 января 2015 г.

2. С введением в действие указанной в пункте 1 настоящего приказа Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен признать утратившими силу:

постановление Росстата от 30 декабря 2005 г. № 110 «Об утверждении «Методологических положений по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен»;

приказ Росстата от 28 августа 2012 г. № 467 «Об утверждении

изменений в Методологические положения по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен, утвержденные постановлением Росстата от 30 декабря 2005 г. № 110».

Руководитель

А.Е. Суринов

УТВЕРЖДЕНА
приказом Росстата
от «30» декабря 2014г. № 734

**Официальная статистическая методология
организации статистического наблюдения
за потребительскими ценами на товары и услуги
и расчета индексов потребительских цен**

Москва 2014 г.

Оглавление

Введение.....	4
I. Общие положения.....	4
II. Область применения показателей статистики потребительских цен.....	6
III. Охват индекса потребительских цен.....	7
IV. Основные этапы организации статистического наблюдения за потребительскими ценами.....	8
4.1. Отбор населенных пунктов.....	9
4.2. Отбор базовых организаций торговли и сферы услуг.....	10
4.3. Формирование потребительского набора товаров и услуг и отбора их видов с конкретными потребительскими свойствами.....	13
4.4. Порядок регистрации цен и тарифов на отдельные виды товаров и услуг.....	20
4.5. Замена товаров (услуг) и объектов наблюдения при регистрации потребительских цен.....	24
4.5.1. Замена товара (услуги)-представителя.....	24
4.5.2. Замена объекта наблюдения (базовой организации).....	27
4.5.3. Методы формирования отсутствующих цен в случае замены товаров (услуг) и объектов наблюдения.....	28
4.6. Особенности наблюдения за ценами на сезонные товары.....	31
4.7. Проверка достоверности информации об уровнях потребительских цен.....	35
V. Классификаторы, используемые при расчете индекса потребительских цен.....	36
VI. Расчет показателей статистики потребительских цен.....	38
6.1. Этапы расчета индекса потребительских цен.....	38
6.2. Порядок формирования весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги...	39
6.2.1. Формирование структуры потребительских расходов населения, используемой в качестве весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги по субъекту Российской Федерации.....	40
6.2.2. Формирование структуры потребительских расходов населения, используемой в качестве весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги по Российской Федерации (федеральному округу).....	44

6.3. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен.....	46
6.3.1. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен по субъекту Российской Федерации.....	46
6.3.2. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен по Российской Федерации (федеральному округу).....	50
6.4. Расчет индекса потребительских цен к различным базисным периодам.....	52
6.5. Базовый индекс потребительских цен.....	55
6.6. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги...	56
6.6.1. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги по субъекту Российской Федерации.....	56
6.6.2. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации (федеральному округу).....	57
6.7. Исчисление стоимости наборов товаров и услуг.....	58
Краткий глоссарий.....	60

Введение

Целью настоящей Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен (далее – Методология) является определение порядка наблюдения за потребительскими ценами (тарифами) на товары и услуги, алгоритмов исчисления средних цен и индексов потребительских цен на территории Российской Федерации. Методология распространяется на отношения, связанные со статистической деятельностью по проведению федерального статистического наблюдения за ценами на потребительские товары и услуги, обработку и хранение первичных статистических данных, формирование официальной статистической информации, и является обязательной для использования территориальными органами Росстата.

Настоящий документ является переработанной и дополненной версией Методологических положений по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен, утвержденных постановлением Росстата от 30 декабря 2005 г. № 110.

Методология подготовлена с учетом рекомендаций, изложенных в «Резолюции об индексах потребительских цен», принятой 17-ой Международной конференцией статистиков труда, а также «Руководства по индексу потребительских цен», разработанного МОТ, МВФ, ОЭСР, Евростатом, ЕЭК ООН и Всемирным банком.

Основные методологические принципы наблюдения за потребительскими ценами разработаны с учетом положений Федерального закона от 29 ноября 2007 г. № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации».

I. Общие положения

Наблюдение за ценами и расчет индексов потребительских цен осуществляется ежемесячно в рамках Федерального плана статистических работ, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № 671-р.

Федеральное статистическое наблюдение за уровнем и динамикой потребительских цен осуществляется с применением методологии и инструментария, которые, в соответствии с подпунктом 5.2 Положения о Федеральной службе государственной статистики, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2008 г. № 420, разрабатываются и утверждаются Росстатом.

Информации о весах, индивидуальных индексах и средних потребительских ценах на наблюдаемые виды товаров и услуг размещается на официальном сайте Росстата в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет).

Расчитанные и опубликованные ежемесячные данные об индексах потребительских цен на товары и услуги являются официальной статистической информацией и не подлежат корректировке.

Данные о потребительских ценах на товары и услуги являются информационной основой формирования системы показателей статистики потребительских цен, включающей:

индекс потребительских цен и тарифов на товары и услуги (ИПЦ)¹ характеризует изменение во времени общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением. Он измеряет отношение стоимости фиксированного перечня товаров и услуг в ценах текущего периода к его стоимости в ценах предыдущего (базисного) периода;

базовый индекс потребительских цен (БИПЦ)¹ – в отличие от ИПЦ исключает краткосрочные неравномерные изменения цен под влиянием отдельных факторов, которые носят административный, а также сезонный характер и не связаны с общеэкономическим положением в стране;

изменение средних потребительских цен (тарифов) на отдельные виды товаров и услуг рассчитывается как соотношение цен в отчетном и предыдущем периодах. Изменение средних цен на товары отличается по своему экономическому содержанию от индексов цен на эти товары, т.к. учитывает не только ценовой фактор, но и структурные, ассортиментные сдвиги;

средняя потребительская цена (тариф)¹ на отдельный вид товара (услуги) – средняя величина из уровней цен на товар (услугу)-представитель, зарегистрированных в различных организациях торговли (сферы услуг). Средние цены формируются под влиянием многообразных ассортиментных, а также территориальных сдвигов, сезонных колебаний и других структурных факторов: появление новых и исчезновение старых товаров, изменение доли отдельных товаров с различным уровнем цен в объеме реализации, открытие (закрытие) организаций торговли или их перепрофилирование, территориальные сдвиги в размещении товаров с региональной дифференциацией цен, сезонные колебания цен и т.д.;

стоимость условного (минимального) набора продуктов питания определяется на основе единых весов (количества продуктов питания по видам) и фактических средних потребительских цен на них по России и субъектам Российской Федерации;

¹ Значение понятия приведено в целях настоящей Методологии.

стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения в целом по Российской Федерации и по субъектам Российской Федерации исчисляется на основе единого количества товаров и услуг, а также фактических средних потребительских цен по России и субъектам;

индекс стоимости жизни (ИСЖ)¹ – показатель, характеризующий отношение стоимости набора товаров и услуг в отдельных городах к среднероссийскому значению и позволяющий определить насколько один и тот же установленный набор потребительских товаров и услуг с едиными объемами их потребления в различных городах России дороже (или дешевле) по сравнению с данными в среднем по России, т.е. позволяет измерить соотношение стоимости жизни в этих городах с ее среднероссийским значением.

ИСЖ является обобщенным показателем, позволяющим охарактеризовать различия в расходах на приобретение определенного набора товаров и услуг **в пространстве** в фиксированный момент времени, в отличие от ИПЦ, который измеряет изменение общего уровня цен в стране или в определенных географических областях **во времени** (Методологические рекомендации по расчету индексов стоимости жизни в отдельных городах Российской Федерации утверждены приказом Росстата от 8 августа 2012 г. № 440).

II. Область применения показателей статистики потребительских цен

Индекс потребительских цен на товары и услуги (далее – ИПЦ) используется в качестве одного из важнейших показателей, характеризующих инфляционные процессы в стране, и может применяться в целях осуществления государственной финансовой и денежно-кредитной политики, анализа и прогноза ценовых процессов в экономике, изучения динамики социально-экономических явлений, пересмотра минимальных социальных гарантий населению, решения отдельных правовых споров и т.д.

ИПЦ используется при пересчете макроэкономических показателей из текущих цен в сопоставимые цены. Он исчисляется также с целью характеристики изменения потребительских расходов населения на товары и платные услуги в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом под влиянием изменения цен на эти товары и услуги по отдельным субъектам Российской Федерации и Российской Федерации в целом.

¹ Значение понятия приведено в целях настоящей Методологии.

Информация о средних потребительских ценах и тарифах на отдельные виды товаров и услуг используется:

в качестве дополнительного инструмента при анализе ценовой ситуации на потребительском рынке;

в соответствии с Федеральным законом от 24 октября 1997 г. № 134-ФЗ «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» при определении его величины как в целом по Российской Федерации, так и по ее субъектам;

для формирования стоимости наборов, исчисленных по различным нормам потребления:

стоимость условного (минимального) набора продуктов питания;

стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг.

III. Охват индекса потребительских цен

Индекс потребительских цен рассчитывается по Российской Федерации, федеральным округам и субъектам Российской Федерации.

Наблюдение за потребительскими ценами осуществляется в городах, расположенных на территории России во всех субъектах Российской Федерации.

ИПЦ строится для городского населения и посредством использования данных о потребительских расходах домашних хозяйств по категории «Все население» распространяется на общую численность населения России и субъектов Российской Федерации.

Наблюдение за потребительскими ценами строится на выборочной основе (отбор городов, объектов торговли и сферы услуг, товаров и услуг-представителей и их видов с конкретными потребительскими свойствами).

В выборочную базовую совокупность включаются организации торговли и сферы услуг всех форм собственности и организационно-правовых форм.

Регистрация цен осуществляется на товары и услуги массового спроса, приобретаемые населением для непроемственного потребления по трем основным группам: продовольственные товары, непродовольственные товары и услуги.

ИПЦ исчисляется с месячной периодичностью.

IV. Основные этапы организации статистического наблюдения за потребительскими ценами

Наблюдение за ценами и тарифами на товары и услуги на потребительском рынке и расчет индекса потребительских цен включает в себя следующие **этапы работы**:

отбор населенных пунктов, в которых организуется наблюдение за потребительскими ценами на товары и услуги;

отбор базовых организаций торговли и сферы услуг, в которых осуществляется регистрация цен и тарифов на товары и услуги;

отбор товаров (услуг)-представителей;

отбор товаров с конкретными потребительскими свойствами;

регистрация цен и тарифов;

формирование системы весов для расчета средних цен и индексов потребительских цен на товары и услуги;

расчет индексов потребительских цен на отдельные виды и группы товаров и услуг, а также сводного ИПЦ на все товары и услуги;

расчет средних цен (тарифов) на товары и услуги;

подготовка ценовой информации для стоимостной оценки потребительской корзины, на базе которой осуществляется определение величины прожиточного минимума;

расчет стоимости различных наборов потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения;

проверка достоверности информации об уровнях потребительских цен.

Расчет ИПЦ производится на базе информации, полученной из **двух источников**:

данных о потребительских ценах на товары и услуги, зарегистрированных в каждом отчетном периоде;

данных о фактических потребительских расходах домашних хозяйств за два смежных года, которые являются основным источником информации для формирования весов при расчете ИПЦ.

4.1. Отбор населенных пунктов

Наблюдение за потребительскими ценами проводится на территории **всех субъектов Российской Федерации.**

Отбор городов (в субъектах Российской Федерации) для наблюдения за ценами осуществляется территориальными органами государственной статистики в соответствии со следующими критериями:

наблюдение за потребительскими ценами организуется в столицах республик, центрах краев, областей, автономной области, автономных округов, городах федерального значения;

в выборочную совокупность включаются районные центры (города, поселки городского типа, далее – «города»), отобранные с учетом их представительности в отражении социально-экономического и географического положения регионов и степени насыщенности потребительского рынка товарами и услугами;

общее число обследуемых населенных пунктов в субъекте Российской Федерации, как правило, должно составлять 2-4 города;

города, отобранные для наблюдения за ценами, должны отражать географические и экономические особенности региона и располагаться в различных его частях;

в выборку не должны включаться города, расположенные в непосредственной близости друг от друга и от территориального центра, если уровни и динамика цен в этих городах не имеют принципиальных различий;

отобранные для наблюдения за ценами города должны характеризоваться наличием устойчивого наполнения потребительского рынка товарами и услугами, входящими в их перечень, принятый для ежемесячной регистрации цен;

численность населения городов, отобранных для ежемесячного наблюдения за ценами, суммарно должна составлять не менее 35% городского населения субъекта Российской Федерации.

На основании выработанных критериев формируется **перечень населенных пунктов**, в которых осуществляется сбор информации об уровне потребительских цен и тарифов на товары и услуги.

4.2. Отбор базовых организаций торговли и сферы услуг

Наблюдение за ценами и тарифами на товары и услуги осуществляется в организациях торговли, сферы услуг и общественного питания, а также на розничных рынках и ярмарках, реализующих их на регулярной основе в стационарных торговых объектах и в нестационарных (палатки, киоски и т.д.), принадлежащих как юридическим, так и физическим лицам.

Отбор базовых организаций торговли и сферы услуг, а также других объектов наблюдения за ценами проводится специалистами территориальных органов государственной статистики в каждом городе, где организовано наблюдение за потребительскими ценами.

