

**Межгосударственный статистический комитет
Содружества Независимых Государств**



ХРЕСТОМАТИЯ
практико-ориентированного комплекса
учебно-методических материалов
по курсу
«ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН»

ХРЕСТОМАТИЯ
практико-ориентированного комплекса
учебно-методических материалов
по курсу
«ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН»
Рекомендация по работе с хрестоматией.

Хрестоматия является основной для самостоятельного изучения материала слушателями и их подготовки к участию в итоговом семинаре-тренинге. Она состоит из двух частей.

Первая часть – выдержки из «Руководства по индексам потребительских цен: теория и практика» (ООН, МОТ, МВФ, Всемирный Банк, ОЭСР, Евростат), являющегося основным международным методологическим материалом по теме.

Вторая часть – ссылки на материалы в электронной форме, с которыми также необходимо ознакомиться для успешного овладения учебным материалом.

**Часть 1. Выдержки из «Руководства по индексам потребительских цен:
теория и практика» (ООН, МОТ, МВФ, Всемирный Банк, ОЭСР,
Евростат)**

Введение

Международная организация труда (МОТ), Международный Валютный Фонд (МВФ), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Статистическое бюро Европейских сообществ (Евростат), Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (ЕЭК ООН) и Всемирный банк в сотрудничестве с экспертами ряда национальных органов статистики и университетов совместно работали над подготовкой данного Руководства с 1998 года. Организации-спонсоры одобряют изложенные в Руководстве принципы и рекомендации в качестве надлежащей практики, которой статистическим ведомствам следует придерживаться при составлении индексов потребительских цен (ИПЦ). Однако ввиду практических и ресурсных ограничений некоторые из текущих рекомендаций не могут быть выполнены всеми органами статистики немедленно, и поэтому эти рекомендации должны служить для статистических ведомств ориентирами или целями при пересмотре ИПЦ и совершенствовании программ по их составлению. Не всегда существуют однозначные решения конкретных

концептуальных и практических проблем, таких как структура выборки, выбор формулы индекса, корректировка цен в связи с изменением качества и порядок учета новых продуктов. Поэтому в поиске практических решений органы статистики должны опираться на основополагающие экономические и статистические принципы, изложенные в настоящем Руководстве.

Индекс потребительских цен (ИПЦ) — это индекс, измеряющий ежемесячную (поквартальную) динамику цен на потребительские товары и услуги. Регистрация цен производится в магазинах или других розничных торговых точках. Обычный метод заключается в расчете среднего значения изменений цен на различные продукты за один период по сравнению с предыдущим с использованием в качестве весов средних сумм, затрачиваемых домашними хозяйствами на их приобретение. ИПЦ являются официальными статистическими показателями, составлением которых обычно занимаются национальные органы статистики, министерства труда или центральные банки. ИПЦ публикуются в максимально короткие сроки, как правило, в течение примерно десяти дней после окончания очередного месяца или квартала.

Руководство предназначено для пользователей ИПЦ, а также для статистических учреждений, составляющих эти индексы. Оно призвано решить две задачи. Во-первых, в нем достаточно подробно описываются используемые в настоящее время методы расчета ИПЦ. Во-вторых, в нем разъясняются основы экономической и статистической теории, на которую эти методы опираются.

ИПЦ измеряет темпы инфляции цен, с которой сталкиваются на собственном опыте и которую ощущают домашние хозяйства, выступающие в роли потребителей. Он также широко используется в качестве заменителя общего индекса инфляции для экономики в целом, отчасти благодаря частоте и своевременности его составления. ИПЦ стал важнейшим статистическим показателем для принятия экономических решений, особенно в сфере денежно-кредитной политики. Он часто упоминается в законодательстве и во многих частных контрактах в качестве показателя инфляции, который надлежит использовать для корректировки платежей (таких как заработная плата, арендные, процентные платежи и пособия по социальному страхованию) с учетом влияния инфляции. В связи с этим применение ИПЦ может иметь значимые и масштабные финансовые последствия как для органов государственного управления и предприятий, так и для домашних хозяйств.

В данном Руководстве приведены рекомендации для органов статистики и других ведомств, отвечающих за составление ИПЦ, принимая во внимание тот факт, что имеющиеся для этого ресурсы ограничены. Расчет ИПЦ невозможно свести к простому

набору правил или стандартному набору процедур, которым можно механически следовать во всех случаях. Несмотря на определенные общие принципы, которые могут соблюдаться повсеместно, используемые на практике процедуры — касаются ли они сбора или обработки ценовой информации или методов агрегирования — должны учитывать конкретные обстоятельства. К последним относятся основное направление использования индекса, характер рынков и практика ценообразования в стране, а также ресурсы, которыми располагают органы статистики. Органы статистики сталкиваются с проблемами выбора. В Руководстве разъясняются основные экономические и статистические концепции и принципы, которые необходимы для того, чтобы органы статистики могли эффективно с наименьшими затратами принимать решения и полностью осознавали последствия своего выбора.

При подготовке Руководства был использован опыт органов статистики многих стран мира. Используемые ими процедуры не статичны, а продолжают развиваться и улучшаться под воздействием ряда факторов. Во-первых, непрерывному совершенствованию и укреплению экономической и статистической теории, лежащей в основе ИПЦ, способствуют исследования. Так, в последнее время улучшилось понимание относительных преимуществ и недостатков различных формул и методов, которые используются для обработки базовой информации о ценах, собираемой для ИПЦ. Во-вторых, на методы исчисления ИПЦ повлияли последние достижения в области информационных и коммуникационных технологий. Эти изменения как в теоретической области, так и в сфере обработки данных могут отразиться на всех этапах составления ИПЦ. Новые технологии могут повлиять на методы, используемые для сбора информации о ценах и ее передачи в центральный орган статистики. Они также могут способствовать улучшению процедур обработки и проверки данных, включая методы, используемые для корректировки цен в связи с изменением качества товаров и услуг, охватываемых индексом. И наконец, усовершенствованные формулы позволяют повысить точность и надежность расчета индексов более высокого уровня, включая общий ИПЦ.

Международные стандарты в области ИПЦ

Главной целью разработки некоторых международных стандартов в области экономической статистики являлось обеспечение международной сопоставимости статистических данных. Вместе с тем существование международных стандартов также полезно и для отдельных стран. Излагаемые в настоящем Руководстве стандарты ИПЦ опираются на коллективный опыт и специальные знания, накопленные во многих странах. Знакомство с этим опытом и знаниями может принести пользу каждой из них.

