

SUPPORTING PAPER No 3 (14)*
24 October 2001

RUSSIAN ONLY

**STATISTICAL COMMISSION and
ECONOMIC COMMISSION FOR EUROPE**

**INTERNATIONAL LABOUR
ORGANISATION (ILO)**

**CONFERENCE OF EUROPEAN
STATISTICIANS**

**Joint ECE/ILO Meeting
on Consumer Price Indices
(Geneva, 1-2 November 2001)**

**Практические вопросы обеспечения репрезентативности
выборки при расчетах индекса потребительских цен в
Кыргызской Республике**

Supporting paper submitted by National Statistical Committee of Kyrgyz Republic**

* Paper posted on Internet as submitted by the country.

** Prepared by Ms. Nailja Butabajeva, National Statistical Committee of Kyrgyz Republic.

Национальный Статистический комитет
Кыргызской Республики
Бутабаева Наилия Руслановна
- начальник отдела статистики цен

Доклад на тему:

Практические вопросы обеспечения репрезентативности выборки при расчетах индекса потребительских цен в Кыргызской Республике

Резюме

1. Построение индекса потребительских цен (ИПЦ) является сложным процессом, который требует решения целого ряда важных задач. Одной из основных задач организаторов выборочного обследования является репрезентативный отбор товаров и услуг¹. Основой для определения весов и отбора товаров служат результаты обследования потребительских расходов. Результаты такого обследования дают возможность принятия решений в отношении числа товаров и методов их отбора в индексе, методы замещения и досчета цен при отсутствии их в период регистрации.

Охват потребительских товаров и услуг

2. Источником информации для репрезентативного отбора товаров являются данные результатов обследования домашних хозяйств, а также данные о структуре розничного товарооборота. Потребительские расходы домашних хозяйств охватывают все товары, приобретаемые для потребления, за исключением расходов, связанных с их коммерческой деятельностью, взносы в пенсионные фонды и фонды социального страхования, подоходный налог, накопление, подарки, а также товары, для которых не существует реальной рыночной цены (собственное потребление сельскохозяйственной продукции, произведенной в личных подсобных хозяйствах). Структура потребительских расходов определяется по категории «все население».

Отбор товаров

3. При отборе товаров для ИПЦ используются следующие критерии:
- товар должен обладать значительным весом в потреблении домохозяйств;
 - товар должен иметь четкую спецификацию;
 - товар должен поддаваться измерению;
 - товар должен являться одним из основных продуктов и потребляться в течение длительного периода даже не обладая значительным весом в потреблении домохозяйств.

¹ Термин «товар» используется в отношении любых товаров и услуг, определенных для регистрации цен

4. В набор товаров включены товары массового потребительского спроса, а также необязательного пользования (легковые автомобили, их техническое обслуживание, ювелирные изделия и т.д.). Товары, характеризующиеся незначительными весами в структуре потребления необходимы для формирования товарных подгрупп (например, доставка писем по почте).

5. Формирование выборки товаров в республике можно охарактеризовать как комбинацию порогового и преднамеренного отборов. Отбор товаров производится на республиканском уровне и представляет собой двухступенчатую процедуру. На первой стадии отбирается определенное число товарных подгрупп на основе расходов домохозяйств. Спецификации товаров, в особенности товаров длительного пользования носят общий характер с целью облегчения определения пользующихся наибольшим спросом наименований в каждой торговой точке. Критериями спецификации является единица измерения и некоторые технические характеристики.

6. На втором этапе формируется выборка товаров репрезентантов конкретных товаров из каждой подгруппы, с учетом мнений специалистов по ценам других ведомств. Для определения удельного веса детализированных статей используется дополнительная информация о структуре розничного товарооборота. Критерием, определяющим число регистрируемых цен на различные товары, является их вес в расходах и вариация в ценах. Большое число цен регистрируется по тем товарам, которые характеризуются высокой вариацией цен, и частым потреблением товара. Регистраторы регионов на местах детализируют общее описание наиболее представительных товаров внутри товарных подгрупп.

