

**Шкала однородности совокупности на основе  
коэффициента вариации**

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

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 его наличия в продаже во многих организациях 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 во многих организациях торговли (сферы услуг), в том числе сетевых;

$R_j=2$  – «средняя сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий простые характеристики и присутствующий в продаже, как правило, в организациях торговли, являющихся субъектами малого предпринимательства;

$R_j=3$  – «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 отдельных торговых точках.

Величина условной сложности регистрации цены товара (услуги)-представителя определяется специалистами территориальных органов Росстата.

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

### **6.5 Замена товаров (услуг) и объектов наблюдения при регистрации потребительских цен**

35. 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, в том числе из резерва, товара (услуги) или базовой организации торговли (сферы услуг).

а) Замена товара (услуги) осуществляется в случае:

исчезновения его из продажи в базовой организации торговли (сферы услуг) и 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), 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, 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.

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

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.

### б) Методы замены товаров и услуг.

При регулярном сборе цен в течение отчетного года при полном исчезновении из продажи товара (услуги) в конкретном объекте наблюдения допускается их замена на аналогичный товар (услугу) из резерва.

Для этого может применяться один из следующих методов:

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 определенном месяце в реализации отсутствует товар А в упаковке по 0,5 кг. В дальнейшем товар А продается в упаковках по 0,75 кг и 0,25 кг.

Таблица 3

**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 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 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.

в) 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:

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

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 включения в наблюдение нового объекта 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.

## **6.6 Особенности наблюдения за ценами на сезонные товары (услуги)**

36. 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 импутации ценовой информации.

### 37. Сезонные товары.

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 отечественного производства 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 значений цен 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.

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 группам 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.

Импутация 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:

с учетом динамики цен на несезонные товары данной группы;

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;

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.);

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.

Методы формирования расчетных цен и замены товаров применимы и для других категорий сезонных непродовольственных товаров, например, обуви, товаров для туризма и т. п.

### 38. Сезонные услуги.

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:

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;

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.

### **6.7 Проверка достоверности информации об уровнях потребительских цен**

39. 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:

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.

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.

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

### **6.8 Определение источников информации о ценах для каждого товара (услуги)-представителя в каждом субъекте Российской Федерации и порядок их комбинирования**

40. В процессе перехода от традиционных методов регистрации потребительских цен к использованию «Больших данных», каждый субъект Российской Федерации будет находиться в определенной конфигурации



источников данных. В каждом городе региона цена на конкретный товар (услугу)-представитель может быть зарегистрирована с использованием:

«Больших данных»;

традиционных методов регистрации;

комбинирования «Больших данных» и традиционных методов.

В процессе отбора ценовых котировок из различных источников необходимо использовать системы альтернативных данных в порядке их приоритетности:

данные ККТ, предоставляемые ФНС России<sup>1</sup>;

данные ККТ из ГИС МТ.

Данные веб-скрейпинга рассматриваются как дополнительный источник данных о ценах и могут комбинироваться с любым из вышеперечисленных источников и традиционной регистрацией цен.

Из источников альтернативных данных отбираются ценовые котировки по каждому городу для каждого товара (услуги)-представителя в соответствии с определенным минимальным количеством котировок. Если сведений из источников Больших данных недостаточно, то используются данные традиционной регистрации.

а) Определение источников информации о ценах.

В случае наличия в конкретном городе достаточного количества ценовых котировок в рамках определенного товара (услуги)-представителя и организаций, полученных на основе «Больших данных» (данных ККТ или веб-скрейпинга), традиционные методы регистрации по отношению к данному товару (услуге)-представителю не применяются.

В обратном случае данные о ценах для расчета ИПЦ комбинируются путем дополнения традиционным источником наблюдения, т.е. сбором информации регистраторами цен.

---

<sup>1</sup> При наличии технической возможности использования данных.

«Большие данные» могут быть комбинированы с традиционными данными на разных этапах расчета индексов цен:

- расчет индивидуальных индексов цен на товар (услугу)-представитель;
- расчет агрегатных индексов цен на товар (услугу)-представитель;
- расчет сводного индекса цен.

Существуют несколько вариантов комбинирования данных для разных товаров (услуг), например, комбинирование на уровне расчета индивидуальных индексов цен на товар (услугу)-представитель, когда, изменения цен в ряде организаций (определенных на этапе составления выборки) происходят на основе данных ККТ<sup>1</sup>, а в ряде организаций (например, на розничных рынках) – традиционным методом регистрации.

Для того, чтобы сформировать определенную конфигурацию методов сбора данных, каждый субъект Российской Федерации и города в нем должны руководствоваться принципами, приведенными ниже.

#### б) Принципы комбинирования нескольких источников информации.

При принятии решения об использовании источников информации о ценах и их комбинировании в расчете ИПЦ, основополагающими являются следующие принципы:

определение типа регистрации цен осуществляется для товара (услуги)-представителя в каждом отдельном городе;

преимущественно используются «Большие данные»;

для использования «Больших данных» должно быть обеспечено достаточное покрытие конкретного сегмента организаций в городе (например, сетевые магазины);

данные веб-скрейпинга используются наряду с данными ККТ и данными традиционной регистрации цен;

в случае недостаточности данных ККТ (из-за сложности распознавания

---

<sup>1</sup> При наличии технической возможности использования данных.