При формировании выборочной совокупности организаций торговли и сферы услуг соблюдаются следующие требования:

регулярность реализации отобранных для наблюдения товаров и видов услуг в базовых организациях;

включение в наблюдение организаций розничной торговли (исключая организации, осуществляющие розничную торговлю бывшими в употреблении товарами, кроме автомобилей), общественного питания и сферы услуг всех форм собственности и организационно-правовых форм;

включение в наблюдение городских розничных рынков, ярмарок и мест предоставления услуг, в которых торговля (обслуживание) осуществляется, как правило, физическими лицами, в частности, предпринимателями без образования юридического лица;

отбор организаций торговли и сферы услуг различных типов (малых, средних и крупных), расположенных как в центральной части города, так и на его окраинах, с тем, чтобы в наблюдение попали организации с различными условиями торговли;

отбор организаций, в которых осуществляется реализация товаров (услуг) с уровнем цен (тарифов), способным удовлетворить потребности широкого круга потребителей, без ограничений в возможности приобретения товара (услуги), т.е рассчитанные на массового потребителя;

включение в наблюдение объектов торговли (сферы услуг), цены на реализуемые товары и услуги в которых несколько выше или ниже среднего уровня, в количестве, пропорциональном объемам их продаж в общем объеме продаж, определенном на основе действующей статистической отчетности, административных данных, а также экспертной оценки сотрудников организаций торговли (сферы услуг). Подобные объекты включаются в наблюдение при условии, что на них приходится значительная доля товарооборота в городе и в них реализуются товары, по

потребительским свойствам и уровню цен, рассчитанные на массового потребителя;

в число наблюдаемых объектов не включаются организации торговли (сферы услуг), реализующие товары (услуги), уровень цен на которые в 2-3 раза превышает средний сложившийся их уровень на аналогичные товары. Например, не рекомендуется регистрировать цены в магазинах-салонах (бутиках), торгующих эксклюзивными моделями одежды или ультрамодной обувью престижных иностранных фирм, так как, помимо высокого уровня цен, поступление товаров в этих магазинах производится, как правило, небольшими по объему партиями, с постоянным обновлением ассортимента, что значительно затрудняет процесс отслеживания цен по сопоставимому кругу реализуемых товаров.

Для дальнейшей обработки информации о потребительских ценах составляется каталог (справочник) базовых организаций торговли и сферы услуг. В данный справочник в целях облегчения дальнейшей идентификации организаций заносятся полные их наименования (для ИП - фамилии предпринимателей), места нахождения (адреса), телефоны.

При осуществлении наблюдения на мелкооптово-розничных ярмарках (рынках) в каталог объектов наблюдения вносится информация обо всех наблюдаемых торговых точках, с указанием их местонахождения и торговой группы реализуемых товаров.

Если организация, отобранная для обследования, закрывается, перепрофилируется или теряет объемы продаж, подбирается другая, в которой ассортимент товаров, уровень цен, условия реализации товаров (услуг), аналогичны той, где ранее осуществлялась регистрация цен.

Формирование выборки организаций торговли и сферы услуг осуществляется при сочетании элементов вероятностной и направленной выборок.

Основным информационным источником формирования случайной выборки является база данных Генеральной совокупности объектов статистического наблюдения (БД ГС), включающая сведения об объектах федерального статистического наблюдения, прошедших государственную регистрацию и идентифицированных кодами по общероссийским классификаторам технико-экономической и социальной информации.

Для уточнения выборки предприятий торговли и сферы услуг в качестве информационных источников могут быть использованы также данные форм федерального статистического наблюдения, административные данные налоговых органов, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Для отбора организаций торговли и сферы услуг в каждом городе применяется комбинированная стратифицированная выборка по отдельным генеральным совокупностям:

организации торговли продовольственными товарами (N_i^1);
 организации торговли непродовольственными товарами (N_i^2);
 организации сферы услуг (N_i^3);
 индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговую деятельность потребительскими товарами и услугами (N_i^4).

Автономно для каждого отобранного города строится основа выборки организаций торговли и сферы услуг:

а) для генеральной совокупности N_i^1 – список крупных, средних и малых торговых организаций, ранжированный по показателю «Выручка от реализации продовольственных товаров».

б) для генеральной совокупности N_i^2 – список крупных, средних и малых торговых организаций, ранжированный по показателю «Выручка от реализации непродовольственных товаров».

в) для генеральной совокупности N_i^3 – список организаций сферы услуг, ранжированный по показателю «Выручка от реализации услуг».

г) для генеральной совокупности N_i^4 – список индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность, разбитый на 6 групп по основному виду деятельности (коду ОКВЭД - третий знак).

В случае если крупных и средних торговых организаций в отобранном городе не более 10, обследуется вся генеральная совокупность.

В отобранных городах с числом крупных и средних торговых организаций более 10, объем выборки в зависимости от количества торговых организаций в городе осуществляется в соответствии с процентом выборки, приведенным в Таблице 1.

Таблица 1

Объем выборки крупных, средних и малых организаций торговли (сферы услуг) в зависимости от их числа в базовом городе

<i>№ n/n</i>	<i>Группы по количеству организаций торговли (сферы услуг) в городе</i>	<i>Заданный объем выборки - n, в % от N_i^1; N_i^2; N_i^3</i>
1	до 10	100
2	от 11 до 300	30
3	от 301 до 1000	20
4	более 1000	10

Расчетный объем определяется по каждой совокупности N_i .

Например, расчетный объем выборки для совокупности N_i^1 определяется по формуле:

$$n_i = \frac{N_i^1 * n}{100}, \quad (1)$$

где:

- n_i - расчетный объем выборки в i -ом городе;
- N_i^1 - генеральная совокупность организаций торговли продовольственными товарами (основа выборки);
- n - заданный объем выборки, в %.

Шаг отбора для каждой основы выборки определяется делением общего количества торговых организаций, входящих в основу выборки на расчетный объем выборки для данной совокупности. При этом последний объект списка включается в выборку.

Объем выборки индивидуальных предпринимателей (N_i^4), занимающихся торговлей и оказывающих услуги, также планируется в зависимости от их количества в городе и проводится отдельно. В случае, если число индивидуальных предпринимателей составляет менее 1000, объем выборки будет равен 5%, а свыше 1000 - 2%.

На следующем этапе осуществляется анализ соответствия отобранных организаций торговли и сферы услуг требованиям, предъявленным к базовым организациям, и осуществляется коррекция выборки. В число базовых организаций добавляются сетевые магазины, если они не вошли в базовую совокупность путем случайного отбора.

Для проведения, в случае необходимости, замены базовых организаций производится отбор дополнительных организаций торговли (сферы услуг), в которых ассортимент товаров, уровень цен, условия их реализации идентичны имеющимся в организациях, включенных в основное наблюдение за ценами.

Выбранные для наблюдения за ценами объекты торговли и сферы услуг, в которых регулярно производится регистрация потребительских цен, считаются базовыми.

4.3. Формирование потребительского набора товаров и услуг и отбора их видов с конкретными потребительскими свойствами

Потребительский набор товаров и услуг, на основании которого осуществляется наблюдение за ценами и рассчитывается ИПЦ, представляет собой единую для всех субъектов Российской Федерации выборку групп товаров и услуг, наиболее часто потребляемых населением. Данный набор

разрабатывается Росстатом с учетом предложений территориальных органов государственной статистики, а также заинтересованных экономических ведомств и остается неизменным в течение определенного времени (не менее года).

В набор товаров и услуг, разработанный для наблюдения за ценами, включаются товары и услуги массового потребительского спроса, а также отдельные виды товаров и услуг необязательного пользования (легковые автомобили, ювелирные изделия из золота, деликатесные продукты и т.д.). Отбор позиций производится с учетом их относительной важности для потребления населением, представительности с точки зрения отражения динамики цен на однородные товары, устойчивого наличия их в продаже. Критерием для включения в набор **новых товаров и услуг** является доля товарных групп в общих потребительских расходах населения. Новые товары и услуги включаются в набор для наблюдения за потребительскими ценами с использованием метода отсекающего, т.е. при условии, что их доля составляет не менее **0,1%** от общих потребительских расходов населения.

Набор состоит из продовольственных товаров, непродовольственных товаров и услуг.

Каждая из перечисленных групп представлена подгруппами товаров и услуг, включающими в себя один или несколько товаров (услуг)-представителей.

Отбор товаров (услуг)-представителей для регистрации цен производится поэтапно **методом направленной выборки**.

Росстатом централизованно устанавливается перечень товаров и услуг-представителей, имеющих общее описание потребительских свойств.

Специалистами территориальных органов государственной статистики сбор данных о ценах и тарифах на товары и услуги-представители производится по отдельным видам товаров (услуг) с конкретными потребительскими свойствами, отбор которых осуществляется в каждом городе, где предусмотрено наблюдение.

В городах, отобранных для регистрации цен, сбором ценовой информации должен быть максимально охвачен весь перечень товаров (услуг)-представителей.

Исключение из наблюдения отдельных позиций допускается в случае систематического отсутствия на потребительском рынке некоторых городов отдельных видов товаров и услуг-представителей.

Специалисты территориальных органов государственной статистики в каждом городе, участвующем в наблюдении за потребительскими ценами, самостоятельно отбирают виды товаров с конкретными потребительскими свойствами из имеющегося в продаже ассортимента товаров данного

наименования, учитывая массовость спроса населения на них и регулярность наличия в продаже в базовой организации.

Отбор товаров конкретных марок, моделей, артикулов для регистрации цен осуществляется пропорционально объему их продаж и учитывается через количество ценовых котировок, включаемых в дальнейший расчет.

Определение доли продаж отдельных видов товаров проводится на основе опроса продавцов организаций торговли.

Количество собранных в ходе регистрации ценовых котировок с различным уровнем цен (тарифов) должны отражать реальную структуру покупок населением конкретных товаров (получения услуг) в организациях торговли (сферы услуг) с различными условиями их реализации и обеспечивать возможность определения реального уровня средних цен (тарифов) на каждый товар (услугу) в городе.

В крупных универсальных магазинах, расположенных в разных частях города и входящих в розничную сеть, проводится регистрация цен по широкому перечню товаров-представителей. При этом количество цен, зарегистрированных по каждой позиции набора товаров (услуг)-представителей в отобранных для наблюдения магазинах данной сети, должно репрезентативно отражать объем их реализации во всех магазинах данной сети, расположенных в городе.

На каждый товар (услугу)-представитель в городе осуществляется регистрация не менее 5 ценовых котировок.

По товарам-представителям, ассортимент которых достаточно разнообразен, а разброс цен на отдельные марки, модели, артикулы достаточно велик, регистрируется большее количество ценовых котировок, чем по товарам-представителям, которые представлены однородными позициями.

Исключение составляют отдельные виды услуг (электроэнергия, услуги почтовой связи, услуги городской телефонной связи, муниципальный городской транспорт и т.п.), на которые в городе действуют единые тарифы.

Необходимое количество котировок цен для конкретного товара (услуги)-представителя должно учитывать специфику структуры потребления населением в регионе, охват и насыщенность потребительского рынка товарами (услугами), уровень развития предприятий торговли и сферы услуг.

Расчет достаточного количества ценовых котировок в городе состоит из двух этапов.

На первом этапе определяется перечень товаров (услуг)-представителей, цены (тарифы) на которые регулируются органами

исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления. Для таких позиций количество ценовых котировок принимается равным единице.

На втором этапе рассчитывается количество котировок цен для всех остальных товаров (услуг)-представителей.

Количество ценовых котировок (K_j) определяется по формуле:

$$K_j = \frac{U_j \cdot W_j}{R_j} \cdot 1000, \quad (2)$$

где:

- K_j - количество ценовых котировок j -го товара (услуги), ($N_j \geq 5$);
- U_j - условная дисперсия цен j -го товара (услуги);
- W_j - вес j -го товара (услуги) в структуре потребительских расходов;
- R_j - показатель, оценивающий сложность регистрации ценовой котировки j -го товара (услуги).

Условная дисперсия (U_j) позволяет при отсутствии сплошного обследования потребительских цен оценить степень колебания цен на отдельные товары с конкретными потребительскими свойствами (ценовые котировки) в рамках товара (услуги)-представителя в городе.

Для определения значения условной дисперсии на первом этапе осуществляется расчет коэффициента вариации по следующей формуле:

$$V_j = \frac{\sigma_j}{\bar{x}_j} \cdot 100\%, \quad (3)$$

где:

- V_j - коэффициент вариации по j -му товару (услуге)-представителю;
- σ_j - среднее квадратическое отклонение цен на товары (услуги) от средней величины;
- \bar{x}_j - среднее арифметическое выборки ценовых котировок:

Среднеквадратическое отклонение цен на товары (услуги) рассчитывается по формуле:

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2}, \quad (4)$$

где:

\bar{x}_j - среднее арифметическое выборки ценовых котировок рассчитывается по формуле:

$$\bar{x}_j = \frac{x_{1j} + x_{2j} + \dots + x_{nj}}{n} = \frac{\sum_{j=1}^n x_j}{n}, \quad (5)$$

где:

$x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$ - ценовые котировки j -го товара (услуги)-представителя (элемент выборки);

n - количество зарегистрированных ценовых котировок.

На втором этапе для определения значения условной дисперсии (U_j) экспертно принимается следующая шкала однородности совокупности на основе расчетного коэффициента вариации, приведенная в Таблице 2.

Таблица 2

Шкала однородности совокупности на основе коэффициента вариации

<i>Коэффициент вариации $v_j, \%$</i>	<i>Степень однородности совокупности</i>	<i>Принимаемое значение показателя условной дисперсии U_j</i>
До 30	Однородная	1
30-60	Слабо разнородная	2
60-90	Умеренно разнородная	3
Более 90	Высоко разнородная	4

Представленная шкала однородности совокупности применима ко всем видам товаров и услуг, входящим в расчет ИПЦ.

Пример определения показателя условной дисперсии по отдельным видам товаров (услуг)-представителей представлен в Таблице 3.

Таблица 3

Пример определения показателя условной дисперсии по отдельным видам товаров (услуг)-представителей

№ n/n	Наименование товаров (услуг)- представителей	Объем выборки, n	Средняя цена, \bar{x}_j	Средне- квадратическое отклонение, σ_j	Коэффициент вариации в %, v_j	Условная дисперсия, U_j
1	2	3	4	5	6 = гр5/гр4*100	7
1	Картофель, кг	6	16,56	5,44	32,85	2
2	Капуста белокочанная свежая, кг	5	14,85	3,89	26,20	1
3	Печать цветных фотографий, шт.	5	7,10	0,22	3,15	1
4	Полотенце кухонное, шт.	7	47,56	17,03	35,81	2
5	Обувь домашняя с текстильным верхом для взрослых, пара	6	262,50	174,52	66,48	3

Показатель W_j соответствует доле товаров (услуг)-представителей в структуре потребительских расходов населения, которая используется для расчета ИПЦ в субъекте Российской Федерации.