7. В целом ИПЦ охватывает 347 товаров. Индекс содержит три подмножества: *продовольственные товары*, на которую приходится 34% наименований товаров общего индекса, *непродовольственные товары* - 51%, и *услуги* - 15% наименований. Кроме того индекс разделен на 10 основных групп. Они сгруппированы по сферам деятельности в соответствии с системой национальных счетов (СНС).

Таблица

Основные группы	Число товаров	Процент наименования товаров
01. Пищевые продукты , напитки и табачные изделия	117	34
02. Одежда и обувь	85	24
03. Жилье, вода, электроэнергия, газ и прочие виды топлива	15	4
04. Мебель, бытовые приборы и ремонт	41	12
05. Здравоохранение	14	4
06. Транспорт	17	5
07. Отдых, развлечения и культура	23	7
08. Образование	4	1
09. Гостиницы, кафе и рестораны	6	2
10. Прочие товары и услуги	25	7

8. В течение года выборка носит фиксированный характер. Торговые марки, размер и другие характеристики могут подвергаться изменениям, но базовое определение товара должно оставаться неизменным до тех пор пока не будет данных о значительных его изменениях. Ежемесячно регистрируется около 40 000 цен.

Специальные методики оценки отдельных групп товаров

9. При сборе информации о ценах на определенные группы товаров, предназначенной для вычисления ИПЦ, используются специальные методики оценки.

Квартирная плата

10. При учете жилья в ИПЦ применяется метод, базирующийся на эквиваленте арендной платы. Используется подход, основанный на учете расходов по ремонту и техническому обслуживанию. Для расчета ИПЦ должна быть составлена репрезентативная выборка из пяти типов или размеров арендуемых жилых помещений. Спецификации этих жилых помещений должны оставаться неизменными, а данные о ценах должны ежемесячно запрашиваться у соответствующих организаций. Фиксируется цена за 1 м² жилой (полезной) площади. Цены недвижимого имущества и их капитального ремонта не включаются в расчет ИПЦ, т.к. в данном случае речь идет о помещении капитала, что дает возможность жить в квартире, а не что-либо потреблять.

Личный транспорт

11. В расчет для индекса цен принимаются цены за приобретение в магазинах новых товаров. В потребительскую корзину ИПЦ не включаются расходы потребителей на покупку подержанных автомобилей, т.к. стоимость таких операций лишь в небольшой степени отражаются в заявленных доходах лиц, продающих эти подержанные машины, а разность между соответствующими суммами сводится к доходам вероятных посредников, которая с трудом поддается определению. Оценка рыночных цен на “подержанные” автомобили при расчетах индекса будет использоваться в будущем.

Услуги здравоохранения

12. Регистрация цен проводится в государственных и ведомственных поликлиниках. Регистрируется фактическая цена услуги для взрослого человека, оплаченная им за наличный расчет или по перечислению с его лицевого счета. Не подлежат регистрации цены на услуги, оказываемые работникам предприятий и организаций, оплаченные этими предприятиями по безналичному расчету (договорам).

Фрукты и овощи

13. Фрукты и овощи, продаваемые поштучно не исключаются из набора потребительской корзины. Эти товары взвешивают, чтобы определить средний вес одной штуки. Например, если определяется ценовая характеристика лимона среднего размера по цене 4 сома за штуку, то фиксируется суммарный вес двух лимонов, деленный пополам, а затем рассчитывается цена за 1 килограмм путем деления цены 1 штуки на полученный средний вес.

Залоговая цена

14. Залоговая цена пустых бутылок в расчет ИПЦ не включается, т.к. потребитель может купить напиток и просто выбросить пустую бутылку или сдать по цене ниже ее стоимости. В настоящее время нет информации о потребительских расходах населения на нее.