Во многих странах ИПЦ впервые начали составлять главным образом для обеспечения возможности корректировки заработной платы с тем чтобы компенсировать снижение покупательной способности, вызванное инфляцией. Соответственно, составление ИПЦ часто возлагалось на министерства или департаменты труда. Поэтому Международная конференция статистиков труда (МКСТ), проводимая Административным советом МОТ, естественным образом стала форумом для обсуждения методологии и выработки рекомендаций по составлению ИПЦ.

Первые международные стандарты в области ИПЦ были опубликованы в 1925 году в рамках Второй конференции МКСТ. В первом наборе стандартов речь шла скорее об индексах «стоимости жизни», чем об ИПЦ.

В настоящее время различают два вида индексов. Индекс потребительских цен может быть просто определен как индекс, измеряющий динамику стоимости приобретения заданной «корзины» потребительских товаров и услуг, в то время как индекс стоимости жизни определяется как индекс, измеряющий динамику стоимости поддержания заданного уровня жизни, или уровня полезности. По этой причине на Десятой конференции МКСТ, проходившей в 1962 году, было решено принять более общий термин «индекс потребительских цен», который следует понимать как охватывающий обе концепции. Они не должны противопоставляться друг другу.

Как объясняется в Руководстве, методы, которые соответствуют оптимальной практике, обычно очень схожи, независимо от избранного подхода.

Международные стандарты пересматривались три раза — в 1947, 1962 и 1987 годах — в виде резолюций, принятых МКСТ. После утверждения стандартов ИПЦ 1987 года было выпущено методическое Руководство (Торвей, 1989), в котором излагались рекомендации для стран по практическому применению этих стандартов.

Через несколько лет после публикации Руководства МОТ 1989 года стало очевидно, что ряд нерешенных и спорных методологических проблем требует дальнейшего изучения и анализа. Была сформирована группа экспертов, в которую вошли специалисты по индексам цен из национальных органов статистики, международных организаций и университетов всего мира. Группа провела первое заседание в Оттаве в 1994 году и стала известна как «Оттавская группа» — одна из групп, которые были созданы Статистической комиссией Организации Объединенных Наций в разных городах для решения отдельных проблем, связанных с применением статистических методов. На семи заседаниях Оттавской группы, проведенных в период с 1994 по 2003 год, было представлено и рассмотрено более 100 исследовательских работ по теории и практике

индексов цен. В результате стало очевидно, что существующие методы исчисления ИПЦ могут быть уточнены и расширены по целому ряду аспектов.

В то же время приоритетной задачей для многих стран стало обуздание инфляции. ИПЦ широко применяется для измерения и мониторинга инфляции, более того, целевые показатели инфляции во многих странах устанавливаются в виде точного значения темпов роста ИПЦ. Замедление инфляции во многих регионах мира в 1990-х годах по сравнению с 1970-ми и 1980-ми годами не только не снизило интерес к методологии ИПЦ, но, напротив, усилило потребность в более достоверных, точных и надежных показателях инфляции. При замедлении темпов инфляции до 2–3 процентов в год даже небольшая ошибка или систематическое отклонение в ИПЦ приобретает достаточно существенное значение.

Чтобы удостовериться в точности ИПЦ, органы государственного управления и исследовательские институты некоторых стран поручили специальным группам экспертов изучить и оценить применяемые методы. Методология, используемая для расчета ИПЦ, вызвала беспрецедентный интерес и внимание общественности. Был сделан вывод о том, что существующие методы могут привести к некоторому систематическому завышению индекса. Многие экономисты научных учреждений и органов государственного управления и другие пользователи ИПЦ пришли к этому убеждению, полагая, что индекс в недостаточной мере учитывает повышение качества многих товаров и услуг. В действительности же величина, а иногда и направление систематической ошибки не ясны. И, конечно, величина систематической ошибки также меняется в зависимости от категории потребительских товаров и услуг, и ее совокупное воздействие на общий ИПЦ в разных странах неодинаково. Вместе с тем потенциально систематическая ошибка может быть значительной. По этой причине в Руководстве достаточно подробно рассматриваются вопросы корректировки цен на изменение качества с использованием данных последних исследований в этой области. Существуют и другие источники возможной систематической ошибки — например, она может быть результатом работы с устаревшей и нерепрезентативной корзиной товаров и услуг. Систематическая ошибка также может быть связана с применяемыми методами составления выборки и сбора информации о ценах.

ИПЦ широко используются для индексации социальных пособий, таких как пенсии, пособия по безработице и другие государственные выплаты, а также в качестве скользящей привязки для корректировки цен в долгосрочных контрактах. В долгосрочной перспективе кумулятивное воздействие даже небольшой систематической ошибки может быть значительным и может привести к существенным финансовым последствиям для

государственных бюджетов. По этой причине возрождается интерес к ИПЦ со стороны государственных ведомств, особенно министерств финансов, и они исследуют точность и достоверность этих индексов более пристально и внимательно, чем в прошлом.

В связи с изложенными выше изменениями в конце 1990-х годов ширилось признание необходимости пересмотра, обновления и расширения Руководства МОТ 1989 года. Официальная рекомендация переработать Руководство была сделана на совместном совещании ЕЭК ООН и МОТ по индексам потребительских цен, которое прошло в Женеве в конце 1997 года. Ответственность за переработку Руководства была возложена на основные международные организации, заинтересованные в измерении инфляции. Эта стратегия была одобрена в 1998 году Статистической комиссией ООН, которая также дала свое согласие на преобразование Оттавской группы в официальную Межсекретариатскую рабочую группу по статистике цен (МРГСЦ). Шестнадцатая конференция МКСТ, прошедшая в 1998 году, также рекомендовала пересмотреть резолюцию Четырнадцатой конференции МКСТ по индексам потребительских цен, принятую в 1987 году. Разработку проекта новой редакции резолюции, которую планировалось вынести на обсуждение Семнадцатой конференции МКСТ (24 ноября – 3 декабря 2003 года), осуществляло Бюро статистики МОТ параллельно с подготовкой настоящего издания Руководства. Составители приложили все усилия к тому, чтобы эти два документа были согласованы между собой и подкрепляли друг друга.

Некоторые проблемы, связанные с текущими методами исчисления индекса

Чтобы предложить решения по упомянутым выше проблемам, данное новое Руководство опирается на множество новейших исследований по теории индексов и методы, которые были разработаны за последнее десятилетие. В нем рекомендуются некоторые новые практические подходы, но его предназначение не сводится к тому, чтобы кодифицировать методы, используемые в настоящее время статистическими ведомствами. Целесообразно выделить несколько основных проблемных областей, которые привели к возникновению многих вопросов, достаточно подробно рассматриваемых в данном Руководстве.