Чем больше вес товара (услуги)-представителя в общей структуре потребительских расходов, тем больше будет влияние изменения его цены на итоговое значение ИПЦ, соответственно, для таких товаров (услуг) следует регистрировать большее количество котировок.

Показатель условной сложности регистрации котировки цены j -го товара (услуги) (R_j) является комплексным качественным показателем, зависящим как от характеристики самого товара (услуги)-представителя, так и от типа организации торговли (сферы услуг).

Значения показателя условной сложности регистрации оценивается экспертно по следующему принципу:

$R_j=1$ – «невысокая сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий простые характеристики, которые не подвергаются частым изменениям, и присутствующий в продаже практически в любой организации торговли (сферы услуг);

$R_j=2$ – «средняя сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий несложные характеристики и присутствующий в продаже, как правило, в средних, мелких и специализированных организациях торговли (сферы услуг);

$R_j=3$ – «высокая сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий сложные характеристики, которые часто

подвергаются изменениям, и присутствующий в продаже в специализированных организациях торговли (сферы услуг) или в труднодоступных торговых точках.

Показатели условной сложности регистрации цены конкретного товара (услуги)-представителя определяются специалистами, осуществляющими регистрацию цен, для каждого базового города, по согласованию со специалистами территориальных органов Росстата.

В Таблице 4 приведен пример расчета количества ценовых котировок на отдельные товары в городе N на основе данных об удельных весах в структуре потребления (W_j), условной дисперсии (U_j) и условной сложности регистрации (R_j).

Таблица 4

**Пример расчета количества ценовых котировок
на отдельные виды товаров (услуги)-представителей для города N**

№ n/n	Наименование товара	Условная дисперсия, U_j	Условная сложность регистрации цен, R_j	Удельный вес товара в общих потребительских расходах, W_j	Количество ценовых котировок	
					расчетное количество, K_j	принятое для регистрации цен
1	2	3	4	5	6 = (гр.3*гр.5) /гр.4* 1000	7
1	Картофель, кг	2	2	0,09643	9,64	10
2	Капуста белокочанная свежая, кг	1	1	0,07243	7,24	7
3	Обувь домашняя с текстильным верхом для взрослых, пара	3	1	0,00370	1,11	1

По аналогичной схеме производится оценка количества ценовых котировок, достаточного для обеспечения репрезентативности индексов цен.

При получении различных результатов количества котировок, необходимых для обеспечения надежности исчисления средних цен и индексов цен на товары (услуги)-представители, в наблюдение включается наибольший результат.

**4.4. Порядок регистрации цен и тарифов
на отдельные виды товаров и услуг**

Сбор ценовой информации, используемой для расчета индекса потребительских цен на товары и услуги, осуществляется специалистами территориальных органов государственной статистики на основе метода регистрации, проводимой по отобранному перечню товаров (услуг)-представителей в рамках выборочной совокупности базовых объектов и городов.

Регистрация цен и тарифов осуществляется:

ежемесячно – по полному перечню товаров (услуг)-представителей, принятому для расчета индекса потребительских цен, с **21 по 25 число** отчетного месяца. На товары и услуги, цены (тарифы) которых не подвержены резким изменениям, регистрация может быть проведена на один-два дня ранее установленного времени;

еженедельно (по понедельникам) – по ограниченному кругу товаров (услуг)-представителей, определенному соответствующими нормативными актами.

Регистрируемая в оперативном режиме (еженедельно) ценовая информация на товары (услуги)-представители, увязывается с ежемесячной регистрацией и должна проводиться на тех же объектах наблюдения.

Если сроки обеих регистраций совпадают, то информация по отдельным организациям торговли и сферы услуг, полученная в ходе еженедельной регистрации, может быть включена в массив информации, собираемой в ежемесячном режиме.

Регистрации подлежит **фактическая цена (тариф)** товара (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, имеющегося в свободной реализации на потребительском рынке и оплачиваемого наличными деньгами или посредством платежных карт.

Не подлежат регистрации цены на товары и услуги, реализуемые или предоставляемые на льготных условиях отдельным категориям граждан.

В наблюдение включаются как товары отечественного производства, так и импортные товары.

Цены на товары и услуги указываются в валюте Российской Федерации.

Ценовая информация может собираться различными способами:

а) сбор ценовой информации проводится специалистами территориальных органов государственной статистики, в основном, непосредственно в местах реализации товара (услуги) во время личного посещения.

Фиксируются цены, указанные на ценнике (ярлыке). При необходимости проводятся консультации с компетентными работниками базовых объектов.

Регистрация цен на товары-представители на розничных рынках, включая вещевые, осуществляется путем фиксирования их с ценников или по опросу продавцов.

б) при регистрации цен и тарифов могут быть использованы данные, полученные в результате запроса в сети Интернет. В частности, могут быть зарегистрированы данные о тарифах на жилищно-коммунальные услуги, данные о стоимости билетов на пассажирские перевозки на железнодорожном и авиационном транспорте, цены конкретных товаров из каталогов организаций розничной торговли и т.п.

При регистрации тарифов на услуги транспорта на сайтах компаний, цен на товары в Интернет-магазинах для обеспечения сопоставимости фиксируются тарифы без стоимости доставки. В течение года соотношение между количеством ценовых котировок, регистрируемых при посещении организаций торговли и сферы услуг и в сети Интернет остается постоянным.

в) некоторые виды услуг, условия предоставления которых являются стандартными, и на которые уровень цен (тарифов) фиксируется на определенный период времени (например, тарифы на жилищно-коммунальные услуги) ценовая информация может быть получена по телефону.

Ценовая информация, полученная по телефону, должна проверяться непосредственно во время посещения организаций, оказывающих услуги, не реже одного раза в шесть месяцев.

При сборе ценовой информации для расчета ИПЦ должна быть обеспечена возможность определения «чистого» изменения цен и исключено влияние на него различных структурных сдвигов, т.е. выполнено условие сопоставимости ценовых данных в отчетном и предыдущем периодах. Для обеспечения сопоставимости цен должен выполняться ряд требований:

соблюдение непрерывности наблюдения за ценами на товары (услуги)-представители в базовых городах в течение, как минимум, отчетного года;

ежемесячная регистрация цен (тарифов) на товары (услуги) должна осуществляться в одни и те же дни месяца, с условием, чтобы интервал в регистрации цен составлял месяц;

обеспечение регистрации цен на товар (услугу) за установленную единицу наблюдения.

Зарегистрированная цена товара в его фактической расфасовке пересчитывается на цену данного товара, соответствующую установленной единице измерения.

По товарным позициям, по которым наблюдается цена за набор предметов (например, комплект постельного белья), в случае, если в продаже присутствуют только отдельные предметы, предусмотренные в составе набора, цена его определяется как сумма цен отдельных предметов.

В ходе сбора ценовой информации должно быть обеспечено постоянное количество ценовых котировок на товар (услугу)-представитель, учитываемых в ИПЦ, на протяжении всего отчетного года.

Для товаров и услуг, на которые устанавливаются специальные цены (скидки), регистрация цен имеет определенные особенности.

Для учета в ИПЦ регистрации подлежат специальные цены на товары (услуги), имеющие временный характер или действующие в отдельных организациях торговли (сферы услуг) в случае выполнения следующих условий:

- сниженные цены доступны для всех категорий покупателей;

- информация о скидках доступна покупателям при совершении покупки;

- товары (услуги) пользуются спросом;

- скидки действуют в течение определенного времени (не менее недели). При этом необходимо учитывать, что после окончания периода действия скидок соответственно будет зафиксировано повышение цен.

Не подлежат регистрации специальные цены в том случае, если:

- скидки установлены в связи с окончанием срока реализации товара или на товары ненадлежащего качества (поврежденные, загрязненные, имеющие производственный дефект), а также на товарные остатки (последняя пара обуви и т.п.);

- скидки носят избирательный характер и предоставляются только отдельным категориям покупателей (пенсионерам, инвалидам, многодетным семьям и т.п.), а также в определенных организациях торговли (сферы услуг) при наличии карточки постоянного покупателя;

- кратковременные скидки, действующие менее недели (цены выходного дня, акции при открытии магазина, праздничные акции);

- скидки, применяемые только при покупке определенного количества товаров (при покупке двух одинаковых товаров и т.п.);

- цены снижены на все товары в связи с ликвидацией организации;

цены установлены на товары, реализуемые в магазинах распродаж, где периодически производится переоценка с дальнейшим их снижением.

Регистрация цен и тарифов на отдельные виды товаров и услуг, оказанных населению, осуществляется с использованием формы федерального статистического наблюдения №1-потребительские цены «Бланк регистрации потребительских цен и тарифов на товары и услуги», а также мобильных устройств сбора данных о ценах и тарифах.

Процедура регистрации цен за отчетный период в базовой организации включает:

поиск и нахождение товара (услуги) с конкретными потребительскими свойствами в соответствии с его детализированными характеристиками;

проверку неизменности детализированных характеристик товара с заданными параметрами;

сравнение и изучение возможных отклонений фактической характеристики товара от заданных параметров;

фиксацию цены на товар-представитель в случае его идентичности с товаром, на который была зарегистрирована цена в базисном периоде, или фиксацию цены на другой товар с аналогичными потребительскими свойствами, в случае незначительного отклонения его характеристики, не влияющего на качество товара-представителя;

подбор другого товара из однородной ассортиментной группы в случае отсутствия наблюдаемого товара с конкретными потребительскими свойствами;

проведение консультации с продавцом с целью определения представительности нового товара и спроса на него;

внесение информации о новом товаре и его подробных характеристиках в случае отсутствия товара, отобранного для наблюдения, в форму федерального статистического наблюдения или мобильное устройство;

регистрация цены на вновь отобранный товар за отчетный месяц и уточнение цены на него за предыдущий месяц.

Для идентификации товара (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, отобранного для наблюдения, специалист, осуществляющий наблюдение за ценами, должен дать его подробное описание, содержащее четкую и ясную характеристику.

В описании товара, например, следует указывать его название, страну-изготовитель, наименование торговой марки или фирмы-изготовителя, артикул, номер или наименование модели, состав сырья, расфасовку (вес), сорт, размер, вид упаковки, определенное качество (например, процент

жирности) и другие характеристики и признаки, позволяющие отличить данный товар от других. Кроме того, могут быть указаны специфические признаки товара, например, хлеб, нарезанный ломтиками, упакованный в герметичную упаковку и т.п.

Детализация описания товара должна обеспечить возможность безошибочного нахождения его в организации торговли при последующей регистрации цен не только специалисту, сделавшему запись в текущем месяце, но и вновь привлеченному к этой работе.

При отборе отдельных видов одежды и обуви для наблюдения за ценами отдается приоритет моделям традиционного направления, регистрацию цен на которые можно осуществлять в течение длительного периода, проводя, по мере необходимости, соответствующую замену в целях исключения устаревших моделей.

Собранная ценовая информация должна быть проанализирована и проверена до начала расчета индексов потребительских цен, а также средних цен (тарифов).

4.5. Замена товаров (услуг) и объектов наблюдения при регистрации потребительских цен

Для осуществления расчетов ИПЦ необходимы непрерывные ряды цен по каждому виду товаров (услуг)-представителей.

В ходе наблюдения за потребительскими ценами в отдельных случаях не представляется возможным осуществлять их регистрацию на одни и те же товары (услуги) с конкретными потребительскими свойствами на протяжении длительного времени в базовой организации торговли (услуги).

В этом случае возникает необходимость восполнения недостающей цены в отчетном периоде, в частности путем замены товара (услуги) или базовой организации торговли (сферы услуг).

4.5.1. Замена товара (услуги)-представителя в случае:

исчезновения его из продажи в базовой организации торговли (сферы услуг) заключается в замещении товара (услуги) с конкретными потребительскими свойствами исчезнувшего в текущем периоде в наблюдаемой организации торговли (сферы услуг) на товар аналогичного, максимально близкого по качеству и другим потребительским свойствам товара (услуги) в той же базовой организации.

Отсутствие реализации товара (услуги) в конкретной организации торговли (сферы услуг), в которой производится сбор ценовой информации,

может быть связано с рядом причин, в том числе с прекращением его производства или поставок, а также с изменением предлагаемого к реализации ассортимента.

Исчезновение товара (услуги) из продажи может носить как временный, так и постоянный характер.

Информация о ценах на товар (услугу) может считаться **постоянно отсутствующей**, если длительное время (более двух месяцев) не осуществляется реализация наблюдаемого товара (услуги) в базовой организации без перспективы ее возобновления в будущем.

Таким образом, этот товар (услуга) становится постоянно недоступным для наблюдения за ценами на него.

В целях обеспечения сопоставимости временных рядов цен для заменяемых товаров (услуг) должна быть получена ценовая информация за предыдущий период.

Товар может рассматриваться как **временно отсутствующий**, если есть вероятность возобновления реализации товара (услуги) в базовой организации торговли (сферы услуг).

Товары с конкретными потребительскими свойствами, участвующие в наблюдении за ценами, могут временно отсутствовать вследствие причин, связанных с прекращением их выпуска из-за перебоев в поставке сырья, отсутствием спроса на продукцию, трудностей с транспортными перевозками и т.п. В этих случаях данные о ценах на указанные товары могут отсутствовать в отчетном периоде, но при этом имеются сведения о том, что их реализация может быть возобновлена в будущем.

Временно могут отсутствовать товары, имеющие сезонный характер производства и реализации. Такие товары ежегодно исчезают примерно в одно и то же время, благодаря чему их отсутствие в большей степени предсказуемо. Примерами этого являются некоторые виды овощей и фруктов, одежды и обуви, спортивного инвентаря и т.д., в этом случае используются методы определения недостающих цен.

замены морально устаревшего товара (услуги)-представителя, реализация которого существенно сокращается, на новый в базовой организации торговли (сферы услуг).