Актуализация выборки

15. Актуализация выборки товаров производится ежегодно при смене весов базисного года. Индекс потребительских цен опирается на результаты непрерывного наблюдения выборки цен на определенные товары. В случае исчезновения продуктов они должны заменяться новыми, так как в ином случае выборка не будет являться репрезентативной. Новые товары включаются в выборку в тех случаях, когда их веса в ИПЦ становятся значительными. В случае несезонных товаров учет отсутствующих данных о ценах зависит от длительности периода отсутствия. Если данные отсутствуют в течение 1-2 месяцев, в таком случае используются результаты предыдущей регистрации, в случае более длительного отсутствия данные оцениваются путем экстраполяции ранее зарегистрированной цены с помощью среднего изменения сообщенных цен по аналогичному товару.

Пример

16. С течением времени либо по причине изменения потребления домашних хозяйств, либо из-за технического прогресса, либо по каким другим причинам выборочная совокупность товаров-представителей может потерять свою репрезентативность. В таких случаях производится замена товаров. Изъятие устаревших видов товаров и включение нового товара не должно оказывать прямого влияния на индекс. Если новый товар сопоставим со старым по всем своим характеристикам, влияющим на его цену, то есть отсутствует различие в качестве, то ценовой ряд будет продолжаться и после замещения. При наличии существенных различий в качестве между старыми и новыми товарами необходимо избегать прямого сопоставления. В этом случае создается новый ряд цен, начиная с базисного периода. Например, в феврале года *A* на рынке наблюдали цветной телевизор “Горизонт”, цена на который составляла 3000 сомов. Индекс февраля года *A* на базе среднегодовой цены года *A-1* составлял:

$$102,7\% = 3000/2920$$

В марте года *A* регистратор вынужден ввести в наблюдение цветной телевизор “Радуга”, продаваемый за 3500 сомов, в связи с исчезновением на длительный период “Горизонта”, который отличается от предыдущей марки диаметром кинескопа и др. техническими характеристиками. Новому товару приписывается такое же повышение цен по сравнению с базисным периодом, как и старому, т.е. индекс цен телевизора “Радуга” в марте года *A* равен индексу февраля, а именно- 102,7% на базе года $A-I = 100$. Это приводит к тому, что телевизору “Радуга” приписывается условная базисная цена:

$$(3500 \cdot 100) / 102,7 = 3407,98$$

и создается новый цепной ряд. С увеличением числа однородных товарных групп проблема с заменой товаров уменьшается.

17. Если исключить из данных товара составляющую “качества” путем проведения специальной корректировки, то ряд можно продолжить. Тогда на индекс будет оказывать влияние чистое изменение цены. Но, для применения специальной корректировки необходимо будет использовать как можно более полно все имеющиеся источники информации о товаре, с привлечением экспертов из различных отраслей экономики. На сегодняшний день этот метод является весьма сложным, потребности в информации и расходы по обработке - весьма значительными. Такую возможность можно будет учитывать в будущем.

Заключение

18. Выборка товаров и услуг представляет собой репрезентативный набор наиболее часто потребляемых населением товаров и услуг, единый для всех регионов республики. В него также включены отдельные товары и услуги необязательного пользования (ювелирные изделия, автомобили и др.). Отбор товаров-представителей производится на республиканском уровне. Исходной информацией для централизованного отбора товаров являются данные обследования домашних хозяйств о распределении расходов семей на приобретение товаров и услуг по категории “все население” и данных об обороте товара. Процесс отбора представляет собой комбинацию преднамеренного и порогового отбора. Актуализация выборки товаров производится ежегодно при смене весов базисного года. Важным направлением предстоящей работы является переход на дифференцированную по областям структуру весов в расчете ИПЦ и оценка рыночных цен на подержанные автомобили, которая сопряжена с трудностью нахождения сопоставимых моделей в разные периоды времени, а также проблемами обучения регистраторов оценивать и находить подержанные автомобили с постоянным качеством.