наименований) для маркированных товаров используются данные ГИС МТ. При этом данные ККТ и ГИС МТ никогда не комбинируются во избежание дублирования информации;

при комбинировании источников информации необходимо соблюдение сопоставимости их использования в течение отчетного года;

при полной невозможности использования данных ККТ сохраняется традиционный метод сбора информации о ценах;

При комбинировании источников информации о ценах на уровне города по отдельному товару (услуге)-представителю индивидуальный индекс цен рассчитывается как средняя геометрическая простая из изменений цен по сопоставимым ценовым котировкам:

$$I_{gj,t/(t-1)} = \sqrt[n]{i_{gj,c1,s1,t/(t-1)} * i_{gj,c2,s1,t/(t-1)} * \dots * i_{gj,cn,s2,t/(t-1)}}, \quad (12)$$

где:

$I_{gj,t/(t-1)}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в городе  $g$  в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$i_{gj,c1,s1,t/(t-1)}, \dots, i_{gj,cn,s2,t/(t-1)}$  – 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;

$c$  – ценовая котировка в рамках товара (услуги)-представителя;

$s$  – источник информации;

$t$  – отчетный период;

$t - 1$  – предыдущий период;

$n$  – количество ценовых котировок.

## **VII. Порядок формирования весов для расчета индексов потребительских цен и средних потребительских цен на товары и услуги**

### **7.1 Система весов**

41. Для расчета индексов потребительских цен и средних цен используется следующие показатели:

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.

Пересмотр весов, используемых при построении индексов потребительских цен, осуществляется ежегодно. Структура потребительских расходов населения по всем субъектам Российской Федерации утверждается нормативным актом Росстата в начале текущего года обследования до расчета ИПЦ за январь.

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.

## **7.2 Информационная основа для формирования структуры потребительских расходов**

42. Информационной основой при формировании структуры потребительских расходов населения по субъекту Российской Федерации являются данные о потребительских расходах домашних хозяйств, полученные по итогам Выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств на территории всех субъектов Российской Федерации в группировке КИПЦ-ДХ.

В классификаторе основные направления потребления домашних хозяйств (разделы) последовательно детализированы на группы, классы, категории, в состав которых входят соответствующие виды товаров и услуг, приобретенные или произведенные домашними хозяйствами для личного потребления, имеющие сходную сферу использования.

Классы в КИПЦ-ДХ подразделяются на типы и обозначаются как НД (недлительного пользования), ПД (полудлительного пользования), Д (длительного пользования). Классы, содержащие услуги, обозначены У. 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.

При формировании структуры потребительских расходов населения распределение расходов домашних хозяйств осуществляется, в основном, внутри соответствующих классов, категорий и видов расходов КИПЦ-ДХ.

Данное распределение производится в соответствии с описанием перечня товаров и услуг, относящихся к соответствующему направлению потребления, приведенного в КИПЦ-ДХ.

Формирование весов для расчета ИПЦ осуществляется на базе информации о потребительских расходах домашних хозяйств за два последних смежных года (8 кварталов, предшествующих последнему кварталу предыдущего года).

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

а) разработка СПР по субъектам Российской Федерации 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 и по федеральным округам на основе структур потребительских расходов субъектов Российской Федерации.

### 7.3 Формирование структуры потребительских расходов населения по субъекту Российской Федерации

44. Основными этапами расчета 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 потребительских расходов домашних хозяйств за два смещенных года;

б) 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.

Корректировка расходов домашних хозяйств на алкоголь осуществляется в следующей последовательности:

расчет удельного веса расходов на алкогольные напитки в общих потребительских расходах на товары (отношение потребительских расходов на алкогольные напитки к сумме расходов на товары –  $A1$ );

расчет удельного веса алкогольных напитков в розничном товарообороте, по данным статистики рыночных услуг (расчетный показатель, полученный на основе информации по форме федерального статистического

наблюдения № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг» – А2);

расчет повышающего коэффициента расходов домашних хозяйств на алкогольные напитки  $D_1$ . Данный показатель определяется путем соотношения показателей, характеризующих удельный вес алкогольных напитков в розничном товарообороте (А2), и удельный вес алкогольных напитков в расходах домашних хозяйств на товары (А1):

$$D_1 = A_2 / A_1, (13)$$

расчет потребительских расходов домашних хозяйств на наблюдаемые виды алкогольных напитков с учетом повышающего коэффициента корректировки на алкогольные напитки;

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

в) 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 расходов домашних хозяйств.

Алгоритмы распределения расходов домашних хозяйств по статьям набора товаров (услуг)-представителей для расчета ИПЦ разрабатываются в связи с тем, что многие статьи потребительских расходов домашних хозяйств не совпадают с перечнем товаров (услуг)-представителей для расчета ИПЦ.