Традиционная стандартная методология, лежащая в основе типичного ИПЦ, основана на концепции индекса цен Ласпейреса. Индекс Ласпейреса определяет изменение в одном периоде по сравнению с другим периодом общей стоимости приобретения корзины товаров и услуг, которая является репрезентативной для первого,

или базисного периода. Стоимость корзины покупок, произведенных потребителями в базисный период, сначала определяется в ценах базисного периода, а затем регулярно пересчитывается в ценах последующих периодов. Данная методология имеет по крайней мере три практических преимущества. Ее легко разъяснить общественности, в ней могут неоднократно использоваться одни и те же данные о покупках потребителей из любого проведенного ранее обследования домашних хозяйств или административного источника (что освобождает от необходимости ежемесячного сбора новых данных), и ее не нужно уточнять, если исходить из предположения о том, что пользователей удовлетворяет концепция Ласпейреса. Еще одним заметным преимуществом является то, что индекс Ласпейреса обеспечивает согласованность агрегирования вплоть до самого нижнего уровня. Индекс может быть разбит на субагрегаты, между которыми существует простая взаимосвязь.

На практике при расчете ИПЦ статистические учреждения применяют альтернативный вид индекса Ласпейреса — взвешенное среднее наблюдаемых изменений цен или соотношений цен, где в качестве весов выступают доли расходов базисного периода. К сожалению, несмотря на простоту концепции, истинный индекс Ласпейреса трудно рассчитать на практике. Поэтому статистические ведомства вынуждены прибегать к аппроксимациям.

- В большинстве случаев невозможно получить точные данные о долях расходов базисного периода на уровне отдельных товаров, поэтому статистические учреждения вынуждены использовать веса расходов базисного периода на уровне групп продуктов, общее число таких групп составляет 100–1000.

- Для каждой из отобранных групп продуктов статистические учреждения составляют выборку репрезентативных цен из торговых точек, вместо того чтобы пытаться зарегистрировать цену каждой отдельной операции. С помощью формул индексов с равными весами (а не весами, отражающими расходы) эти элементарные цены на отдельные продукты агрегируются в элементарный агрегатный индекс, который, в свою очередь, будет использоваться в качестве среднего соотношения цен для каждой группы продуктов, общее число таких групп составляет 100–1000, при расчете индекса Ласпейреса более высокого уровня. Следует отметить, что данная двухэтапная процедура не полностью согласуется с методологией Ласпейреса (которая требует, чтобы взвешивание производилось на каждом этапе агрегирования). Однако по ряду причин теоретического и практического характера статистические ведомства считают получаемые значения элементарного индекса цен достаточно точными для включения в формулу Ласпейреса на более высоком уровне агрегирования.

Большинство статистических ведомств традиционно использует индекс Ласпейреса в качестве целевого индекса, однако как экономическая теория, так и теория индексов свидетельствуют о том, что некоторые другие виды индексов могут лучше подходить в качестве целевых индексов, а именно: индексы Фишера, Уолша или Торнквиста—Тейла. Как хорошо известно, в сравнении с этими целевыми индексами для индекса Ласпейреса характерно систематическое завышение. Конечно, эти целевые индексы могут быть недостижимыми для статистического ведомства, однако необходимо иметь некоторую теоретическую цель и стремиться к ней. Целевая концепция также необходима для того, чтобы индекс, рассчитываемый статистическим ведомством на практике, можно было оценить и увидеть, насколько он приближен к теоретическому идеалу. В теоретических главах Руководства излагается четыре основных подхода к теории индексов:

1. методы фиксированной корзины и симметричные средние фиксированных корзин;
2. стохастический подход к теории индексов (статистическая оценка);
3. подходы на основе критериев (аксиоматические подходы);
4. экономический подход.

Методы (3) и (4) знакомы многим специалистам в области статистики цен и квалифицированным пользователям, но, возможно, необходимо сказать несколько слов о методах (1) и (2).

Индекс Ласпейреса является примером индекса корзины. С теоретической точки зрения озабоченность вызывает существование равноценной альтернативы при сравнении двух периодов — индекса Пааше, в котором используется корзина количеств, относящихся к текущему периоду. Если существует две в равной степени обоснованные оценки для одной концепции, статистическая теория рекомендует использовать их среднее. Однако существует несколько видов средних, и вопрос о том, какое из них использовать, не тривиален. В Руководстве предполагается, что «наилучшим» средним является среднее геометрическое индексов Ласпейреса и Пааше (идеальный индекс Фишера). Существует иное мнение, согласно которому «наилучшей» является корзина, количества которой представляют собой средние геометрические количеств обоих периодов (индекс Уолша). С точки зрения статистической оценки «наилучшим» индексом является среднее геометрическое соотношений цен, в котором в качестве весов используются среднее (арифметическое) долей расходов в двух периодах (индекс Торнквиста—Тейла).

Здесь необходимо отметить еще один вывод теории индексов: существует проблема определения цены и количества продукта, которые следует использовать для

каждого периода в формуле индекса. Проблема состоит в том, что один и тот же продукт может продаваться по нескольким разным ценам. Следовательно, возникает вопрос: какая цена является наиболее репрезентативной для продаж данного продукта в рассматриваемый период? Ответ таков: стоимость единицы, поскольку умножение этой цены на общее количество проданных в рассматриваемый период товаров и/или услуг дает стоимость продаж. Конечно, в Руководстве не рекомендуется использовать стоимость единицы для неоднородных продуктов; этот показатель следует рассчитывать только для идентичных продуктов.

Ниже перечислены шесть основных проблемных областей стандартной методологии. Они перечисляются не в порядке их значения, так как все считаются важными.

1. На конечном этапе агрегирования традиционный ИПЦ не является истинным индексом Ласпейреса, так как веса расходов относятся к исходному годовому базисному периоду, который отличается от месячного (или квартального) базисного периода цен. Таким образом, веса расходов являются годовыми, в то время как цены регистрируются ежемесячно. Для получения истинного индекса Ласпейреса период, к которому относятся веса расходов, должен совпадать с базисным периодом цен. На практике в индексе, рассчитываемом многими статистическими ведомствами на последнем этапе агрегирования, базисный период весов предшествует базисному периоду цен. Подобные индексы могут содержать некоторое систематическое завышение в сравнении с истинным индексом Ласпейреса, особенно если веса расходов обновляются с учетом изменений цен между базисным периодом весов и базисным периодом индекса Ласпейреса. Из этого следует, что они, несомненно, должны иметь систематические завышения в сравнении с теоретическими целевыми индексами, такими как индексы Фишера, Уолша или Торнквиста—Тейла.