Наиболее часто подобная замена требуется при наблюдении за ценами на товары наиболее динамично развивающихся секторов потребительского рынка: средства связи, вычислительная техника, телерадиотовары, сложная бытовая техника, а также одежда и обувь, подверженные изменениям в связи с требованием моды.

Для товаров, характеризующихся быстрой обновляемостью моделей и совершенствованием потребительских характеристик, рекомендуется производить целенаправленные замены, не ожидая полного исчезновения товара из продажи.

Так, например, для товаров-представителей, входящих в группы: средства связи, бытовая техника, телерадиотовары и т.п., необходимо осуществлять частичную ротацию наблюдаемых товаров с конкретными потребительскими свойствами несколько раз в год, например, ежеквартально.

Как правило, новые товары поступают в продажу по высоким ценам. Затем по мере насыщения рынка цены на них снижаются, а их заключительная распродажа может проходить по особенно низким ценам.

Начинать наблюдение за ценами на новую модель товара целесообразно с момента появления ее на потребительском рынке, а включать в расчеты средних цен и индексов цен данные о зарегистрированных ценах на нее – в период массовой продажи, т.е. когда реализация товара производится повсеместно, а не в отдельной наблюдаемой организации торговли. При этом необходимо проводить своевременную замену устаревших (в том числе и морально) моделей, потерявших свою стоимость вследствие появления на рынке новых товаров такого же функционального назначения.

Принимать решение о замене устаревшей модели товара на новую, аналогичного потребительского назначения, рекомендуется на основании консультации с продавцом этого товара.

В ходе наблюдения за потребительскими ценами в рамках товара (услуги)-представителя следует собирать данные о ценовых котировках на более широкий, чем включается в расчет ИПЦ, круг товаров (услуг) с конкретными потребительскими свойствами. Эта дополнительная совокупность товаров (услуг) может быть использована в качестве информационной базы при подборе замены в случае прекращения реализации наблюдаемого товара (услуги).

замены товаров (услуг), признанных постоянно отсутствующими, или при введении в наблюдение новых товаров (услуг), заменяющих морально устаревшие их виды, необходимо учитывать изменения качественных характеристик этих товаров (услуг), которые находят свое отражение в цене.

При проведении замены товара (услуги) из цены заменяющего товара исключается та ее часть, которая связана с изменением качественных характеристик, с последующей корректировкой цен заменяемого или заменяющего товара.

Игнорирование проблемы учета изменения качества в цене, заменяющего и заменяемого товаров (услуг) может привести к систематической ошибке в собираемой ценовой информации и искажению индекса потребительских цен.

4.5.2. Замена объекта наблюдения (базовой организации)

Замена объекта наблюдения (базовой организации) заключается в замещении базовой организации торговли (сферы услуг) при исчезновении из реализации товара (услуги) в ней в текущем периоде. При этом подбирается организация соответствующего класса и аналогичный товар такой же или, максимально близкий по потребительским свойствам, цены на которые наблюдались в базовой организации.

Замена организации может быть постоянной или временной.

Постоянная замена осуществляется:

а) при длительном отсутствии (более 2 месяцев) наблюдаемого товара (услуги) в базовой организации;

б) при закрытии на длительный период времени (более 2 месяцев) или ликвидации базовой организации.

В этих случаях производится исключение ее из числа наблюдаемых объектов и постоянное наблюдение за ценами на данный товар (услугу) должно быть организовано на другом объекте с обязательным восстановлением информации о его цене за предыдущий период.

Временная замена базовой организации может быть проведена на короткий период (1-2 месяца) при сохранении ее в числе наблюдаемых объектов в случае, если ожидается продолжение реализации в ней отсутствующего в текущем периоде товара (услуги), или в случае, когда данная организация закрывается на короткий срок.

По сезонным товарам возможно сохранение базовой организации при отсутствии в ней наблюдаемого товара в течение более длительного периода времени (до 6 месяцев).

Обязательным условием для организации наблюдения на новом объекте является однотипность его по сравнению с ранее наблюдаемой базовой организацией, идентичность в этих организациях условий реализации товаров (услуг), а также сопоставимость в них уровня цен на данный товар (услугу). При этом необходимым требованием является восстановление для заменяющего товара цены за предыдущий период.

Недопустимо механическое сопоставление цены товара в одной организации с ценой близкого по потребительским свойствам товара в другой организации торговли. Такое сопоставление может быть

осуществлено только после анализа условий реализации товара и с учетом влияния их различий на цену товара.

4.5.3. Методы формирования отсутствующих цен в случае замены товаров (услуг) и объектов наблюдения

Метод условно-исчисленных цен предполагает, что цена на отсутствующий товар изменяется так же, как и на идентичный с ним товар, на несколько схожих товаров или на все товары в рамках товара-представителя (малой товарной группы).

В зависимости от источника информации о динамике цен этот метод можно подразделить на несколько направлений:

а) *расчет условно-исчисленной цены на основе изменения цен на идентичный товар* – условная цена рассчитывается с использованием среднего изменения не на все зарегистрированные товары группы, а только на тот, который может рассматриваться как наиболее близкий к заменяемому товару.

б) *расчет условно-исчисленной цены на основе среднего изменения цен по нескольким товарам, идентичным заменяемому*. При использовании метода сначала рассчитывается средняя величина изменения цен (элементарный агрегат) на несколько товаров с конкретными потребительскими свойствами (ценовых котировок), регистрируемых в городе в рамках товара-представителя, близких по качественным характеристикам с заменяемым товаром. Это значение изменения затем используется для условного исчисления цены заменяемого товара.

в) *расчет условно-исчисленной цены на основе среднего изменения цен по малой товарной группе*. При использовании метода сначала рассчитывается средняя величина изменения цен (элементарный агрегат) на все зарегистрированные в городе в рамках товара-представителя ценовые котировки без учета заменяемого товара. Затем это значение изменения цен используется для исчисления условного изменения цен на заменяемый товар, отсутствующий в отчетном месяце.

Метод расчетных цен при замене товара применим при определении как цен базисного, так и отчетного периодов.

Метод совмещения или перекрытия применяется в тех случаях, когда отсутствует информация, позволяющая количественно оценить влияние изменения качественных характеристик на цену заменяющего товара, однако в момент регистрации цен в базовой организации торговли одновременно присутствуют в продаже как заменяющий, так и заменяемый товары.

Разница в цене между заменяющим и заменяемым товаром в период совмещения используется в качестве показателя различия в качестве, т.е. при применении данного метода предполагается, что вся разница в цене между товарами связана с различием в качестве.

Метод сопоставимой замены применяется в случае, когда заменяющий товар обладает качественными характеристиками, аналогичными заменяемому товару, а любые имеющие место изменения цены признаются не относящимися к влиянию изменения качества. Например, при замене телевизора на новую его модификацию, которая отличается от наблюдавшейся ранее несущественными деталями (вид пульта управления, расположением разъемов и т.п.). В этом случае цена заменяемого телевизора в предыдущем периоде непосредственно сопоставляется с ценой нового изделия.

Применение данного метода требует подробного анализа спецификации наблюдаемых товаров.

Указанный метод не может использоваться многократно, так как со временем качественные изменения заменяющего товара по сравнению с первоначальным становятся существенными. Постоянное использование метода может привести к завышению индекса цен.

Метод корректировки на количество может быть использован в том случае, когда замещающий товар отличается от замещаемого величиной какой-то физической характеристики, которая поддается количественному определению (например, изменение веса, размера, химического состава продукта).

Метод корректировки на количество применим, в основном, в том случае, когда цена товара изменяется пропорционально качественной характеристике.

Внесение поправок к ценам может осуществляться пропорциональной корректировкой цены замещаемого или замещающего товаров на основе соотношения количеств. В этом случае для проведения корректировки цены обоих товаров пересчитываются за единицу размера, веса или количества, а затем приводятся к установленной в наблюдении единице измерения.

Например, в текущем месяце в реализации отсутствует товар А в упаковке по 0,5 кг. Регистратор получил информацию от представителя торговой организации, что в дальнейшем товар А будет поступать в упаковках по 0,75 кг и 0,25 кг.

Пример использования метода корректировки на количество приведен в Таблице 5.

Таблица 5

Пример использования метода корректировки на количество

Вес упаковки товара А, кг	Вариант 1		Вариант 2	
	цена, рублей		цена, рублей	
	за упаковку	в пересчете за 1 кг	за упаковку	в пересчете за 1 кг
0,25	75	300	125	500
0,5	150	300	150	300
0,75	225	300	225	300

В варианте 1 при прямом сопоставлении цен товара в упаковке 0,75 кг и 0,5 кг индекс цен составил 150% $[(225/150 \times 100 = 150\%]$, а при сопоставлении цены исчезнувшего товара с ценой упаковки 0,25 кг – 50% $(75/150 \times 100 = 50\%)$.

Вместе с тем цены, с поправкой на количество (то есть цены, скорректированные с учетом размера упаковки) остались постоянными $[(225/150) \times (0,5/0,75) \times 100 = 100\%]$.

Таким образом, цена на товар изменяется пропорционально размерам упаковки. При пересчете на единицу веса (за 1 кг) цена остается одинаковой для всех видов упаковки. В этом случае может быть проведена замена исчезнувшего товара в упаковке по 0,5 кг на любой из представленных в продаже видов его упаковки.

В варианте 2 цена на товар в упаковке по 0,25 кг поступил по цене 125 рублей. В этом случае пропорциональность установления цен нарушена.

Соотношение размеров упаковки товара в предлагаемой к реализации их видов составило 3 раза $(0,75/0,25 = 3)$, а цен – 1,8 раза $(225/125 = 1,8)$. При пересчете на 1 кг веса при упаковке 0,75 кг цена товара А составила 300 рублей, при упаковке 0,25 кг – 500 рублей.

Таким образом, товар в очень маленькой упаковке с высокой ценой не может служить адекватной заменой этого же товара в более крупной упаковке. В этом случае следует выбрать для замены исчезнувшего товара упаковку 0,75 кг или применить описанные ранее методы.

Метод замены товаров без корректировки цены предполагает, что любое изменение цены заменяющего товара в текущем периоде и ценой заменяемого товара в предшествующем периоде может быть отнесено к изменению качества. В этом случае замещающий товар считается новым и его цена в базисном периоде принимается равной цене отчетного периода, а индекс цен равным 100%.

Метод применяется в случаях, когда сопоставимые по качеству заменяющие товары отсутствуют, а разница цен между заменяемым и заменяющим товарами, имеющими различный базисный период цен, относительно велика. При этом невозможно определить, какая часть различия в ценах заменяющего и заменяемого товаров обусловлена

изменениями цен, а какая - изменениями качества. Метод полностью относит его на счет качества, сохраняя цену постоянной.

Метод экспертной оценки основан на оценке несколькими экспертами (товароведами, менеджерами организаций торговли, специалистами территориальных органов государственной статистики, осуществляющими регистрацию цен) влияния изменения качества заменяющего товара на его цену при сравнении ее с ценой заменяемого товара.

В том случае, когда заменяющий товар стоит дороже, чем товар, который он заменяет, при формировании сопоставимой цены базисного периода может быть применен гибкий поправочный коэффициент к цене, который показывает, какая часть разницы (возможно вся разница или нулевое ее значение) в ценах по оценке экспертов может быть отнесена к влиянию качественной составляющей, а какая - к непосредственно изменению цены.

В случае незначительных отклонений в оценке экспертов следует ориентироваться на среднее ее значение.

Метод дублирования цены предполагает повторение последней зарегистрированной цены на товар (услугу) при ее отсутствии в организации торговли (сферы услуг) в отчетном периоде. Применение данного метода возможно в течение непродолжительного периода времени (не более 2 месяцев подряд) при условии отсутствия изменений цен на данную группу товаров (услуг).

Применение указанного метода в течение более длительного периода недопустимо, поскольку может привести к занижению индекса цен.

Исключение составляют товары, реализация которых носит сезонный характер. В условиях незначительной инфляции (менее 0,1% в месяц) допускается дублирование цены на весь период отсутствия товара, продолжительность которого может достигать 6 месяцев и более (например, по меховым изделиям или зимним (летним) видам одежды и обуви).

4.6. Особенности наблюдения за ценами на сезонные товары

Сезонными являются товары и услуги, которым присущи регулярные, совпадающие с определенными сезонами или временами года, колебания в динамике характеризующих их экономических показателей (в частности, потребительских цен и объемов реализации товаров и услуг). В данной группе выделяются:

товары (услуги) с ярко выраженной сезонностью - отсутствующие на рынке в течение определенных периодов года;

товары (услуги) со слабо выраженной сезонностью - имеющиеся на рынке на протяжении всего года, но характеризующиеся регулярными колебаниями цен или объемов реализации.

Выраженные сезонные колебания потребительских цен отмечаются при реализации отдельных видов плодоовощной продукции, одежды, обуви, туристических услуг и т.п.

Регистрация цен на сезонные товары и услуги и учет их динамики при расчете индекса потребительских цен имеет свои особенности.

Продажа некоторых товаров и оказание отдельных видов услуг на потребительском рынке носит массовый характер в течение определенного времени года. В несезонный период года эти товары (услуги) продаются (оказываются) в незначительных объемах в условиях ограниченного потребительского спроса и предложения. Регистрация цен на сезонные товары (услуги) может быть доступна не во всех наблюдаемых организациях торговли города, а лишь в некоторых точках реализации.

При отсутствии в базовой организации торговли (сферы услуг) сезонного товара (услуги) в межсезонный период применяются различные методы формирования недостающей ценовой информации.

При регистрации цен на **продовольственные товары** наибольшее проявление сезонных факторов имеет место по товарам, входящим в группу плодоовощной продукции. В целях обеспечения сопоставимости информации о ценах на данный вид продукции в смежных периодах применяется ряд специальных методов.

Например, в первой половине летнего периода регистрация цен на картофель осуществляется отдельно: на ранний картофель урожая текущего года (молодой) и картофель урожая предыдущего года, чтобы иметь возможность осуществить увязку цен на них.