Таким образом, чтобы каждый товар (услуга) набора, используемый для расчета ИПЦ, имел свой вес, следует при помощи алгоритмов распределения разукрупнить или сгруппировать отдельные статьи расходов домашних хозяйств.



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 распределения относятся в определенных долях по позициям набора товаров (услуг)-представителей «Легковой автомобиль отечественный новый», «Легковой автомобиль иностранной марки, новый».

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 позиций, 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-ДХ).

При разработке алгоритмов распределения расходов с применением методов долевого и условного отнесения ( долевого распределения) необходимо использование специальных коэффициентов распределения расходов, определяющих пропорцию распределения отдельных статей расходов домашних хозяйств по видам товаров (услуг)-представителей.

Разработка коэффициентов распределения осуществляется расчетным путем, а также с использованием следующих 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).

В КИПЦ-ДХ, в соответствии с которым происходит распределение расходов домашних хозяйств, 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 в соответствии с описанием состава указанных статей расходов в «Структуре Классификатора индивидуального потребления по целям домашних хозяйств»;

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 среднегодовых расходов по каждой позиции, по которой определен вес в структуре потребительских расходов населения, включая позиции, вновь введенные в наблюдение, начиная с года, для которого производится формирование структуры потребительских расходов населения.

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.

$$K_{rj} = p_{rjd,(T-1)} / \bar{p}_{rj,24}, \quad (14)$$

где:

$K_{rj}$  – коэффициент актуализации среднегодовых расходов на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$ ;

$p_{rjd,(T-1)}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$  в декабре предыдущего года ( $d,(T-1)$ );

$\bar{p}_{rj,24}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$  в среднем за два смещенных года (24 месяца);

$г$  – 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.

$$\bar{p}_{rj,24} = \sum_{t=1}^{24} p_{rj,t} / 24, \quad (15)$$

где:

$\bar{p}_{rj,t}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$  за месяц ( $t$ ).

Для определения коэффициентов актуализации по вновь введенным в наблюдение позициям используются разработанные коэффициенты

актуализации по родственным позициям-компаньонам или групповым 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.

#### **7.4 Формирование структуры потребительских расходов населения по Российской Федерации (федеральному округу)**

45. Формирование системы весов для расчета индексов потребительских цен и средних цен на товары и услуги по Российской Федерации и федеральным округам осуществляется на базе структур потребительских расходов населения, разработанных территориальными органами государственной статистики субъектов Российской Федерации (приведенных к ценам декабря года, предыдущего года).

Потребительские расходы по Российской Федерации и федеральным округам определяются путем суммирования потребительских расходов за два смещенных года в расчете за год, по каждому товару (услуге)-представителю по всем субъектам Российской Федерации (для федерального округа – входящим в состав данного федерального округа).

Формирование структуры потребительских расходов населения (в долях к итогу), используемой для расчета групповых индексов и ИПЦ по Российской Федерации и по федеральным округам, осуществляется путем отнесения потребительских расходов населения по каждой позиции набора товаров (услуг) к общей сумме потребительских расходов по России в целом и по федеральному округу.

Для расчета индексов потребительских цен на каждый товар (услугу) в целом по Российской Федерации осуществляется расчет долей

потребительских расходов населения (далее – ДПР) субъектов Российской Федерации.

Расчет производится по каждому товару (услуге) путем отнесения расходов по каждому субъекту Российской Федерации, к общей сумме потребительских расходов на данный товар (услугу) в целом по Российской Федерации.

Затем осуществляется суммирование рассчитанных долей всех субъектов Российской Федерации. Данная сумма должна быть равна 1,00000.

ДПР субъектов Российской Федерации в общих потребительских расходах Российской Федерации рассчитываются с точностью до 5 знаков после запятой.

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.

### **7.5 Формирование объемов потребления и долей объемов потребления товаров и услуг в субъектах Российской Федерации**

46. Для расчета средних цен по отдельным видам товаров и услуг используются данные об объемах потребления и долях объемов потребления товаров и услуг отдельных субъектов Российской Федерации в общем объеме потребления товаров и услуг по Российской Федерации и федеральным округам.

Формирование объемов потребления (в количественном выражении) отдельных видов товаров и услуг по субъекту Российской Федерации осуществляется путем деления потребительских расходов, распределенных на все население субъекта Российской Федерации, на товар (услугу) за два смещенных года, в расчете на год, в тысячах рублей на среднюю потребительскую цену за два смещенных года по данному товару (услуге).

По позициям, вновь включаемым в набор товаров (услуг)-представителей в новом отчетном году, для которого формируется структура потребительских расходов населения, расчет объемов потребления товаров (услуг) осуществляется путем деления потребительских расходов за два смещенных года, рассчитанных в среднем на один год, в тысячах рублей, по данной позиции на цену декабря предшествующего года, вводимую в качестве базисной цены для расчета в отчетном году индекса потребительских цен по данной позиции.