2. На ранних этапах агрегирования используются невзвешенные средние цен или соотношений цен. До недавнего времени, когда стали более доступны данные сканирования из пунктов продажи с электронными терминалами, считалось, что систематические ошибки, которые могут возникать в результате использования невзвешенных индексов, не имеют существенного значения. Однако последние исследования показывают, что на более низких уровнях агрегирования возможно существенное систематическое завышение в сравнении с результатами,

получаемыми при использовании упомянутых выше предпочтительных целевых индексов.

3. Третья серьезная проблема стандартной методологии ИПЦ состоит в том, что, хотя статистические ведомства в целом признают трудности отражения изменений качества и новых товаров, последовательную методологию для разрешения этих трудностей нелегко разработать в контексте индекса Ласпейреса, в котором используются фиксированные количества. Наиболее общепризнанной оптимальной процедурой корректировки индексов цен с учетом изменения качества является «гедоническая регрессия», которая определяет цену продукта в любой заданный момент времени как функцию его физических и экономических характеристик в сравнении с замещающими продуктами. Однако существуют значительные разногласия по вопросу о том, как интегрировать методологию гедонической регрессии в теоретическую основу ИПЦ. Как в теоретических главах Руководства, так и в главах, в большей мере ориентированных на практику, этим методологическим вопросам уделяется большое внимание. Проблемы, связанные с исчезновением старых и появлением новых продуктов, в настоящее время носят гораздо более серьезный характер, чем примерно 80 лет назад, когда разрабатывалась традиционная методология ИПЦ (в то время данная проблема в основном игнорировалась). В случае многих категорий продуктов, таких как потребительские товары длительного пользования, модели, цены на которые были зарегистрированы в начале года, просто исчезают из продажи к концу года. Сокращение выборки создает огромные методологические проблемы. На более низких уровнях агрегирования становится необходимым (по крайней мере, во многих группах продуктов) использовать цепные индексы, а не индексы с фиксированной базой. При построении цепных индексов некоторые невзвешенные индексы могут иметь значительную систематическую ошибку.

4. Четвертая серьезная проблема связана с первой: это порядок учета сезонных товаров. Использование годовых количеств или годовых долей расходов в определенной мере оправдано, если интерес представляет более долгосрочная тенденция изменения цен. Однако некоторые пользователи, например, центральные банки, основное внимание уделяют краткосрочным, ежемесячным изменениям, и в этом случае использование годовых весов может привести к ошибочным выводам. Ежемесячные изменения цен на продукты, реализуемые в период вне сезона (то есть в месяцы, когда сезонные веса для данной категории

продуктов невелики) могут быть сильно преувеличены при использовании годовых весов. Проблема усугубляется, если некоторые продукты вообще отсутствуют в продаже в определенные месяцы года. Для проблем, связанных с сезонностью, существуют решения, но они могут быть непривлекательными для многих составителей и пользователей ИПЦ, так как предполагают построение двух индексов: одного — для измерения краткосрочной динамики цен, а другого — (более точного) долгосрочного индекса, который корректируется с учетом сезонных факторов.

5. Пятая проблема стандартной методологии ИПЦ состоит в том, что, как и в большинстве других показателей экономической статистики, в ИПЦ недостаточное внимание уделяется услугам, несмотря на то что они приобрели очень большое значение. Обычно для ИПЦ регистрируется намного больше цен на товары, чем на услуги, и количество включаемых в расчет товарных групп намного превышает количество групп услуг. Трудностям измерения динамики цен и количеств услуг традиционно не уделялось должного внимания, хотя с ними связаны серьезные концептуальные и практические проблемы. Примерами услуг, которые с трудом поддаются измерению, являются страхование, игровой бизнес, финансовые услуги, реклама, телекоммуникации, развлечения и жилищные услуги. Во многих случаях статистические ведомства просто не располагают ресурсами или методологией, чтобы адекватно решить эти трудные проблемы измерения.

6. Последняя проблема существующей методологии ИПЦ состоит в том, что она, как правило, не предусматривает того, что для удовлетворения потребностей разных пользователей могут быть необходимы несколько ИПЦ. Например, некоторым пользователям может потребоваться своевременная информация о месячной динамике цен. Для этого необходим индекс корзины с заранее определенными весами (даже если они, возможно, непригодны и устарели), данные о которых доступны в любой момент времени. Между тем другие пользователи могут быть в большей мере заинтересованы в более точном или более репрезентативном показателе изменения цен и, возможно, готовы пожертвовать своевременностью в пользу более высокой точности. По этой причине Бюро статистики труда США публикует, на ретроспективной основе, гиперболический индекс, в котором симметрично используется информация о весах как текущего, так и базисного периодов. Этот вполне обоснованный подход признает, что разные пользователи имеют различные потребности. Вторым примером сферы, в которой

могут составляться несколько индексов, являются жилищные услуги, производимые владельцами жилых помещений. Существуют обоснования трех разных методов учета: подход на основе концепции приобретения, подход на основе предположения об эквивалентности арендной платы за жилье и подход на основе концепции издержек пользователя. Однако в краткосрочной перспективе эти три подхода могут давать весьма различные числовые результаты. Статистическое ведомство должно избрать один подход, но поскольку все три имеют экономическое обоснование, то индексы, основанные на двух других подходах, могут публиковаться в качестве аналитических рядов для заинтересованных пользователей. Третьим примером обстоятельств, в которых могут быть полезными несколько индексов, является ситуация, когда из-за сезонных товаров помесечный индекс не может быть основан на том же наборе продуктов, что и индекс, сравнивающий рассматриваемый месяц с тем же месяцем прошлого года.

Перечисленные выше проблемы рассматриваются в настоящем Руководстве. Открытое обсуждение этих вопросов должно стимулировать интерес профессиональных экономистов и статистиков в университетах, государственных учреждениях, центральных банках и других учреждениях к рассмотрению проблем измерения и поиску новых решений, которые могли бы использоваться статистическими ведомствами. Осведомленность общественности об этих проблемных областях также должна привести к лучшему осознанию необходимости предоставления статистическим ведомствам дополнительных ресурсов для повышения качества экономических измерений.

1. ВВЕДЕНИЕ В МЕТОДОЛОГИЮ ИНДЕКСОВ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН

1.1. Индекс цен представляет собой выраженный в виде отношения или в процентах показатель изменений совокупности цен за некоторый период времени. Индекс потребительских цен (ИПЦ) измеряет изменения цен на товары и услуги, потребляемые домашними хозяйствами. Такие изменения влияют на реальную покупательную способность доходов потребителей и уровень их благосостояния. Поскольку темпы изменения цен на различные товары и услуги не всегда одинаковы, индекс цен может отражать только их среднюю динамику. Как правило, индексу цен присваивается значение, равное единице или 100 в некоторый базисный период, при этом значения

индекса в другие периоды времени должны отражать среднее пропорциональное или процентное изменение цен по сравнению с этим базисным периодом цен. Индексы цен могут также применяться, чтобы измерять различия в уровнях цен для разных городов, регионов или стран на один и тот же момент времени.