Регистрация цен на ранний картофель проводится, начиная с момента первого его появления на потребительском рынке. Однако, в расчет индекса потребительских цен информация об изменении цен на ранний картофель включается лишь с приобретением массового характера продажи данного товара. В климатических условиях большинства регионов России этот период наступает во второй половине июня - первой половине июля.

Для определения цены на картофель при переходе от реализации продукции урожая предыдущего года к продаже продукции урожая текущего года (учитывая значительную разницу в ценах) применяется метод, основанный на расчете средневзвешенных их значений с учетом доли объемов продажи раннего картофеля и картофеля урожая предыдущего года. В этом случае при расчете средневзвешенной цены картофеля постепенно учитывается возрастающий удельный вес раннего картофеля в общем объеме продажи этого товара и, соответственно, снижающийся удельный вес

картофеля урожая предыдущего года. Учет изменения соотношения в продаже этих товаров осуществляется через количество соответствующих им ценовых котировок.

При определении удельного веса реализации различных видов картофеля в общем объеме продажи данного продукта в городе применяются экспертные оценки, в частности, основывающиеся на консультациях со специалистами организаций торговли.

Аналогичный метод регистрации цен и расчета индексов применяется и по другим товарам-представителям плодоовощной группы.

При регистрации цен на **непродовольственные товары** наиболее выраженные сезонные изменения отмечаются по товарам, входящим в группы одежды и обуви. Особенности сезонных колебаний цен на отдельные виды одежды и обуви, как правило, идентичны.

Методы формирования информации о ценах на сезонные товары описаны на примере одежды.

По периодичности продаж условно виды одежды распределяются на три категории: одежда, имеющаяся в организациях торговли круглый год (несезонная одежда), и две категории сезонной одежды (летняя и зимняя одежда).

Цены несезонных изделий, как правило, демонстрируют темп роста, соответствующий среднему темпу роста цен на все товары и услуги.

Массовая реализация сезонной одежды осуществляется в организациях торговли в определенный непродолжительный период времени (сезон) и затем исчезает из продажи до следующего сезона.

Сезонные виды товаров включаются в набор, принятый для наблюдения за потребительскими ценами, поскольку отсутствие указанного типа товаров снизит репрезентативность индекса потребительских цен.

Для сохранения непрерывности ряда ценовой информации в период отсутствия реализации сезонных товаров (вплоть до появления его в новом сезоне в организациях торговли в достаточном количестве и ассортименте) используются различные методы определения расчетных цен.

Замещение недостающей цены осуществляется исходя из последней зарегистрированной в период сезона массовой продажи данного товара цены, т. е. цены, которая предшествовала его сезонному исчезновению, при этом ее расчетное значение может определяться:

- а) с учетом динамики цен на несезонные товары данной группы;
- б) с учетом динамики цен товаров данного наименования, имеющих в продаже на протяжении всего года в других организациях торговли (например, в специализированных магазинах). Использование данного

метода требует проведения предварительного тщательного анализа, поскольку не всегда динамика цен на сезонные товары, зафиксированная в указанных организациях торговли, может быть непосредственно использована для оценки динамики цен на эти товары в других организациях, где реализация отсутствует в межсезонный период;

в) с учетом динамики цен по группе более высокого уровня агрегации, в которую входит сезонный товар (например, по группе «Мужская одежда», «Женская одежда» и т.д.);

г) в исключительных случаях в условиях отсутствия движения цен или низких темпов их роста допускается повторение цены без каких-либо изменений до начала следующего сезона.

В случае исчезновения из реализации видов одежды, цены на которые наблюдались в предыдущем сезоне, и появления товаров, имеющих отличные от предыдущих характеристики, отражающие новые тенденции моды, осуществляется замена наблюдаемых видов товаров с учетом изменения их качества (см. п.4.5.1 раздела IV).

Описанные методы формирования расчетных цен и замены товаров применимы и для других категорий сезонных непродовольственных товаров, например, обуви, товаров для физкультуры, спорта и туризма и т.п.

Фактор сезонности может проявляться также в изменении цен, тарифов на отдельные виды **услуг**, в частности, по группе ритуальных или туристических услуг.

Применение методов замены по услугам, предоставление которых носит сезонный характер, имеет свои особенности.

Так, например, по позиции «Рытье могилы» в отдельных регионах применяются цены, дифференцированные по сезонам, так называемые «зимние» и «летние» цены. Время действия этих цен разграничивается на осенне-зимний и весенне-летний периоды (например, с октября по март и с апреля по сентябрь).

При расчете индекса цен по данной позиции при переходе от «зимней цены» к «летней цене» и наоборот, осуществляется смена базисной цены (т.е. «летняя цена» отчетного периода сравнивается с последней зафиксированной «летней ценой»). При этом, если в течение действия, например, «зимней цены» произошло ее изменение, оно должно быть отражено в базисной «летней цене», т.е. эта цена корректируется в соответствии с изменением цен в зимний период.

По туристическим услугам, а также некоторым другим видам услуг возможно проведение следующих методов замены:

а) в период существенных темпов инфляции, а также при значительном темпе изменения курса иностранной валюты (доллара США, евро) по отношению к российскому рублю (темпы прироста, снижения более 1% в месяц), возможно индексирование цены путевки в соответствии со средним темпом роста потребительских цен и тарифов на все товары и услуги, темпом роста потребительских цен и тарифов по группе «услуги» или в соответствии с темпом изменения курса иностранных валют по отношению к российскому рублю;

б) в период низких темпов инфляции возможно использование метода дублирования цены, т.е. в течение всего периода отсутствия фактической реализации путевок на отобранные для наблюдения туры допустимо повторение последней цены путевки, зарегистрированной в сезонный период.

4.7. Проверка достоверности информации об уровнях потребительских цен

Необходимым условием обеспечения достоверности первичной информации о ценах, составляющих основу для исчисления индекса потребительских цен, является проведение систематических контрольных проверок регистрации потребительских цен и тарифов на товары и услуги.

Основной целью проведения систематических проверок регистрации потребительских цен и тарифов на товары и услуги является повышение качества и достоверности собираемой первичной информации об их уровне.

Одним из методов контроля качества первичной информации о потребительских ценах является выборочный контрольный обход организаций торговли и сферы услуг, в которых производится регистрация потребительских цен (тарифов).

Контрольный обход проводится совместно с регистратором цен во время ежемесячной регистрации потребительских цен или на следующий день после посещения регистратором объекта наблюдения.

Все необходимые корректировки первичной информации, выявленные при контрольных обходах организаций торговли и сферы услуг, вносятся в массив первичной ценовой информации до завершения расчетов региональных индексов потребительских цен за отчетный период.

Контрольные мероприятия проводятся по следующей схеме:

а) контроль информации, собранной в процессе регистрации цен, обеспечивают специалисты по статистике потребительских цен, обладающие достаточно высокой квалификацией и опытом работы в области статистики

цен (ведущие, главные специалисты, заместители начальника отдела, в случае необходимости - начальник отдела). По факту возникновения претензий к качеству собираемой информации о потребительских ценах проверки проводятся совместно со специалистами других подразделений, использующих в своей деятельности информацию о потребительских ценах (статистика внутренней и внешней торговли, уровня жизни, услуг, национальных счетов и т.д.).

Проверка осуществляется в соответствии с «Планом контрольных проверок регистрации потребительских цен и тарифов на товары и услуги», который утверждается руководителем территориального органа Федеральной службы государственной статистики.

б) контрольные мероприятия проводятся выборочным методом по перечню товаров (услуг)-представителей и организаций торговли (сферы услуг), отобранных для наблюдения за потребительскими ценами. При этом необходимо обеспечить в течение года проверку достоверности регистрации потребительских цен и тарифов, осуществляемой всеми регистраторами цен, по возможно широкому перечню наблюдаемых товаров и услуг.

в) по результатам контрольной проверки заполняется «Отчет о контрольной проверке регистрации потребительских цен и тарифов на товары и услуги».

V. Классификаторы, используемые при расчете индекса потребительских цен

Расчет индекса потребительских цен на товары и услуги осуществляется в двух группировках:

а) в соответствии с классификатором индивидуального потребления по целям (далее – КИПЦ);

б) в национальном определении.

Классификация индивидуального потребления по целям (Classification Of Individual Consumption By Purpose - COICOP), является одной из четырех функциональных классификаций, описанных в Системе национальных счетов.

В классификаторе основные направления (разделы) последовательно детализированы на группы, классы, категории, в состав которых входят соответствующие виды товаров и услуг, приобретенные населением для непроизводственного потребления.

Классы в КИПЦ подразделяются по типу продукта и обозначаются как:

Д (товары **длительного** пользования) - товары, используемые потребителями многократно в течение продолжительного времени (нескольких месяцев, лет), отличаются высокой ценой (мебель, телевизоры, холодильники, стиральные машины и др.);

ПД (товары **полудлительного** пользования) - товары, срок службы которых может превышать один год, но фактически он бывает значительно короче, а цены на них - значительно ниже, чем на товары длительного пользования (одежда, обувь, посуда и др.);

НД (товары **недлительного** пользования) - товары, которые потребляются вскоре после их покупки (продукты питания, алкогольные напитки, табачные изделия, парфюмерно-косметические товары и др.);

У - услуги.

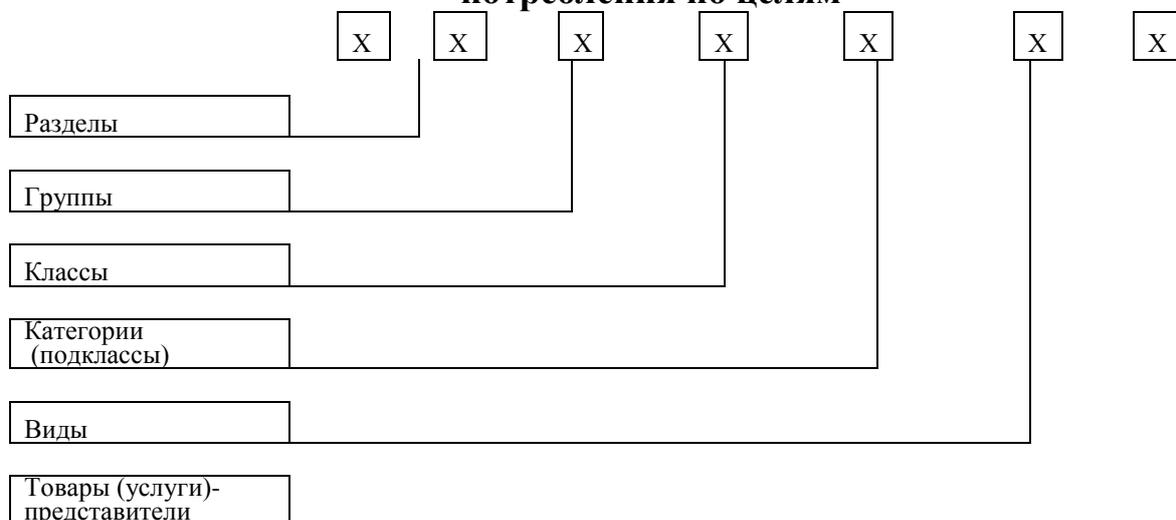
Если класс включает в себя одновременно товары и услуги, товары недлительного и полудлительного пользования или товары полудлительного и длительного пользования, то такой класс обозначается в соответствии с типом продукта, который будет сочтен доминирующим.

Для классификатора КИПЦ принята иерархическая модель классификации и используется последовательный метод кодирования. Кодовое обозначение объекта классификации включает 7 цифровых десятичных знаков.

Классификатор имеет 6 ступеней классификационного деления. Код каждого последующего уровня образуется добавлением одной значащей цифры на соответствующем разряде кода. После второго, третьего, четвертого и пятого разрядов кода проставляются точки, разделяющие уровни классификации. Общая структура кода классификатора индивидуального потребления по целям представлена в Схеме 1.

Схема 1

Общая структура кода классификатора индивидуального потребления по целям

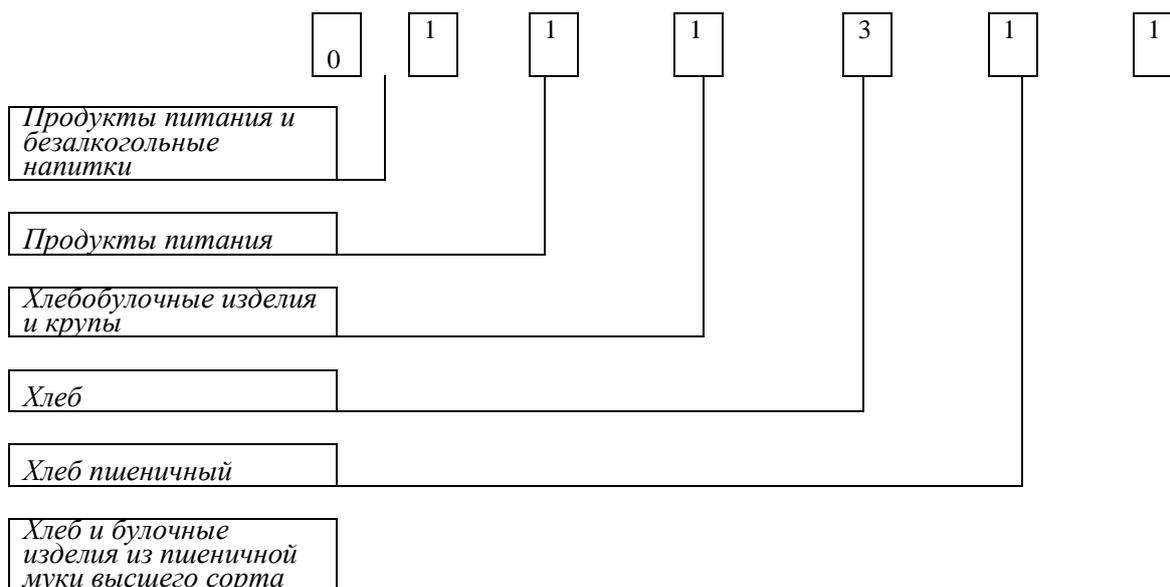


Высшие классификационные группировки образованы пятью разрядами кодов Классификации индивидуального потребления по целям (КИПЦ). Национальная специфика наблюдения за уровнями потребительских цен и тарифов на товары и услуги учитывается на уровне шестого и седьмого разрядов кода. Пример обозначения объекта классификации в КИПЦ-ИПЦ приведен в Схеме 2.