Доли объемов потребления 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.

$$Q_{rj} = R_{rj} / \bar{p}_{rj,24}, \quad (16)$$

$$d_{Qrj} = Q_{rj} / \sum_{r=1}^k Q_{rj}, \quad (17)$$

где:

$Q_{rj}$  – объем потребления (в натуральных единицах)  $j$ -го товара (услуги)-представителя субъекта Российской Федерации  $г$ ;

$R_{rj}$  – потребительские расходы населения в субъекте Российской Федерации  $г$  на  $j$ -й товар (услугу);

$\bar{p}_{rj,24}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$ , рассчитанная за период, принятый для формирования весов для исчисления ИПЦ;

$d_{Qrj}$  – доля объема потребления  $j$ -ого товара (услуги)-представителя субъекта Российской Федерации  $г$  в общем объеме ее потребления в России;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$г$  – субъект Российской Федерации;

$k$  – количество субъектов Российской Федерации.

## VIII. Расчет показателей статистики потребительских цен

### 8.1 Расчет средних потребительских цен на товары и услуги

47. 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:

$$\overline{p_{gj}} = \Pi(p_{cgj})^{1/n}, (18)$$

где:

$\overline{p_{gj}}$  – средняя потребительская цена (тариф) на j-й товар (услугу)-представитель в городе g;

$p_{cgj}$  – цены на товары (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, зарегистрированные в различных организациях торговли (сферы услуг) города g (ценовые котировки);

$c$  – ценовая котировка;

$n$  – количество ценовых котировок  $c$ .

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 доли численности населения обследуемых городов, которые формируются в соответствии с «Методологическими рекомендациями по формированию структуры весов отдельных городов для расчета индекса потребительских цен регионального уровня», утвержденными приказом Росстата от 24 ноября 2017 г. № 777.

$$\overline{p_{rj}} = \sum_{g=1}^m (\overline{p_{gj}} * d_g) / \sum_{g=1}^m d_g, (19)$$

где:

$\overline{p_{rj}}$  – средняя цена (тариф) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$ ;

$\overline{p_{gj}}$  – средняя цена  $j$ -го товара (услуги)-представителя в городе  $г$ ;

$d_g$  – доля численности населения города  $г$  в общей численности населения субъекта Российской Федерации;

$г$  – город;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$r$  – субъект Российской Федерации;

$m$  – количество городов в субъекте Российской Федерации.

48. 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:

$$\overline{p_{fj}} = \sum_{r=1}^k (\overline{p_{rj}} * d_{Qrj}) / \sum_{r=1}^k d_{Qrj}, (20)$$

где:

$\overline{p_{fj}}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу);

$\overline{p_{rj}}$  – средняя цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $г$ ;

$d_{Qrj}$  – доля объема потребления  $j$ -ого товара (услуги)-представителя в субъекте Российской Федерации  $г$  по отношению к общему объему ее потребления в России;

$r$  – субъект Российской Федерации;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$f$  – Российская Федерация (федеральный округ);

$k$  – количество субъектов Российской Федерации (субъектов Российской Федерации, входящих в состав федерального округа).



## 8.2 Расчет индивидуальных и сводных индексов потребительских цен

### 49. Этапы расчета индекса потребительских цен.

Расчет 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.

50. 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.

$$i_{c,t/t-1} = p_{c,t}/p_{c,t-1} * 100, (21)$$

где:

$i_{c,t/t-1}$  – изменение цен на товар (услугу) с конкретными потребительскими свойствами (с) в отчетном периоде (t) по сравнению с предыдущим периодом (t-1);

$p_c$  – сопоставимая ценовая котировка;

$c$  – товар с конкретными потребительскими свойствами;

$t$  – отчетный месяц;

$t - 1$  – предыдущий месяц.

На втором этапе, на уровне города определяется индивидуальный индекс цен на отдельный товар (услугу)-представитель по формуле Джевонса, как невзвешенное среднее геометрическое соотношений ценовых котировок на один и тот же товар (услугу) в двух смежных периодах.

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

$$I_{gj,t/t-1} = \Pi(p_{cj,t}/p_{cj,t-1} * 100)^{1/n} = \Pi(i_{cj,t/t-1})^{1/n}, (22)$$

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;

$i_{cj,t/t-1}$  – изменения цен на товары (услуги) с конкретными потребительскими свойствами, зарегистрированных в различных организациях торговли (сферы услуг) города (ценовые котировки);

$p_{cj}$  – сопоставимая ценовая котировка на  $j$  товар (услугу)-представитель;

$g$  – город;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$c$  – товар с конкретными потребительскими свойствами;

$t$  – 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 товары (услуги)-представители в целом по субъекту Российской Федерации.