1.2. Значительная часть настоящего Руководства и соответствующие экономические работы по индексам цен посвящены решению двух основных вопросов.

- Какой именно набор цен должен охватывать индекс?
- Какой метод наиболее целесообразно применять для усреднения динамики цен?

Оба этих вопроса рассматриваются в первых разделах настоящего введения.

1.3. Индексами потребительских цен (ИПЦ) называются индексы, применяемые для измерения изменений цен на товары и услуги, покупаемые или иным способом приобретаемые домашними хозяйствами, которые прямо или косвенно используют эти товары и услуги для удовлетворения своих потребностей и желаний. Индексы потребительских цен могут предназначаться для измерения как уровня инфляции, воздействие которой испытывают домашние хозяйства, так и изменений стоимости жизни этих хозяйств (то есть изменений сумм, которые приходится тратить домашним хозяйствам для поддержания своего уровня жизни). Между этими двумя задачами не должно возникать противоречий. На практике ИПЦ в большинстве случаев рассчитываются как средневзвешенное значение процентных изменений цен для определенного набора, или «корзины», потребительских продуктов, веса которых отражают их относительное значение в рамках потребления домашних хозяйств в некоторый период. Результат в значительной мере зависит от того, насколько эти веса адекватны и своевременны.

1.4. Настоящая глава представляет собой общее введение и обзор методологии составления ИПЦ. В ней кратко излагаются наиболее важные принципы теории и практики составления индексов с целью облегчить чтение и понимание последующих, более детализированных глав, причем некоторые из них по необходимости носят весьма технический характер. В данной главе характеризуются все различные этапы составления ИПЦ, начиная с основной концепции, определения и цели составления ИПЦ, за которыми следуют процедуры составления выборки и методы проведения обследований, применяемые для сбора и обработки данных о ценах, и заканчивая кратким изложением фактической процедуры исчисления индекса и распространения информации об индексе.

1.5. Вводное представление методологии составления ИПЦ необходимо начать с основной концепции ИПЦ и основополагающей теории индексов, включая свойства и

поведение различных типов индексов, которые используются или могут использоваться для целей ИПЦ. В принципе, необходимо сначала принять решение о том, какой тип индекса необходимо рассчитать, прежде чем переходить к рассмотрению вопроса о наилучших практических способах его расчета с учетом имеющихся ресурсов.

1.6. К числу основных тем, рассматриваемых в настоящей главе, относятся следующие:

- происхождение и направления использования ИПЦ;
- основополагающая теория индексов, включая аксиоматический и экономический подходы к составлению ИПЦ;
- элементарные индексы цен и агрегированные ИПЦ;
- экономические операции, виды деятельности и домашние хозяйства, охватываемые ИПЦ;
- сбор и обработка данных о ценах, включая внесение поправок для учета изменения качества продуктов;
- фактическая процедура расчета ИПЦ;
- потенциальные ошибки и систематическое отклонение от теоретического индекса;
- организация, управление и политика в области распространения информации.

В противоположность вышеизложенному в настоящем Руководстве теория индексов излагается в более поздних главах; таким образом, порядок изложения материала в настоящей главе не совпадает с порядком соответствующих глав в Руководстве.

1.7. В данном введении не ставится задача дать полный обзор всего содержания Руководства. Цель его, скорее, состоит в том, чтобы кратко изложить основные методологические вопросы, с которыми читателям необходимо ознакомиться, прежде чем приступить к главам, в которых материал изложен более подробно. Здесь не рассматриваются некоторые специальные темы, такие как порядок учета отдельных продуктов, цены на которые не поддаются прямому наблюдению, поскольку эти темы не являются центральными в методологии составления ИПЦ.

Происхождение и направления использования индексов потребительских цен

1.8. ИПЦ должны служить определенной цели. Точный способ определения и построения ИПЦ в большой степени зависит от того, кем и для какой цели они будут использоваться. Как объясняется в главе 15, история ИПЦ, насчитывающая много лет,

берет начало в восемнадцатом столетии. Индексы Ласпейреса и Пааше, которые все еще широко используются в настоящее время, были впервые предложены в 70-х годах девятнадцатого столетия. Смысл этих индексов разъясняется ниже. Концепция индекса стоимости жизни была введена в начале двадцатого века.

1.9. Традиционно одной из главных причин составления ИПЦ является необходимость компенсировать наемным работникам потери, вызванные инфляцией, путем корректировки ставок их заработной платы пропорционально процентному изменению ИПЦ. Эта процедура известна под названием индексации. В связи с этим ответственность за составление официальных ИПЦ ранее возлагалась на министерства труда, хотя в настоящее время эти индексы в большинстве случаев составляются национальными органами статистики. ИПЦ, специально предназначенный для индексации заработной платы, называется индексом компенсации.

1.10. ИПЦ обладают тремя важными характеристиками. Публикуются они часто, обычно каждый месяц, иногда каждый квартал. Они быстро становятся доступными, обычно приблизительно спустя две недели после окончания месяца или квартала. Наряду с этим они обычно не уточняются. За ИПЦ часто пристально наблюдают и они привлекают широкое внимание общественности.

1.11. Поскольку ИПЦ дают возможность получать оперативную информацию об уровне инфляции, их начали применять для ряда других целей, помимо индексации заработной платы. Так, например:

- ИПЦ широко используются для индексации пенсий и пособий по социальному обеспечению.
- ИПЦ применяются также для индексации других платежей, таких как выплата процентов или арендной платы, или цен облигаций.
- Кроме того, ИПЦ обычно используются в качестве замещающего показателя общего уровня инфляции, несмотря на то, что они измеряют только инфляцию потребительских цен. Они также используются некоторыми органами государственного управления или центральными банками для определения инфляционных целей денежно-кредитной политики.
- Данные о ценах, собранные для целей ИПЦ, могут также использоваться для составления других индексов, таких как индексы цен, применяемые для дефлятирования расходов домашних хозяйств на потребление в национальных счетах, или паритеты покупательной способности, применяемые для сопоставления реальных уровней потребления в различных странах.