Схема 2

Пример обозначения объекта классификации в КИПЦ-ИПЦ

01.1.1.3.1.1 Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта



ИПЦ в национальном определении предполагает формирование групп продовольственных товаров, непродовольственных товаров и услуг, а также групп более низкого уровня агрегации.

Разработка индексов потребительских цен в различных классификациях осуществляется на базе одних и тех же данных о ценах на товары и услуги, и, следовательно, результатом расчетов является идентичное значение сводного показателя.

VI. Расчет показателей статистики потребительских цен

6.1. Этапы расчета индекса потребительских цен

Расчет индекса потребительских цен (ИПЦ) на региональном и федеральном уровнях производится на основе единых методологических принципов и осуществляется в несколько этапов:

формирование весов для расчета ИПЦ на уровне субъекта Российской Федерации, федерального округа, России в целом;

расчет индивидуальных индексов цен на товар (услугу)-представитель на уровне города;

расчет агрегатных индексов на товар (услугу)-представитель на уровне субъекта Российской Федерации, федерального округа, России в целом;

расчет групповых и сводных индексов потребительских цен на уровне субъекта Российской Федерации, федерального округа, России в целом.

6.2. Порядок формирования весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги

Для расчета **индексов потребительских цен и средних цен** используется следующая система весов:

а) на уровне субъекта Российской Федерации:

для расчета индексов цен на отдельные виды товаров и услуг, а также средних цен на них - доли численности населения городов, в которых осуществляется наблюдение за ценами (с учетом их увеличения на численность населения городов, не включенных в наблюдение);

для расчета групповых и сводного индексов потребительских цен - структура потребительских расходов населения (далее СПР) по субъекту Российской Федерации.

б) на уровне Российской Федерации (федерального округа):

для расчета индексов цен на товар (услугу)-представитель - доли потребительских расходов населения отдельных субъектов Российской Федерации на товар (услугу)-представитель в общих расходах на него в Российской Федерации (федеральном округе);

для расчета средних цен на отдельные виды товаров (услуг)-представителей - доли объемов потребления товаров и услуг отдельных субъектов Российской Федерации в общем объеме их потребления по Российской Федерации (федеральному округу);

для расчета групповых и сводного индексов потребительских цен - структура потребительских расходов населения по Российской Федерации (федеральному округу);

для расчета групповых и сводных индексов потребительских цен по 10-процентным группам населения с различным уровнем располагаемых ресурсов - структура потребительских расходов населения по каждой группе.

Информационной основой при формировании **структуры потребительских расходов населения по субъекту Российской Федерации** являются данные о потребительских расходах домашних хозяйств,

полученные по итогам выборочного обследования их бюджетов на территории всех субъектов Российской Федерации в группировке Классификатора индивидуального потребления домашних хозяйств по целям.

При разработке весов для расчета ИПЦ в отчетном году используются данные о потребительских расходах домашних хозяйств за два последних смещенных года (8 кварталов, предшествующих последнему кварталу предыдущего года).

Формирование структуры потребительских расходов населения для расчета групповых и сводных индексов потребительских цен осуществляется в следующей последовательности:

а) разработка СПР по субъектам Российской Федерации осуществляется на основе данных о потребительских расходах домашних хозяйств субъекта Российской Федерации с учетом местных особенностей как социально-экономического, так и природно-климатического характера.

По субъектам Российской Федерации, в состав которых входят автономные округа, разрабатывается СПР:

по субъекту Российской Федерации без учета автономных округов;

по каждому автономному округу;

по субъекту Российской Федерации, включая автономные округа.

б) разработка СПР по России в целом (федеральным округам) - на основе структур потребительских расходов субъектов Российской Федерации.

6.2.1. Формирование структуры потребительских расходов населения, используемой в качестве весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуг по субъекту Российской Федерации

Основными этапами подготовки структуры потребительских расходов населения по субъекту Российской Федерации являются:

а) *формирование среднегодовых расходов* домашних хозяйств на приобретение продовольственных и непродовольственных товаров, а также оплату услуг за два смещенных года, предшествующих году, в котором осуществляется расчет ИПЦ.

Среднегодовые расходы определяются как средняя арифметическая величина расходов за два смещенных года.

б) *обеспечение увязки* отдельных статей расходов домашних хозяйств (представленных в разрезе агрегированных данных по группам товаров и

услуг) с набором товаров (услуг)-представителей, разработанным для наблюдения за уровнем и динамикой потребительских цен (тарифов) посредством *разработки алгоритмов распределения*.

Распределение статей расходов домашних хозяйств по всем позициям набора товаров (услуг)-представителей осуществляется на основании КИПЦ.

Методы формирования алгоритмов, в зависимости от способа распределения расходов домашних хозяйств по отдельным видам товаров (услуг)-представителей можно условно представить в виде трех групп:

прямого отнесения расходов домашних хозяйств по статьям, имеющим идентичные позиции в наборе товаров (услуг)-представителей.

Например, расходы домашних хозяйств, учтенные по статье «Хлеб ржаной и прочий», целиком включаются в структуру потребительских расходов населения по позиции «Хлеб из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной».

долевого отнесения статьи расходов домашних хозяйств по двум или нескольким однородным позициям набора товаров (услуг)-представителей с использованием коэффициентов распределения.

Например, расходы домашних хозяйств, учтенные по статье «Автомобили новые», при помощи коэффициентов распределяются в определенных долях по позициям набора товаров (услуг)-представителей «Легковой автомобиль отечественный новый», «Легковой автомобиль импортный новый», «Легковой автомобиль иностранной марки, собранный на автомобильном заводе на территории России».

условного отнесения (долевого распределения) расходов домашних хозяйств, учтенных по отдельным статьям, не имеющим идентичных позиций в наборе товаров (услуг)-представителей, с использованием коэффициентов распределения.

Например, расходы домашних хозяйств, учтенные по статье «Предметы домашнего инвентаря», не имеющей в наборе товаров (услуг)-представителей идентичных позиции, могут быть включены в вес одного из следующих товаров домашнего обихода: «Комплект столовых приборов из нержавеющей стали», «Кастрюля из эмалированной или нержавеющей стали», «Чайник стальной эмалированный», «Сковорода с антипригарным покрытием» или распределены на веса нескольких товаров (так как все эти товары входят в один раздел КИПЦ).

Применение методов долевого отнесения, а также условного отнесения (долевого распределения) требует разработки специальных коэффициентов, определяющих пропорцию распределения отдельных статей расходов домашних хозяйств по видам товаров (услуг)-представителей.

Определение **коэффициентов распределения** осуществляется с использованием дополнительных источников информации:

статистических данных о производстве отдельных видов продукции; о структуре розничного товарооборота; о деятельности организаций жилищно-коммунального хозяйства; других отраслей статистики;

внешних источников информации, в частности, данных налоговых органов, органов ГИБДД;

показателей, исчисленных в результате применения метода экспертных расчетов и оценок на основе информации, полученной от специалистов организаций торговли (сферы услуг).

Распределение расходов домашних хозяйств при формировании структуры потребительских расходов населения при помощи алгоритмов и коэффициентов распределения проводится, в основном, внутри соответствующих классов, категорий КИПЦ.

В КИПЦ внутри многих категорий имеются статьи расходов домашних хозяйств, под названием «**Другие...**», которые не имеют идентичных позиций в наборе товаров (услуг)-представителей, принятом для расчета ИПЦ.

Распределение этих расходов домашних хозяйств по соответствующим позициям набора товаров (услуг)-представителей осуществляется на основании описания состава указанных статей расходов в КИПЦ.

в) *корректировка расходов домашних хозяйств на алкоголь*, с целью определения доли алкогольных напитков, соответствующей реальным объемам их потребления. Необходимость корректировки связана с имеющим место как в международной практике, так и в отечественной статистике традиционным недоучетом расходов домашних хозяйств на алкогольные напитки, так как домашние хозяйства часто необъективно отражают свои реальные расходы на их приобретение.

Для определения реального удельного веса алкогольных напитков в потребительских расходах населения используются данные статистики торговли об удельном весе объема продаж алкогольных напитков в обороте розничной торговли.

Проведение корректировки потребительских расходов населения осуществляется путем увеличения в общих расходах домашних хозяйств доли расходов на алкогольные напитки.

Корректировка осуществляется в следующей последовательности:

определение удельного веса алкогольных напитков в розничном товарообороте (на основе данных статистики торговли за предыдущий год);

осуществление расчета коэффициента корректировки расходов домашних хозяйств на алкогольные напитки (как отношение удельного веса

алкогольных напитков в розничном товарообороте к удельному весу алкогольных напитков в расходах домашних хозяйств на товары);

расчет удельного веса отдельных видов алкогольных напитков с учетом реального уровня их потребления в структуре потребительских расходов населения;

формирование структуры потребительских расходов населения для расчета ИПЦ на основе скорректированных данных о расходах домашних хозяйств на потребление алкогольных напитков.

г) *приведение среднегодовых расходов к условиям базисного периода (декабря предыдущего года)*. Поскольку в качестве цен базисного периода при расчете индекса потребительских цен на товары и услуги выступают цены декабря предыдущего года, а в качестве весов - среднегодовая структура потребительских расходов населения за два смещенных года, необходимо обеспечение сопоставимости этих показателей. Для этой цели используются коэффициенты актуализации.

Коэффициенты актуализации среднегодовых расходов определяются путем отнесения цены товара (услуги)-представителя за декабрь предыдущего года к средней цене на него, рассчитанной за два смещенных года.

$$K_{rj} = \frac{P_{rjd,(T-1)}}{P_{rj,24}}, \quad (6)$$

где:

- K_{rj} - коэффициент актуализации среднегодовых расходов на j -й товар (услугу)-представитель в r -м субъекте Российской Федерации;
- $P_{rjd,(T-1)}$ - средняя цена на j -й товар (услугу)-представитель в r -м субъекте Российской Федерации в декабре предыдущего года ($d(T-1)$);
- $P_{rj,24}$ - средняя цена на j -й товар (услугу)-представитель в r -м субъекте Российской Федерации в среднем за два смещенных года (24 месяца);
- r - субъект Российской Федерации;
- j - товар (услуга)-представитель.

При этом, расчет средней цены на товар (услугу)-представитель за два смещенных года, производится по формуле средней арифметической простой.

$$\overline{P}_{rj,24} = \sum_{t=1}^{24} P_{rj,t} / 24, \quad (7)$$

где:

$P_{rj,t}$ - средняя цена на j -й товар (услугу)-представитель в r -м субъекте Российской Федерации за месяц (t).

Для определения коэффициентов актуализации по вновь введенным в наблюдение позициям используются разработанные коэффициенты актуализации по родственным позициям за предыдущий год.

д) *определение весов потребительских расходов населения для расчета ИПЦ* по субъекту Российской Федерации осуществляется на основе потребительских расходов населения, приведенных к условиям базисного периода, путем отнесения потребительских расходов по каждой позиции набора товаров (услуг) к общей сумме потребительских расходов по субъекту Российской Федерации.

6.2.2. Формирование структуры потребительских расходов населения, используемой в качестве весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги по Российской Федерации (федеральному округу)

Формирование системы весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги **по России в целом (федеральному округу)** осуществляется на базе структур, разработанных территориальными органами государственной статистики субъектов Российской Федерации (приведенных к ценам декабря года, предыдущего года, в рублях). Итоговые данные по Российской Федерации (федеральному округу) определяются путем суммирования потребительских расходов по каждому товару (услуге)-представителю по всем субъектам Российской Федерации (для федерального округа - входящим в состав данного федерального округа).

При определении весов для исчисления индекса цен на товар (услугу) - **потребительские расходы населения на товар (услугу)-представитель** каждого субъекта Российской Федерации относятся к общей сумме потребительских расходов на него по Российской Федерации (федеральному округу).

При формировании **структуры потребительских расходов населения**, используемой для расчета групповых индексов и ИПЦ в целом, определение доли отдельных позиций набора товаров (услуг)-представителей осуществляется путем отнесения потребительских расходов населения по каждой позиции набора товаров (услуг) к общей сумме потребительских расходов по России в целом (федеральному округу).

Разработка **структур потребительских расходов по 10 процентным группам населения** с различным уровнем располагаемых ресурсов по Российской Федерации в целом осуществляется в соответствии с описанным выше алгоритмом распределения статей расходов домашних хозяйств по всем позициям набора товаров (услуг)-представителей.

Для расчета средних цен по отдельным видам товаров и услуг используются данные о **долях объемов потребления товаров и услуг** отдельных субъектов Российской Федерации в общем объеме потребления товаров и услуг по Российской Федерации (федеральным округам).

Формирование объемов потребления (в натуральных единицах) отдельных видов товаров и услуг по субъекту Российской Федерации осуществляется путем деления потребительских расходов населения субъекта Российской Федерации на товар (услугу)-представитель за два смещенных года на среднюю цену (тариф) за декабрь предыдущего года по данному товару (услуге).

Доли объемов потребления (в натуральных единицах) отдельных товаров и услуг в субъектах Российской Федерации определяются путем отнесения объема потребления товара (услуги) каждого субъекта Российской Федерации к общему объему его потребления по Российской Федерации.

$$Q_{rj} = R_{rj} / \bar{p}_{rj,24}, \quad (8)$$

$$d_{Qrj} = \frac{Q_{rj}}{\sum_{r=1}^k Q_{rj}}, \quad (9)$$

где:

- Q_{rj} - объем потребления (в натуральных единицах) j -го товара (услуги)-представителя r -го субъекта Российской Федерации;
- R_{rj} - потребительские расходы населения в r -м субъекте Российской Федерации на j -й товар (услугу);
- $\bar{p}_{rj,24}$ - средняя цена на j -й товар (услугу) - представитель в r -ом субъекте Российской Федерации, рассчитанная за период, принятый для формирования весов для исчисления ИПЦ;
- d_{Qrj} - доля объема потребления j -ого товара (услуги)-представителя r -го субъекта Российской Федерации в общем объеме ее потребления в России;
- j - товар (услуга)-представитель;
- r - субъект Российской Федерации;
- k - количество субъектов Российской Федерации (субъектов, входящих в состав федерального округа).