Расчет осуществляется по формуле:

для января

$$I_{rj,t_1/t_0} = \sum_{g=1}^m (d_{g0} \overline{p_{gj,t_0}} * I_{gj,t_1/t_0}) / \sum_{g=1}^m d_{g0} \overline{p_{gj,t_0}}, \quad (23)$$

для последующих месяцев

$$I_{rj,t/t-1} = \sum_{g=1}^m (d_{g0} \overline{p_{gj,t-1}} * I_{gj,t/t-1}) / \sum_{g=1}^m d_{g0} \overline{p_{gj,t-1}}, \quad (24)$$

где:

$I_{rj,t_1/t_0}$  – индекс цен (тарифов) на j-й товар (услугу)-представитель по субъекту Российской Федерации r 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 субъекту Российской Федерации r в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$I_{gj,t_1/t_0}$  – индекс цен (тарифов) на j-й товар (услугу)-представитель в городе g 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 городе g в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$d_{g0}$  – доля численности населения города g в общей численности населения субъекта Российской Федерации r в базисном периоде;

$\overline{p_{gjt_0}}$  – средняя цена (тариф) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в городе  $g$  в декабре предыдущего года;

$\overline{p_{gj,t-1}}$  – средняя цена (тариф) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в городе  $g$  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 товары и услуги), а также ИПЦ в целом по субъекту Российской Федерации.

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

для января

$$I_{rt_1/t_0} = \sum_{j=1}^l (p_{rj,t_0} q_{rj,t_0} * I_{rj,t_1/t_0}) / \sum_{j=1}^l p_{rj,t_0} q_{rj,t_0}, \quad (25)$$

для последующих месяцев

$$I_{rt/t-1} = \sum_{j=1}^l (p_{rj,t-1} q_{rj,t_0} * I_{rj,t_1/t-1}) / \sum_{j=1}^l p_{rj,t-1} q_{rj,t_0}, \quad (26)$$

где:

$I_{rt_1/t_0}$  – сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по субъекту Российской Федерации  $r$  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 субъекту Российской Федерации  $r$  в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$p_{rj,t_0}q_{rj,t_0}$  – потребительские расходы на приобретение  $j$ -го товара (услуги)-представителя в базисном периоде;

$p_{rj,t-1}q_{rj,t_0}$  – потребительские расходы населения на приобретение  $j$ -го товара (услуги)-представителя населения по субъекту Российской Федерации  $r$  в базисном периоде в ценах предыдущего месяца;

$I_{rj,t_1/t_0}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель населения по субъекту Российской Федерации  $r$  в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;

$I_{rj,t/t-1}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель населения по субъекту Российской Федерации  $r$  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.

51. 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:

для января

$$I_{fj,t_1/t_0} = \sum_{r=1}^k (p_{rj,t_0}q_{rj,t_0} * I_{rj,t_1/t_0}) / \sum_{r=1}^k p_{rj,t_0}q_{rj,t_0}, \quad (27)$$

для последующих месяцев

$$I_{fj,t/t-1} = \sum_{r=1}^k (p_{rj,t-1}q_{rj,t_0} * I_{rj,t_1/t-1}) / \sum_{r=1}^k p_{rj,t-1}q_{rj,t_0}, \quad (28)$$

где:

$I_{fj,t_1/t_0}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в январе по сравнению с декабрем предыдущего года;

$I_{fj,t/t-1}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$p_{rj,t}q_{rj,t}$  – потребительские расходы субъекта Российской Федерации  $r$  на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в базисном периоде (базисные потребительские расходы);

$p_{rj,t-1}q_{rj,t}$  – базисные потребительские расходы субъекта Российской Федерации  $r$  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 субъекте Российской Федерации  $r$  в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;

$I_{rj,t_1/t-1}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в субъекте Российской Федерации  $r$  в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$f$  – 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:

для января

$$I_{ft_1/t_0} = \sum_{j=1}^l (p_{fj,t_0} q_{fj,t_0} * I_{fj,t_1/t_0}) / \sum_{j=1}^l p_{fj,t_0} q_{fj,t_0}, \quad (29)$$

для последующих месяцев

$$I_{ft/t-1} = \sum (p_{fj,t-1} q_{fj,t_0} * I_{fj,t/t-1}) / \sum p_{fj,t-1} q_{fj,t_0}, \quad (30)$$

где:

$I_{ft_1/t_0}$  – 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;

$I_{ft/t-1}$  – сводный индекс потребительских цен и тарифов по группе товаров (услуг) по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$p_{fj,t_0} q_{fj,t_0}$  – потребительские расходы населения на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в базисном периоде (базисные расходы);

$p_{fj,t-1} q_{fj,t_0}$  – базисные потребительские расходы населения на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в ценах предыдущего месяца;

$I_{fj,t_1/t_0}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в январе отчетного года по сравнению с декабрем предыдущего года;

$I_{fj,t/t-1}$  – индекс цен (тарифов) на  $j$ -й товар (услугу)-представитель по Российской Федерации (федеральному округу) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем;

$f$  – 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.

52. Расчет индексов 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 соответствующему периоду предыдущего года.