1.12. Эти разнообразные направления использования могут приводить к конфликтам интересов. Например, применение ИПЦ в качестве показателя общей инфляции может подталкивать к расширению охвата индекса, заставляя включать в него элементы, которые не являются товарами и услугами, потребляемыми домашними хозяйствами, и изменяя тем самым характер и концепцию ИПЦ. Следует также отметить, что в связи с широким использованием ИПЦ для индексации целого ряда платежей — не только заработной платы, но и пособий по социальному обеспечению, процентных выплат, частных контрактов и т.д. — от их динамики зависят чрезвычайно крупные денежные суммы, достаточные, чтобы оказать серьезное воздействие на состояние государственных финансов. Так, незначительные отличия в динамике ИПЦ в результате использования несколько иных формул или методов могут привести к значительным финансовым последствиям. Таким образом, методология исчисления ИПЦ имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

Выбор индекса

1.13. Прежде всего, необходимо решить вопрос о выборе вида индекса, который будет использоваться. Приведенный в библиографии обширный перечень работ, посвященных теории индексов, отражает факт существования большого количества публикаций на эту тему. За последние два столетия было предложено много различных видов математических формул для расчета индексов. Хотя, возможно, и не существует единственной формулы, которой следует отдавать предпочтение в любых обстоятельствах, большинство экономистов и составителей ИПЦ, по-видимому, согласны с тем, что формула индекса должна, в принципе, принадлежать к небольшому классу индексов, которые называются гиперболическими. Можно ожидать, что гиперболический индекс обеспечит определенную аппроксимацию индекса стоимости жизни. Характерной чертой гиперболического индекса является то, что он рассматривает цены и количества обоих сравниваемых периодов симметричным образом. Различные гиперболические индексы обычно имеют сходные свойства, обеспечивают сходные результаты и демонстрируют весьма сходную динамику. Благодаря свойству симметричности применение какого-либо вида гиперболического индекса также представляется желательным, даже если ИПЦ не предполагается использовать в качестве индекса стоимости жизни.

1.14. Однако при первой публикации месячного или квартального ИПЦ ситуация неизменно такова, что для расчета симметричного, или гиперболического, индекса не

хватает информации о количествах и расходах в текущем периоде. Хотя на практике возникает необходимость прибегать ко второму оптимуму, чтобы иметь возможность сделать рациональный выбор между различными вариантами, необходимо ясно понимать, какой целевой индекс следует предпочесть в принципе. Целевой индекс может оказывать существенное влияние на решение практических вопросов, например, о том, с какой периодичностью следует обновлять используемые в индексе веса.

Индексы цен, основанные на корзинах товаров и услуг

1.16. Цель составления индекса можно определить как сравнение стоимостей расходов домашних хозяйств на потребительские товары и услуги в двух периодах времени. Сведения о том, что расходы увеличились на пять процентов, не представляют большой ценности, если нам неизвестно, какая часть этого изменения обусловлена изменениями цен на товары и услуги, а какая — изменениями приобретаемых количеств. Цель индекса заключается в разложении выраженных в виде отношения или в процентах изменений стоимостных агрегатов на общие компоненты изменения цены и количества. ИПЦ предназначен для измерения ценовой составляющей изменения расходов домашних хозяйств на потребление. При этом одна из возможностей заключается в измерении изменения стоимости агрегата с сохранением при этом количеств неизменными.

Индексы Лоу

1.17. Один очень широкий и популярный класс индексов цен можно получить, определив индекс как процентное изменение общей стоимости заданного набора количеств, обычно называемого «корзиной», между двумя сравниваемыми периодами. Смысл такого индекса легко понять и объяснить пользователям. Этот класс индексов описан в Руководстве как индекс Лоу, названный так по имени одного из основателей теории индексов, впервые предложившего этот индекс в 1823 году. На практике большинство органов статистики используют тот или иной вид индекса Лоу.

1.18. Пусть в корзину входит n продуктов с ценами p_i и количествами q_i , при этом два сравниваемых периода обозначены как 0 и t . Тогда индекс Лоу P_{Lo} определяется с помощью выражения:

$$P_{Lo} \equiv \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i} \quad .$$

1.19. В принципе, любой набор количеств можно использовать в качестве корзины. Корзину необязательно ограничивать количествами, купленными в один или другой из двух сравниваемых периодов, или в любой фактический период времени. Количества могут, например, представлять собой среднее арифметическое или среднее геометрическое количеств двух периодов. Из практических соображений корзина количеств, используемых для целей ИПЦ, обычно должна основываться на обследовании расходов домашних хозяйств на потребление, проведенном в более ранний период, чем любой из двух периодов, цены которых сравниваются. Например, месячный ИПЦ может охватывать период с января 2000 года, при этом цены января 2000 года = 100, однако количества могут быть получены на основе ежегодного обследования расходов, проведенного в 1997 или 1998 году, или даже включающего оба этих года. Поскольку для сбора и обработки данных о расходах требуется много времени, обычно такие данные могут быть включены в расчет ИПЦ только со значительным временным лагом. К тому же, корзина может относиться к периоду продолжительностью один год, тогда как индекс может составляться ежемесячно или ежеквартально.

1.20. Период, количества которого фактически используются в ИПЦ, определяется как базисный период весов, и будет обозначаться здесь как период b . Период 0 представляет собой базисный период цен. Как только что было отмечено, период b чаще всего предшествует периоду 0 , по крайней мере, при первой публикации индекса, что здесь и предполагается, однако в качестве b может выступать любой период, включая тот, который находится между периодами 0 и t , если индекс рассчитывается спустя некоторое время после периода t . Индекс Лоу, в котором используются количества периода b , может быть записан в следующем виде:

$$P_{Lo} \equiv \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b} \equiv \sum_{i=1}^n (p_i^t / p_i^0) s_i^{0b} \quad ,$$

где

$$s_i^{0b} = \frac{p_i^0 q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b} \quad (1.1)$$

Индекс можно записать и рассчитать двумя способами: в виде отношения двух стоимостных агрегатов или как средневзвешенное арифметическое ценовых коэффициентов, или отношений цен, p_i^t / p_i^0 , для отдельных продуктов с использованием гибридных долей расходов s_i^{0b} в качестве весов. Расходы определяются как гибридные, поскольку цены и количества относятся к двум различным периодам времени, соответственно, 0 и b. Гибридные веса можно получить путем обновления фактических долей расходов в период b, а именно, $p_i^b q_i^b / \sum p_i^b q_i^b$, с учетом изменений цен, которые произошли между периодами b и 0, умножив их на соотношение цен в периоды b и 0, то есть на p_i^0 / p_i^b . Индексы Лоу широко используются для целей ИПЦ.

Индексы Ласпейреса и Пааше

1.21. В индексе Лоу можно использовать любой набор количеств, но существует два особых случая, которые часто фигурируют в специальной литературе и имеют существенное значение с теоретической точки зрения. Когда количества относятся к базисному периоду цен, то есть при $b = 0$, будет получен индекс Ласпейреса. Когда количества относятся к другому периоду, то есть при $b = t$, будет получен индекс Пааше. Свойства индексов Ласпейреса и Пааше, а также взаимосвязь между ними необходимо рассмотреть более детально.