Пересмотр системы весов, используемой при построении индексов потребительских цен, осуществляется ежегодно.

При высоких темпах инфляции, вызывающих значительные и резкие изменения в структуре потребления населения в течение короткого промежутка времени (например, дефолт 1998 г.), в систему весов, используемую для расчета ИПЦ, в исключительных случаях в течение отчетного года могут вноситься соответствующие коррективы («Методические рекомендации построения системы взвешивания, применяемой при исчислении индекса потребительских цен в условиях резкого изменения цен» утверждены руководством Госкомстата России 2 декабря 1998 года).

6.3. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен

6.3.1. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен по субъекту Российской Федерации

Расчет **индивидуальных индексов** потребительских цен на товар (услугу)-представитель осуществляется на уровне городов, в которых организована регистрация потребительских цен.

Условием расчета этих показателей является полная сопоставимость ценовой информации в отчетном и базисном периодах. В расчет включается информация о ценах, зарегистрированных в двух смежных периодах в одной и той же организации торговли (сферы услуг) на один и тот же товар (услугу) с конкретными потребительскими свойствами, что позволяет исключить влияние структурных и ассортиментных сдвигов.

На первом этапе осуществляется расчет изменений цен (ценовых котировок), который определяется как отношение цены на товар (услугу) с конкретными потребительскими свойствами в отчетном периоде к цене в предыдущем периоде.

$$i_{c,t/t-1} = \frac{P_{c,t}}{P_{c,t-1}}, \quad (10)$$

где:

- $i_{c,t/t-1}$ - изменение цен на товар (услугу) с конкретными потребительскими свойствами (c) в отчетном периоде (t) по сравнению с предыдущим периодом ($t-1$);
- c - товар с конкретными потребительскими свойствами;
- p_c - сопоставимая ценовая котировка;
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц.

На втором этапе, на уровне города определяется индивидуальный индекс цен на отдельный вид товара (услуги)-представителя как средняя геометрическая простая из изменений цен по сопоставимым ценовым котировкам.

Формула средней геометрической для определения индивидуальных индексов потребительских цен на товар (услугу)-представитель в городе (уровень элементарных агрегатов) имеет следующий вид:

$$I_{gj,t/t-1} = \sqrt[n]{i_{c1,t/t-1} * i_{c2,t/t-1} * \dots * i_{cn,t/t-1}} \quad , \quad (11)$$

где:

- $I_{gj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель в g -м городе в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- $i_{c1,t/t-1} \cdot i_{c2,t/t-1} \cdot \dots \cdot i_{cn,t/t-1}$ - изменения цен на товары (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, зарегистрированных в различных организациях торговли (сферы услуг) города (ценовые котировки);
- g - город;
- j - товар (услуга)-представитель;
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- n - количество ценовых котировок.

При расчете индивидуальных индексов цен должно соблюдаться условие одинакового количества сопоставимых ценовых котировок на товар (услугу)-представитель в городе в течение отчетного года. При несоблюдении этого правила будет нарушен принцип сопоставимости количества ценовых котировок.

На базе индивидуальных индексов цен на товары (услуги)-представители в отдельных городах и территориальных весов (долей численности населения) определяются **агрегатные индексы цен на отдельные виды товаров (услуг)-представителей** в целом по субъекту Российской Федерации.

Расчет осуществляется по формуле:

$$\text{для января} \quad I_{rj,t_1/t_0} = \frac{\sum_{g=1}^m d_{g0} p_{gj0} * I_{gj,t_1/t_0}}{\sum_{g=1}^m d_{g0} p_{gj0}}, \quad (12)$$

$$\text{для последующих месяцев} \quad I_{rj,t/t-1} = \frac{\sum_{g=1}^m d_{g0} p_{gj,t-1} * I_{gj,t/t-1}}{\sum_{g=1}^m d_{g0} p_{gj,t-1}}, \quad (13)$$

где:

- $I_{rj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по r -му субъекту Российской Федерации в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{rj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по r -му субъекту Российской Федерации в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- $I_{gj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель в g -ом городе в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{gj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель в g -ом городе в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- d_{g0} - доля численности g -го города в общей численности населения r -го субъекта Российской Федерации в базисном периоде;
- p_{gj0} - средняя цена (тариф) на j -й товар (услугу)-представитель в g -ом городе в декабре предыдущего года;
- $p_{gj,t-1}$ - средняя цена (тариф) на j -й товар (услугу)-представитель в g -ом городе в предыдущем месяце;
- j - товар (услуга)-представитель;
- r - субъект Российской Федерации;
- g - город;
- m - количество городов;
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- t_0 - декабрь предыдущего года.

Исходя из агрегатных индексов цен на отдельные виды товаров и услуг по субъекту Российской Федерации и доли расходов на их приобретение в

общих потребительских расходах домашних хозяйств, определяются **сводные индексы цен** по отдельным подгруппам товаров и услуг, по укрупненным группам (например, продовольственные, непродовольственные товаров и услуги), а также ИПЦ в целом по субъекту Российской Федерации.

Расчет ИПЦ к предыдущему месяцу осуществляется в соответствии с **модифицированной формулой Ласпейреса:**

$$\text{для января} \quad I_{rt_1/t_0} = \frac{\sum_{r=1}^l p_{rj,o} q_{rj,0} * I_{rj,t_1/t_0}}{\sum_{r=1}^l p_{rj,0} q_{rj,0}}, \quad (14)$$

$$\text{для последующих месяцев} \quad I_{rt/t-1} = \frac{\sum p_{rj,t-1} q_{rj,0} * I_{rj,t/t-1}}{\sum p_{rj,t-1} q_{rj,0}}, \quad (15)$$

где:

- I_{rt_1/t_0} - сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по r -му субъекту Российской Федерации в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{rt/t-1}$ - сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по r -му субъекту Российской Федерации в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- $p_{rj,o} q_{rj,o}$ - потребительские расходы на приобретение j -го товара (услуги)-представителя в базисном периоде;
- $p_{rj,t-1} q_{rj,0}$ - потребительские расходы населения на приобретение j -го товара (услуги)-представителя населения по r -му субъекту Российской Федерации в базисном периоде в ценах предыдущего месяца;
- $I_{rj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель населения по r -му субъекту Российской Федерации в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{rj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -ый товар (услугу)-представитель населения по r -му субъекту Российской Федерации в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- j - товар (услуга)-представитель;
- l - количество товаров (услуг)-представителей;
- r - субъект Российской Федерации;
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- t_0 - декабрь предыдущего года.

6.3.2. Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен по Российской Федерации (федеральному округу)

Расчет индексов цен на товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) осуществляется по формуле:

$$\text{для января} \quad I_{sj,t_1/t_0} = \frac{\sum_{r=1}^k p_{rj0} q_{rj0} * I_{rj,t_1/t_0}}{\sum_{r=1}^k p_{rj0} q_{rj0}}, \quad (16)$$

$$\text{для последующих месяцев} \quad I_{sj,t/t-1} = \frac{\sum_{r=1}^k p_{rj,t-1} q_{rj,0} * I_{rj,t/t-1}}{\sum_{r=1}^k p_{rj,t-1} q_{rj,0}}, \quad (17)$$

где:

- $I_{sj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в январе по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{sj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- $p_{rj0} q_{rj0}$ - потребительские расходы r -го субъекта Российской Федерации на j -й товар (услугу)-представитель в базисном периоде (базисные потребительские расходы);
- $p_{rj,t-1} q_{rj,0}$ - базисные потребительские расходы r -го субъекта Российской Федерации на j -й товар (услугу)-представитель в ценах предыдущего месяца;
- $I_{rj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель в r -ом субъекте Российской Федерации в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{rj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель в r -ом субъекте Российской Федерации в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- j - товар (услуга)-представитель;
- s - Российская Федерация (федеральный округ);
- r - субъект Российской Федерации;
- k - количество субъектов Российской Федерации (субъектов, входящих в состав федерального округа);
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- t_0 - декабрь предыдущего года.

Исходя из агрегатных индексов цен на отдельные виды товаров и услуг по федеральному округу и Российской Федерации и расходов на их приобретение в общих потребительских расходах домашних хозяйств, определяются **сводные индексы цен** по отдельным подгруппам товаров и услуг, по укрупненным группам (например, продовольственные товары,

непродовольственные товары и услуги), ИПЦ в целом по федеральному округу и Российской Федерации.

Расчет ИПЦ к предыдущему месяцу осуществляется в соответствии с модифицированной формулой Ласпейреса:

$$\text{для января} \quad I_{st_1/t_0} = \frac{\sum_{j=1}^l p_{sj,o} q_{sj,0} * I_{sj,t_1/t_0}}{\sum_{j=1}^l p_{sj,0} q_{sj,0}}, \quad (18)$$

$$\text{для последующих месяцев} \quad I_{st/t-1} = \frac{\sum p_{sj,t-1} q_{sj,0} * I_{sj,t/t-1}}{\sum p_{sj,t-1} q_{sj,0}}, \quad (19)$$

где:

- I_{st_1/t_0} - сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по Российской Федерации (федеральному округу) в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{st/t-1}$ - сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- $p_{sj,o} q_{sj,o}$ - потребительские расходы населения на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в базисном периоде (базисные расходы);
- $p_{sj,t-1} q_{sj,0}$ - базисные потребительские расходы населения на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в ценах предыдущего месяца;
- $I_{sj,t_1/t_0}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{sj,t/t-1}$ - индекс цен (тарифов) на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;
- s - Российская Федерация (федеральный округ);
- r - субъект Российской Федерации;
- j - товар (услуга)-представитель;
- l - количество товаров (услуг)-представителей;
- t - отчетный месяц;
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- t_0 - декабрь предыдущего года.

6.4. Расчет индекса потребительских цен к различным базисным периодам

Ежемесячно помимо индекса цен к предыдущему месяцу исчисляются также индексы цен к декабрю предыдущего года, к соответствующему месяцу предыдущего года, за период с начала года к соответствующего периоду предыдущего года.

Для расчета указанных индексов используются следующие формулы:

к декабрю предыдущего года:

$$I_{t/t_0} = I_{t-1/t_0} * I_{t/t-1} / 100, \quad (20)$$

где:

- I_{t/t_0} - индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей отчетного месяца по сравнению с декабрем предыдущего года;
- I_{t-1/t_0} - индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей предыдущего месяца по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{t/t-1}$ - индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей отчетного месяца по сравнению с предыдущим месяцем;
- t - отчетный месяц.
- $t-1$ - предыдущий месяц;
- t_0 - декабрь предыдущего года;

к соответствующему месяцу предыдущего года:

$$I_{tT/t(T-1)} = \frac{I_{t_0(T-1)/t_0(T-2)} * I_{tT/t_0(T-1)}}{I_{t(T-1)/t_0(T-2)}}, \quad (21)$$

где:

- $I_{t_0(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен декабря предыдущего года по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{tT/t_0(T-1)}$ - индекс цен отчетного месяца отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;
- $I_{t(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен соответствующего месяца предыдущего года по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- T - текущий год;
- $T-1$ - предыдущий год;
- $T-2$ - год, предшествующий предыдущему.

за период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года:

$$I_{T/(T-1)} = \frac{\sum_{t=1}^n I_{tT/t_0(T-2)}}{\sum_{t=1}^n I_{t(T-1)/t_0(T-2)}} * 100, \quad (22)$$

где:

$I_{tT/t_0(T-2)}$ - индекс цен месяца (t) текущего года по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;

$I_{t(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен месяца (t) предыдущего года по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;

n - число месяцев (периодов) с начала года.

Ежеквартально определяются индексы цен на конец квартала к концу предыдущего квартала, квартал к предыдущему кварталу, квартал к соответствующему кварталу предыдущего года.

Для расчета указанных индексов используются следующие формулы:

на конец квартала к концу предыдущего квартала:

$$I_{KtT} = I_{t/t-1} * I_{t-1/t-2} / 100 * I_{t-2/t-3} / 100, \quad (23)$$

где:

$I_{t/t-1}$ - индекс цен последнего месяца отчетного квартала по сравнению с предыдущим месяцем;

$I_{t-1/t-2}$ - индекс цен предыдущего месяца (среднего месяца отчетного квартала) по сравнению с месяцем, предшествующим предыдущему (первым месяцем отчетного квартала);

$I_{t-2/t-3}$ - индекс цен первого месяца отчетного квартала по сравнению с последним месяцем предыдущего квартала;

t - отчетный месяц (последний месяц отчетного квартала);

$t-1$ - предыдущий месяц (средний месяц отчетного квартала);

$t-2$ - месяц, предшествующий предыдущему (первый месяц отчетного квартала);

$t-3$ - последний месяц квартала, предшествующего отчетному.

квартал к предыдущему кварталу:

$$I_{KT/(K-1)T} = \frac{I_{tT/t_0(T-2)} + I_{(t-1)T/t_0(T-2)} + I_{(t-2)T/t_0(T-2)}}{I_{(t-3)T/t_0(T-2)} + I_{(t-4)T/t_0(T-2)} + I_{(t-5)T/t_0(T-2)}} * 100, \quad (24)$$

где:

- $I_{tT/t_0(T-2)}$ - индекс цен третьего месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-1)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен второго месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-2)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен первого месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-3)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен третьего месяца предыдущего квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-4)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен второго месяца предыдущего квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-5)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен первого месяца предыдущего квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему.