Для расчета указанных индексов используются следующие формулы:  
к декабрю предыдущего года:

$$I_{t/t_0} = I_{t-1/t_0} * I_{t/t-1}/100, (31)$$

где:

$I_{t/t_0}$  – индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей отчетного месяца к декабрю предыдущего года;

$I_{t-1/t_0}$  – индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей предыдущего месяца к декабрю предыдущего года;

$I_{t/t-1}$  – индекс цен и тарифов по виду (группе) товаров (услуг)-представителей отчетного месяца к предыдущему месяцу;

$t$  – отчетный месяц;

$t - 1$  – предыдущий месяц;

$t_0$  – декабрь предыдущего года.

к соответствующему месяцу предыдущего года:

$$I_{tT/t(T-1)} = (I_{t_0(T-1)/t_0(T-2)} * I_{tT/t_0(T-1)})/I_{t(T-1)/t_0(T-2)}, (32)$$

где:

$I_{t_0(T-1)/t_0(T-2)}$  – индекс цен декабря предыдущего года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{tT/t_0(T-1)}$  – индекс цен отчетного месяца отчетного года к декабрю предыдущего года;



$I_{t(T-1)/t_0(T-2)}$  – индекс цен соответствующего месяца предыдущего года к декабрю 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:

$$I_{T/(T-1)} = \sum_{t=1}^n I_{tT}/t_0(T-2) / \sum_{t=1}^n I_{t(T-1)}/t_0(T-2) * 100, (33)$$

где:

$I_{tT}/t_0(T-2)$  – индекс цен месяца (t) текущего года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{t(T-1)}/t_0(T-2)$  – индекс цен месяца (t) предыдущего года к декабрю 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 IV кварталу предыдущего года, квартал к соответствующему кварталу предыдущего года.

Для расчета указанных индексов используются следующие формулы:

на конец квартала к концу предыдущего квартала:

$$I_{KtT} = I_{t/t-1} \times I_{t-1/t-2}/100 \times I_{t-2/t-3}/100, (34)$$

где:

$I_{t/t-1}$  – индекс цен последнего месяца отчетного квартала к предыдущему месяцу;

$I_{t-1/t-2}$  – индекс цен предыдущего месяца (среднего месяца отчетного квартала) к месяцу, предшествующему предыдущему (первым месяцем отчетного квартала);

$I_{t-2/t-3}$  – индекс цен первого месяца отчетного квартала к последнему месяцу 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:

$$I_{KT/(K-1)T} = \frac{I_{tT/t_0(T-2)} + I_{(t-1)T/t_0(T-2)} + I_{(t-2)T/t_0(T-2)}}{I_{(t-3)T/t_0(T-2)} + I_{(t-4)T/t_0(T-2)} + I_{(t-5)T/t_0(T-2)}} * 100, (35)$$

где:

$I_{tT/t_0(T-2)}$  – индекс цен третьего месяца отчетного квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-1)T/t_0(T-2)}$  – индекс цен второго месяца отчетного квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-2)T/t_0(T-2)}$  – индекс цен первого месяца отчетного квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-3)T/t_0(T-2)}$  – индекс цен третьего месяца предыдущего квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-4)T/t_0(T-2)}$  – индекс цен второго месяца предыдущего квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-5)T/t_0(T-2)}$  – индекс цен первого месяца предыдущего квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему.

квартал к IV кварталу предыдущего года:

$$I_{K/IVK,T-1} = I_{K-1,T/IVK,T-1} * I_{K,T/K-1,T}/100, (36)$$

где:

$I_{K/IVK,T-1}$  – индекс цен отчетного квартала к IV кварталу предыдущего года;

$I_{K-1,T}/IVK,T-1$  – индекс цен предыдущего квартала отчетного года к IV кварталу предыдущего года;

$I_{K,T}/K-1,T$  – индекс цен отчетного квартала к предыдущему кварталу отчетного года.

квартал к соответствующему кварталу предыдущего года:

$$I_{KT}/K(T-1) = \frac{I_{tT}/t_0(T-2) + I_{(t-1)T}/t_0(T-2) + I_{(t-2)T}/t_0(T-2)}{I_{t(T-1)}/t_0(T-2) + I_{(t-1)(T-1)}/t_0(T-2) + I_{(t-2)(T-1)}/t_0(T-2)} * 100, (37)$$

где:

$I_{tT}/t_0(T-2)$  – индекс цен третьего месяца отчетного квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-1)T}/t_0(T-2)$  – индекс цен второго месяца отчетного квартала к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{(t-2)T}/t_0(T-2)$  – индекс цен первого месяца отчетного квартала к декабрю 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.

Также рассчитывается индекс цен средний за период отчетного года (полугодие, 9 месяцев, год) к IV кварталу предыдущего года:

$$I_{P}/IVK,T-1 = \frac{(\sum_{t=1}^n I_{tT}/t_0(T-2))/n}{(\sum (I_{t10(T-1)}/t_0(T-2), I_{t11(T-1)}/t_0(T-2), I_{t12(T-1)}/t_0(T-2)))/3} * 100, (38)$$

где:

$I_{P}/IVK,T-1$  – индекс цен за период отчетного года (полугодие, 9 месяцев, год) к IV кварталу предыдущего года;

$I_{tT}/t_0(T-2)$  – индекс цен за месяц отчетного года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{t10(T-1)}/t_0(T-2)$  – индекс цен октября отчетного года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{t11(T-1)}/t_0(T-2)$  – индекс цен ноября отчетного года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$I_{t12(T-1)}/t_0(T-2)$  – индекс цен декабря отчетного года к декабрю года, предшествующего предыдущему;

$n$  – количество месяцев в периоде (для полугодия – 6, для 9 месяцев – 9, для года – 12).