1.22. Индекс цен Ласпейреса, PL, определяется как:

$$P_L = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^0}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^0} \equiv \sum_{i=1}^n (p_i^t / p_i^0) s_i^0, \quad (1.2)$$

Где s_i^0 обозначает долю фактических расходов на товар i в период 0, то есть $p_i^0 q_i^0 / \sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^0$.

1.23. Индекс Пааше, P_P , определяется как:

$$P_P = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^t}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^t} \equiv \left\{ \sum_{i=1}^n (p_i^t / p_i^0)^{-1} s_i^t \right\}^{-1}, \quad (1.3)$$

Где s_i^t обозначает долю фактических расходов на товар i в период t , то есть

$$p_i^t q_i^t / \sum_{i=1}^n p_i^t q_i^t.$$

Следует отметить, что индекс Пааше представляет собой взвешенное гармоническое среднее соотношений цен и использует доли фактических расходов в более поздний период t в качестве весов. Из уравнения (1.1) следует, что индекс Пааше можно также представить в виде взвешенного арифметического среднего соотношений цен, используя гибридные веса расходов, в которых количества периода t оцениваются в ценах периода 0.

Разложение текущих изменений стоимости с использованием индексов Ласпейреса и Пааше

1.24. Индексы количеств Ласпейреса и Пааше определяются аналогично индексам цен путем простой перестановки p и q в формулах (1.2) и (1.3). Они суммируют изменения во времени потоков потребляемых товаров и услуг. Индекс количеств Ласпейреса оценивает количества по фиксированным ценам более раннего периода, тогда как индекс количеств Пааше использует цены более позднего периода. Отношение стоимостей расходов двух периодов (V) отражает совместное воздействие изменений цены и

количества. При использовании индексов Ласпейреса и Пааше изменение стоимости поддается точному разложению, имеющему вид произведения индекса цен и индекса количеств, только в том случае, если индекс цен (количеств) Ласпейреса согласован с индексом количеств (цен) Пааше. Пусть P_{La} и Q_{La} обозначают индексы цен и количеств Ласпейреса, а P_{Pa} и Q_{Pa} — индексы цен и количеств Пааше; тогда $P_{La}Q_{Pa} \equiv V$ и $P_{Pa}Q_{La} \equiv V$.

1.25. Предположим, например, что временной ряд расходов домашних хозяйств на потребление в текущих ценах необходимо дефлятировать в национальных счетах с помощью индекса цен, чтобы продемонстрировать изменения реального потребления. Для получения ряда данных о потребительских расходах в постоянных ценах базисного периода (динамика которого идентична динамике индекса физического объема Ласпейреса) потребительские расходы в текущих ценах необходимо дефлятировать с помощью ряда индексов цен Пааше.

Соотношения индексов Лоу и индексов Ласпейреса

1.26. Индекс Лоу транзитивен. Соотношение двух индексов Лоу, в которых используется один и тот же набор значений q_i^b , также является индексом Лоу. Например, отношение индекса Лоу для периода $t + 1$ с базисным периодом цен 0 к индексу Лоу для периода t , также с базисным периодом цен 0:

$$\frac{\sum_{i=1}^n p_i^{t+1} q_i^b / \sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^b / \sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b} = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^{t+1} q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^b} = P_{Lo}^{t, t+1} \quad (1.4)$$

Это индекс Лоу для периода $t + 1$ с использованием периода t в качестве базисного периода цен. Этот вид индекса широко применяется для измерения краткосрочных изменений цен, например, между периодами t и $t + 1$, несмотря на то что количества могут соответствовать значительно более раннему периоду b .

1.27. Индекс Лоу можно также представить как отношение двух индексов Ласпейреса. Например, индекс Лоу для периода t с базисным периодом цен 0 равен индексу Ласпейреса для периода t с базисным периодом цен b , деленному на индекс Ласпейреса для периода 0, также с базисным периодом цен b . Таким образом,

$$P_{Lo} = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b} = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^b / \sum_{i=1}^n p_i^b q_i^b}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^b / \sum_{i=1}^n p_i^b q_i^b} = \frac{P_{La}^t}{P_{La}^0} \quad (1.5)$$

...

Взаимосвязи индексов фиксированной корзины

1.30. Рассмотрим сначала взаимосвязь между индексами Ласпейреса и Пааше. Из теории индексов хорошо известно, что если между изменениями цен и количеств (взвешенными по стоимости) существует отрицательная корреляция, индекс Ласпейреса превышает индекс Пааше. И наоборот, если между взвешенными изменениями цен и количеств существует положительная корреляция, индекс Пааше превышает индекс Ласпейреса.

1.31. Поскольку потребители обычно являются субъектами, не оказывающими влияния на формирование цен на рынке, они, как правило, реагируют на изменения цен заменой относительно подорожавших товаров и услуг относительно подешевевшими. Это явление, известное под названием эффекта замещения, упоминается во многих разделах настоящего Руководства, а также в ряде других публикаций, посвященных индексам. Замещение обычно создает отрицательную корреляцию между ценовыми и количественными отношениями, при этом индекс Ласпейреса оказывается больше индекса Пааше, и расхождение между ними имеет тенденцию со временем увеличиваться.

1.32. Однако на практике органы статистики вместо индексов Ласпейреса или Пааше обычно рассчитывают индексы Лоу, пользуясь уравнением (1.1). При этом возникает вопрос о том, каким образом индекс Лоу связан с индексами Ласпейреса и Пааше. Если динамика относительных цен характеризуется постоянными долгосрочными тенденциями и имеет место эффект замещения, индекс Лоу обычно больше индекса Ласпейреса и, вследствие этого, также индексов Фишера и Пааше. Если период t предшествует периоду 0 , между индексами при этих условиях будет выполняться следующее соотношение:

индекс Лоу > индекс Ласпейреса > индекс Фишера > индекс Пааше.

Более того, величина, на которую индекс Лоу превышает три других индекса, будет проявлять тенденцию к тем большему росту, чем дальше по времени отстоит период b от периода 0.

1.33. Выбор положения периода b во времени имеет решающее значение. При допущениях о долгосрочных тенденциях цен и замещении, индекс Лоу будет возрастать по мере того, как период b отодвигается по времени назад, и уменьшаться по мере его продвижения вперед. Хотя возможно, что при первой публикации индекса период b должен предшествовать периоду 0, подобные ограничения на положение периода b во времени снимаются, по мере того как для более поздних периодов становятся доступными данные о ценах и количествах. В этом случае можно переместить период b вперед. Если b располагается посередине между периодами 0 и t , количества, вероятно, будут в равной степени репрезентативными для обоих периодов, при условии достаточно плавного перехода от относительных количеств периода 0 к количествам периода t . При этих обстоятельствах индекс Лоу должен быть близок к индексу Фишера и другим гиперболическим индексам, и, по всей вероятности, не будет демонстрировать ни систематического завышения, ни занижения.