квартал к соответствующему кварталу предыдущего года:

$$I_{KT/K(T-1)} = \frac{I_{tT/t_0(T-2)} + I_{(t-1)T/t_0(T-2)} + I_{(t-2)T/t_0(T-2)}}{I_{t(T-1)/t_0(T-2)} + I_{(t-1)(T-1)/t_0(T-2)} + I_{(t-2)(T-1)/t_0(T-2)}} * 100, \quad (25)$$

где:

- $I_{tT/t_0(T-2)}$ - индекс цен третьего месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-1)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен второго месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-2)T/t_0(T-2)}$ - индекс цен первого месяца отчетного квартала по сравнению с декабрем года, предшествующего предыдущему;
- $I_{t(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен третьего месяца соответствующего квартала предыдущего года к декабрю года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-1)(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен второго месяца соответствующего квартала предыдущего года к декабрю года, предшествующего предыдущему;
- $I_{(t-2)(T-1)/t_0(T-2)}$ - индекс цен первого месяца соответствующего квартала предыдущего года к декабрю года, предшествующего предыдущему.

В публикациях и официальных сообщениях данные об индексах потребительских цен на товары и услуги размещаются с одним десятичным знаком после запятой.

6.5. Базовый индекс потребительских цен

Для целей экономического анализа используется базовый индекс потребительских цен (далее – БИПЦ).

Базовый индекс потребительских цен - показатель, исключаящий изменения цен под влиянием факторов, которые носят административный, а также сезонный характер и не связаны с общеэкономическим положением в стране.

Целью расчета базового индекса потребительских цен является выявление наиболее устойчивой динамики цен, не подверженной воздействиям шоков предложения и спроса, сезонного фактора, а также административному воздействию федеральных и региональных органов власти на процессы ценообразования.

Исчисление базового индекса потребительских цен осуществляется в рамках федерального статистического наблюдения за уровнем и динамикой потребительских цен на основании набора товаров и услуг, используемого для расчета сводного ИПЦ.

БИПЦ является одной из составляющих индекса потребительских цен.

Основным подходом к исчислению базового индекса потребительских цен является исключение из расчета индекса потребительских цен изменения цен на отдельные входящие в него виды товаров и услуг, подверженные существенным колебаниям цен, не связанным с общим уровнем инфляции. При этом основным принципиальным условием расчета базового индекса потребительских цен является разработка постоянного перечня товаров и услуг, влияние изменения цен на которые ежемесячно исключается из официального индекса потребительских цен.

Перечень товаров и услуг остается неизменным в течении длительного времени (не менее года). Актуализация набора осуществляется с учетом изменений, вносимых в набор товаров и услуг, принятый для наблюдения за потребительскими ценами.

При определении перечня товаров и услуг, входящих в расчет БИПЦ используются следующие подходы:

из общего перечня **продовольственных товаров** исключается в первую очередь плодоовощная продукция, так как колебания цен на нее имеют ярко выраженный сезонный характер и в течение всего года существенно влияют на индекс потребительских цен (ИПЦ) как в сторону его понижения, так и повышения. Кроме того, исключаются отдельные виды алкогольных напитков, формирование цен на которые регулируется на государственном уровне как в форме размера акциза, так и установленной минимальной цены;

из группы **непродовольственных товаров** в расчет базового индекса потребительских цен не включается топливо (бензин, газовое моторное топливо, дизельное топливо), так как динамика цен на его отдельные виды, помимо сезонного фактора, подвержена административному воздействию федеральных и региональных органов власти;

из группы **услуг** исключаются те виды, формирование цен на которые осуществляется, как правило, на федеральном или региональном уровнях по решению соответствующих органов власти (отдельные услуги пассажирского транспорта, услуги связи, практически все виды жилищно-коммунальных услуг, отдельные виды услуг правового характера и банков).

Исчисление базового индекса потребительских цен, как и расчет всей системы индексов потребительских цен, осуществляется по России в целом, федеральным округам, а также субъектам Российской Федерации по формулам, используемым для расчета ИПЦ.

6.6. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги

6.6.1. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги по субъекту Российской Федерации

Средние потребительские цены (тарифы) на отдельные виды товаров и услуг рассчитываются на базе информации, собранной в результате регистрации цен.

На уровне **города** средние цены на товары (услуги)-представители определяются по формуле **средней геометрической простой** величины

$$P_{gj} = \sqrt[n]{P_1 * P_2 * \dots * P_n}, \quad (26)$$

где:

- P_{gj} - средняя потребительская цена (тариф) на j -й товар(услугу)- представитель в g -ом городе;
- p_1, p_2, \dots, p_n - цены на товары (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, зарегистрированные в различных организациях торговли (сферы услуг) города (ценовые котировки);
- n - количество ценовых котировок.

В условиях отсутствия информации об объемах потребления товаров (услуг)-представителей по отдельным городам при исчислении средних цен на отдельные виды товаров (услуг)-представителей по субъектам Российской Федерации в качестве весов используется информация о долях численности

населения обследуемых городов, которая корректируется с целью доведения ее до уровня репрезентативной представительности в общей численности населения данного субъекта Российской Федерации.

$$P_{rj} = \frac{\sum_{g=1}^m P_{gj} d_g}{\sum_{g=1}^m d_g}, \quad (27)$$

где:

P_{rj} - средняя цена (тариф) на j -й товар (услугу)-представитель в r -ом субъекте Российской Федерации;

P_{gj} - средняя цена j -го товара (услуги)-представителя в g -м городе;

d_g - доля численности населения g -го города в общей численности населения субъекта Российской Федерации;

g - город;

j - товар (услуга)-представитель;

r - субъект Российской Федерации;

m - количество городов в субъекте Российской Федерации.

6.6.2. Расчет средних потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации (федеральному округу)

Расчет средних цен на товар (услугу)-представитель по России (федеральному округу) осуществляется по формуле:

$$P_{sj} = \frac{\sum_{r=1}^k P_{rj} d_{Qrj}}{\sum_{r=1}^k d_{Qrj}}, \quad (28)$$

где:

r - субъект Российской Федерации;

j - товар (услуга)-представитель;

s - Российская Федерация (федеральный округ);

k - количество субъектов Российской Федерации (субъектов Российской Федерации, входящих в состав федерального округа);

P_{sj} - средняя цена на j -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу);

P_{rj} - средняя цена на j -й товар (услугу)-представитель в r -ом субъекте Российской Федерации;

d_{Qrj} - доля объема потребления j -ого товара (услуги)-представителя r -го субъекта Российской Федерации в общем объеме ее потребления в России.

6.7. Исчисление стоимости наборов товаров и услуг

Для анализа ценовых процессов как в целом по России, так и в разрезе субъектов Российской Федерации, помимо индекса потребительских цен исчисляются стоимости наборов, товаров (услуг), позволяющие осуществлять межрегиональные сопоставления цен в условиях постоянной структуры потребления населением тех или иных потребительских товаров и услуг.

Общим принципом при исчислении этих показателей как по субъектам Российской Федерации, так и по России в целом является использование единых весов (количества товаров), сохраняющихся постоянными на все время исчисления показателей, и фактических средних потребительских цен по субъектам Российской Федерации и России в целом.

Используемые в расчетах веса являются условными и не ставят задачи отразить реальные объемы потребления товаров в данный момент времени.

Стоимость **условного (минимального) набора продуктов питания** отражает межрегиональную дифференциацию уровней потребительских цен на основные продукты питания, входящие в него.

В состав этого набора включено 33 наименования продовольственных товаров.

Данные о стоимости набора определяются в расчете на одного человека в месяц.

Стоимость **фиксированного набора потребительских товаров и услуг** для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения, исчисленная по субъектам Российской Федерации, является показателем, который может быть использован как вспомогательный инструмент при оценке уровня материального благосостояния населения, отражая сложившийся уровень цен как на продовольственные, так и непродовольственные товары, а также услуги.

Формирование фиксированного набора потребительских товаров и услуг для обеспечения межрегиональных сопоставлений основывается на исследовании потребительского рынка субъектов Российской Федерации, проведенного специалистами территориальных органов Федеральной службы государственной статистики.

В состав набора включены товары и услуги всех основных товарных групп, по которым организовано наблюдение за ценами. В первую очередь в набор включены наиболее часто отмеченные специалистами территориальных органов государственной статистики товары и услуги, которым отдает потребительские предпочтения основная часть населения, проживающего в них. Кроме того, в перечень включены также товары,

которые получили не очень высокий рейтинг предпочтений, однако являются социально-значимыми в потребительских расходах граждан.

В состав набора включены 83 наименования товаров и услуг, в том числе 30 видов продовольственных товаров, 41 вид непродовольственных товаров и 12 видов услуг.

Данные о стоимости набора определяются в расчете на одного человека в месяц.

Состав наборов утверждается правовым актом Росстата и размещается на его официальном сайте.

Краткий глоссарий²

При описании методологических принципов наблюдения за потребительскими ценами и расчета основных показателей статистики потребительских цен используются следующие основные понятия и термины:

агрегатный индекс цен на отдельные виды товаров (услуг) - рассчитывается как средневзвешенная величина на базе индивидуальных индексов цен на товары (услуги);

базисный период индекса - период, для которого значение индекса устанавливается равным 1,0 или 100%;

базовые организации - выборочная совокупность организаций торговли и сферы услуг, в которых осуществляется регистрация потребительских цен и тарифов по сформированному набору товаров (услуг)-представителей.

веса - мера относительной значимости товаров (услуг) в рамках сводного индекса цен, определяемая на основе потребительских расходов домашних хозяйств;

взвешивание - метод индексных расчетов для получения сводных показателей из индивидуальных, каждому из которых придается определенное значение, или вес, в общей их совокупности;

два смещенных года - период времени за который разрабатываются веса, используемые для расчета ИПЦ в отчетном году: 8 кварталов, предшествующих последнему кварталу предыдущего года;

индекс цен - относительный показатель, характеризующий изменение цен во времени (выражается в коэффициентах или процентах);

индекс цен базисный - характеризует изменение цен за длительный период по отношению к какому-либо периоду или моменту времени;

индекс цен цепной - характеризует изменение цен в отчетном периоде по сравнению с предыдущим периодом;

индивидуальный индекс цен (индекс цен элементарных агрегатов) - представляет собой отношение цены товара (услуги) с конкретными потребительскими свойствами в определенный период времени к цене того же товара (услуги) в предыдущем (базисном) периоде;

инфляция - социально-экономическое явление, характеризующееся общим повышением уровня цен в результате обесценивания наличных и безналичных денежных средств и снижения их покупательной способности;

² Определения, приведенные в кратком глоссарии, даны в целях настоящей Методологии.

непродовольственные товары - товары, не предназначенные для употребления в пищу и не являющиеся сырьем для приготовления пищи, реализуемые с целью удовлетворения разнообразного потребительского спроса, например: одежда, обувь, мебель, автомобили, строительные материалы, бытовая техника и т.д.;

продовольственные товары - продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки;

потребительские расходы домашних хозяйств - часть денежных расходов населения, направленная на приобретение потребительских товаров и услуг. В их составе не учитываются расходы на покупку произведений искусства, антиквариата и ювелирных изделий, приобретаемых в качестве капиталовложений, оплату материалов и работ по строительству и капитальному ремонту жилых или подсобных помещений, являющихся инвестициями в основной капитал. В потребительские расходы населения также не включаются налог на доходы физических лиц, сбережения, взносы в государственные внебюджетные фонды. Учет производится по полной стоимости товаров и услуг, независимо от того, полностью или частично они были оплачены на момент приобретения и для каких целей они предназначались (для личного потребления или передачи другому домохозяйству);

потребительская цена (тариф) - фактическая цена (тариф) на товар или услугу, реализуемые в свободной продаже в организациях торговли, сферы услуг и общественного питания, а также на розничных рынках и ярмарках, реализующих их на регулярной основе в стационарных и нестационарных (палатки, киоски и т.д.) торговых объектах, принадлежащих как юридическим, так и физическим лицам. Потребительская цена является конечной ценой потребления и включает в себя НДС, акциз, налог с продаж и другие косвенные налоги, а также затраты и прибыль организаций товаропроводящей сети;

потребительские товары (услуги) - товары (услуги), используемые населением, для личного и общесемейного потребления;

регистрация цен (тарифов) - сбор информации о ценах на товары (услуги), вошедшие в сформированный набор товаров (услуг)-представителей, в организациях, отобранных для наблюдения за потребительскими ценами;

регулирование цен (тарифов) - сохранение за органами исполнительной власти Российской Федерации, субъекта Российской Федерации и местными органами самоуправления права на установление и пересмотр цен;

рыночная цена - цена, которая формируется под влиянием спроса и предложения на товар в условиях конкурентного рынка;

сводный индекс цен - взвешенное среднее значение всех индивидуальных индексов цен;

сезонность - повторяющиеся изменения, которые могут вызываться сменой времен года, периодом созревания зерновых, овощей и фруктов и их переработки, выполнением определенных работ, а также с обычаями, традициями, праздниками и пр.;

сопоставимая цена (тариф) - цена на один и тот же товар (услугу) с конкретными потребительскими свойствами (ценовая котировка), зарегистрированная в отчетном и базисном периодах в одной и той же организации торговли (сферы услуг);

средние сопоставимые цены - цены на товар (услугу)-представитель, рассчитанные из постоянного количества сопоставимых цен на товары с конкретными потребительскими свойствами (ценовых котировок) в отчетном и базисном периодах;

тарифы на услуги - система ставок, по которым организации сферы услуг реализуют их потребителям;

товар (услуга)-представитель - малая товарная группа, т.е. совокупность однородных по своему потребительскому назначению конкретных товаров (услуг) определенного вида, которые могут отличаться друг от друга незначительными особенностями (детальями), не влияющими на качество и их основные потребительские свойства;

торговая сеть - совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации;

цена - денежное выражение стоимости товара в единицах определенной валюты (национальной или международной) за количественную его единицу;

цена базисного периода - цена, принятая за базу сравнения при исчислении индекса цен;

ценовая котировка - цена товара (услуги), имеющего конкретные потребительские свойства (наименование, производитель, характерные особенности), зарегистрированная в определенной организации торговли (сферы услуг).