### 53. Базовый индекс потребительских цен.

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

БИПЦ – показатель, исключаящий краткосрочные неравномерные изменения цен под влиянием отдельных факторов, которые носят административный или сезонный характер.

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 течение 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.

54. Расчет еженедельной оценки индекса потребительских цен по Российской Федерации.

Расчет оценки ИПЦ осуществляется только по Российской Федерации по сокращенному перечню товаров (услуг)-представителей аналогично индексу потребительских цен в соответствии с модифицированной формулой Ласпейреса.

Для расчета оценки ИПЦ по Российской Федерации в качестве весов используются объемы потребления по субъектам Российской Федерации и структура потребительских расходов населения для расчета ежемесячных индексов потребительских цен.

Для расчета оценки ИПЦ применяется векторно-кластерная модель, предусматривающая распределение товаров и услуг из ежемесячного набора для наблюдения за ценами по группам (кластерам) со схожей динамикой цен. Каждая группа (кластер) должна включать как минимум один товар (услугу)-представитель из еженедельного наблюдения. Таким образом, среднее значение изменения цен на наблюдаемые еженедельно виды товаров и услуг интерполируется на динамику цен ненаблюдаемых еженедельно товаров, объединенных в одну группу (кластер).

Поскольку в еженедельном наблюдении участвует ограниченное количество видов товаров и услуг для расчета оценки ИПЦ осуществляется дооценка изменения цен на ненаблюдаемые еженедельно товары и услуги.

При этом учитывается воздействие различных факторов, влияющих на формирование потребительской цены. В частности, учитывается влияние административной и событийной составляющих. В этих целях используются информация, содержащаяся в принятых законодательных и нормативных актах органов власти, ведомств и организаций различного уровня, опубликованные данные о мероприятиях, проводимых субъектами естественных монополий, о курсе российского рубля по отношению к иностранным валютам и т.п. Осуществляется анализ затратной и сезонной составляющих. С этой целью используется информация об индексах цен производителей за предыдущий

период и исторических данных статистики потребительских цен, а также других направлений статистики.

#### 55. Формирование стоимостей 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.

Перечни товаров (услуг)-представителей, входящих в состав наборов, утверждаются нормативным актом Росстата.

а) 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.

Расчет стоимости условного (минимального) набора продуктов питания по субъектам Российской Федерации, федеральным округам и России осуществляется по формуле:

$$\overline{COST}_r = \sum_{j=1}^n (GNP_{rj} * \overline{p}_{rj}) / 12, (39)$$

где:

$\overline{COST}_r$  – стоимость условного (минимального) набора продуктов питания за месяц по субъекту Российской Федерации г;

$GNP_{rj}$  – годовые условные объемы потребления продуктов питания, входящих в набор;

$\overline{p}_{rj}$  – средняя потребительская цена за месяц  $j$ -го товара-представителя, входящего в набор, по субъекту Российской Федерации  $г$ ;

$г$  – субъект Российской Федерации;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$n$  – число товаров (услуг)-представителей, входящих в набор.

б) 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 (групп услуг), 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 приказом Росстата и размещается на его официальном сайте.

Расчет стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения по субъектам Российской Федерации, федеральным округам и России осуществляется по формуле:

$$\overline{COSTF}_r = \sum_{j=1}^n (GNPF_{rj} * \overline{p}_{rj}) / 12, (40)$$

где:

$\overline{COSTF}_r$  – стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг за месяц по субъекту Российской Федерации  $r$ ;

$GNPF_{rj}$  – годовые условные объемы потребления продуктов питания, входящих в набор;

$\overline{p}_{rj}$  – средняя потребительская цена за месяц  $j$ -го товара-представителя, входящего в набор, по субъекту Российской Федерации  $r$ ;

$r$  – субъект Российской Федерации;

$j$  – товар (услуга)-представитель;

$n$  – число товаров (услуг)-представителей, входящих в набор.

#### 56. Расчет индексов стоимости жизни.

ИСЖ является относительным показателем, характеризующим различия в уровне цен в фиксированный момент времени в пространстве, в отличие от ИПЦ, который измеряет изменение общего уровня цен во времени.

ИСЖ рассчитывается в целом за год с использованием среднегодовых цен на товары (услуги)-представители, включенные в перечень для формирования ИСЖ, и весов для расчета ИСЖ по отобранным в наблюдение за потребительскими ценами городам Российской Федерации.

В набор для расчета ИСЖ включаются товары (услуги)-представители из основных товарных групп и групп услуг, устойчиво присутствующие на потребительском рынке всех городов и пользующиеся наибольшим спросом населения.

В качестве весов для определения ИСЖ используется единая для всех городов структура потребительских расходов населения, формируемая на основе данных обследования бюджетов домашних хозяйств в целом по Российской Федерации для совокупности товаров (услуг)-представителей, входящих в набор для расчета ИСЖ.

Актуализация весов и, при необходимости, набора для расчета ИСЖ осуществляется ежегодно. Перечень товаров (услуг)-представителей, входящих в набор для расчета ИСЖ, утверждается нормативным актом Росстата.

Расчет ИСЖ осуществляется по следующей формуле:

$$S'_g = \sum_1^l (Pg'_{gj} * W_j) / \sum_1^l W_j, (41)$$

где:

$S'_g$  – индекс стоимости жизни в городе  $g$ ;

$W_j$  – вес  $j$ -ого товара (услуги)-представителя в общих потребительских расходах населения на набор для расчета ИСЖ;

$l$  – количество товаров (услуг)-представителей в наборе;

$Pg'_{gj}$  – соотношение среднегодовой цены на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в городе  $g$  с его среднегодовой ценой по России в целом, рассчитываемое по формуле:

$$Pg'_{gj} = \overline{Pg_{gj}} / \overline{Pg_{gs}}, (42)$$

где:

$\overline{Pg_{gj}}$  – среднегодовая цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в городе  $g$ ;

$\overline{Pg_{gs}}$  – среднегодовая цена на  $j$ -й товар (услугу)-представитель в Российской Федерации.

Среднегодовая цена рассчитывается по формуле средней арифметической простой:

$$\overline{P_{gj}} = (\overline{P_{1gj}} + \overline{P_{2gj}} + \dots + \overline{P_{12gj}}) / 12, \quad (43)$$

где:

$\overline{P_{gj}}$  – среднегодовая цена на j-й товар (услугу)-представитель в городе g;

$(\overline{P_{1gj}} + \overline{P_{2gj}} + \dots + \overline{P_{12gj}})$  – средние цены на j-й товар (услугу)-представитель в городе g в январе, феврале ... декабре отчетного года.

ИСЖ по городам исчисляется в разгах с двумя знаками после запятой, по России в целом значение составляет «1,00».

## **IX. Публикация информации**

57. Информация об отобранных для наблюдения за потребительскими ценами товарах (услугах)-представителях, городах Российской Федерации, структуре потребительских расходов населения по Российской Федерации и субъектам Российской Федерации, используемой для формирования индексов потребительских цен, а также информация об индексах потребительских цен и средних потребительских ценах на наблюдаемые товары (услуги)-представители по России, федеральным округам и субъектам Российской Федерации, оценке индекса потребительских цен по Российской Федерации размещается на официальном сайте Росстата в сети «Интернет» в сроки, предусмотренные Федеральным планом статистических работ.

Рассчитанные и опубликованные ежемесячные индексы потребительских цен на товары и услуги и еженедельные данные об оценке индекса потребительских цен являются официальной статистической информацией и не подлежат корректировке.

В целях международных сопоставлений информация об индексах

потребительских цен на товары и услуги в соответствии с международными стандартами размещается с одним десятичным знаком после запятой.

На официальном сайте Росстата в сети «Интернет», в том числе в базах данных, информация об индексах потребительских цен на товары и услуги размещается с двумя десятичными знаками после запятой.

Структура потребительских расходов населения, используемая для формирования ИПЦ, размещается на официальном сайте Росстата в сети «Интернет» в процентах с тремя десятичными знаками после запятой.

**П Е Р Е Ч Е Н Ь**  
**приказов Росстата, признаваемых утратившими силу**

1. Приказ Росстата от 8 августа 2012 г. № 440 «Об утверждении Методологических рекомендаций по расчету индексов стоимости жизни в отдельных городах Российской Федерации»;

2. Приказ Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734 «Об утверждении Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен»;

3. Приказ Росстата от 2 ноября 2015 г. № 519 «Об утверждении Официальной статистической методологии по определению еженедельной оценки индекса потребительских цен»;

4. Приказ Росстата от 27 ноября 2017 г. № 780 «О внесении изменений в Официальную статистическую методологию организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734 и в Официальной статистической методологии по определению еженедельной оценки индекса потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 2 ноября 2015 г. № 519»;

5. Приказ Росстата от 21 января 2019 г. № 12 «О внесении изменений в Официальную статистическую методологию организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734»;

6. Приказ Росстата от 27 ноября 2019 г. № 710 «О внесении изменений в Официальную статистическую методологию организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734»;

7. Приказ Росстата от 25 ноября 2020 г. № 732 «О внесении изменений в Официальную статистическую методологию по определению еженедельной оценки индекса потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 2 ноября 2015 г. № 519»;

8. Приказ Росстата от 28 апреля 2021 г. № 236 «О внесении изменений в Официальную статистическую методологию организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденную приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734».

---