1.34. Важно, чтобы органы статистики, вырабатывая свою политику, принимали во внимание эти соотношения. Многократное использование для расчета ИПЦ одного и того же фиксированного набора количеств в течение многих лет дает очевидные практические преимущества и экономию средств. Однако величина, на которую такой ИПЦ превышает некий концептуально более предпочтительный целевой индекс, например, индекс стоимости жизни (ИСЖ), будет, по всей вероятности, неуклонно увеличиваться, по мере того как период b , к которому относятся количества, будет отодвигаться в прошлое. Большинство пользователей склонны интерпретировать такое различие как систематическое завышение. Значительное завышение может подорвать доверие к индексу и сделать его неприемлемым.

...

Сравнение индексов с фиксированной базой и цепных индексов

1.46 Когда при расчете временного ряда индекса Лоу или индекса Ласпейреса используется фиксированный набор количеств, эти количества постепенно устаревают и становятся все менее актуальными по отношению к более поздним периодам, для которых выполняется сравнение цен. Базисный период, в котором определяются количества,

приходится рано или поздно обновлять и увязывать новый ряд индекса со старым. В долгосрочной перспективе увязка неизбежна.

1.47. В цепном индексе каждое звено состоит из индекса, в котором соответствующий период сравнивается с предыдущим, при этом каждый раз базисные периоды весов и цен перемещаются вперед. Для отдельных звеньев цепного индекса можно использовать любую формулу расчета индекса. Например, можно составить цепной индекс, в котором индекс для периода $t + 1$ в сравнении с t представляет собой индекс Лоу, определяемый как $\frac{\sum p^{t+1} q^{t-j}}{\sum p^t q^{t-j}}$. Количества относятся к некоторому периоду, который на j периодов предшествует базисному периоду цен t . При перемещении базисного периода цен вперед на один период количества также перемещаются вперед на один период. При $j = 0$ цепной индекс Лоу превращается в цепной индекс Ласпейреса, тогда как при $j = -1$ он превращается в цепной индекс Пааше.

1.48. В некоторых странах ИПЦ фактически представляют собой годовые цепные индексы Лоу этого общего типа, при этом количества относятся к году или годам, предшествующим базисному периоду цен 0 на некоторый фиксированный период времени. Например, 12 месячных индексов, охватывающих период с января 2000 по январь 2001 года и использующих январь 2000 года в качестве базисного периода цен, могут представлять собой индексы Лоу, основанные на обновленных по ценам данных о расходах за 1998 год. После этого 12 индексов с января 2001 по январь 2002 года рассчитываются на основе обновленных по ценам данных о расходах за 1999 год, и так далее.

1.49. Данные о расходах отстают от базисного периода цен, января, на некоторый фиксированный интервал, перемещаясь в каждом январе вперед на один год вместе с перемещением базисного периода. Исходя из практических соображений, при первой публикации индекса временной лаг между количествами и ценами необходим, но впоследствии месячные индексы для текущего года можно пересчитать, используя текущие данные о расходах, когда они, наконец, становятся доступными. Таким образом, в качестве долгосрочного индекса можно использовать годовой индекс, исчисляемый путем сцепления месячных индексов, рассчитанных с использованием годовых весов, относящихся к этому же году.

1.50. Цепной индекс должен «зависеть от траектории». Необходимо, чтобы он зависел от цен и количеств всех промежуточных периодов между первым и последним периодами ряда индекса. Зависимость от траектории может быть как преимуществом, так и недостатком. При постепенном переходе от первого периода к последнему, с плавными

трендами в относительных ценах и количествах, сцепление обычно уменьшает расхождение между значениями индексов Лоу, Ласпейреса и Пааше, тем самым снижая зависимость динамики индекса от выбора формулы расчета.

1.51. Однако если в промежуточные периоды имеют место колебания цен и количеств, построение цепных рядов может не только увеличить расхождение значений индексов, но и дать искаженное значение общего изменения в последний период по сравнению с первым. Предположим, например, что все цены в последний период возвращаются к своему первоначальному уровню периода 0, из чего следует, что в интервале между этими периодами должны были происходить колебания. Цепной индекс Ласпейреса не вернется к 100, а будет, как правило, больше 100. При повторении цикла с периодическим возвратом всех цен к их исходному уровню, цепной индекс Ласпейреса будет отклоняться от прямого индекса, все больше превышая 100, несмотря на то что долгосрочная тенденция повышения цен может при этом отсутствовать. Поэтому при колебаниях цен применять сцепление не рекомендуется. Например, не рекомендуется применять сцепление месячных индексов, если месячные цены подвержены регулярным значительным сезонным колебаниям. Хотя в ряде стран веса расходов обновляются ежегодно, 12-месячные индексы в пределах каждого года представляют собой не цепные индексы, а индексы Лоу с использованием фиксированных ежегодных количеств.

1.52. Индекс Дивизиа. Если цены и количества представляют собой непрерывные функции времени, изменение во времени их совокупной стоимости можно разделить на два компонента — цену и количество — с помощью подхода Дивизиа. Индекс Дивизиа можно вывести математически, дифференцируя стоимость (то есть цену, умноженную на количество) по времени, чтобы получить два компонента: взвешенное по относительной стоимости изменение цены и взвешенное по относительной стоимости изменение количества. Эти два компонента определяются, соответственно, как индексы цены и количества. По существу, индекс Дивизиа представляет собой теоретический индекс. На практике цены можно регистрировать только в дискретные временные периоды, даже если их изменение во времени имеет постоянный характер. Тем не менее цепной индекс можно рассматривать как дискретную аппроксимацию индекса Дивизиа. Сам индекс Дивизиа на практике можно использовать только ограниченно, как ориентир при выборе формулы для отдельных звеньев цепного индекса.

Аксиоматический и стохастический подходы к индексам

1.53. Эти подходы призваны определить наиболее подходящую функциональную форму индекса путем формулировки ряда аксиом, или критериев, которым должен удовлетворять индекс. Они позволяют пролить свет на свойства различных видов индексов, часть из которых не является интуитивно очевидными. Индексы, не удовлетворяющие определенным базовым или фундаментальным аксиомам, или критериям, могут полностью отбрасываться как неприемлемые, поскольку их поведение может быть неприемлемым. Аксиоматический подход может также использоваться для классификации индексов на основе желательных или нежелательных свойств, которыми они обладают.

1.54. Первый аксиоматический подход представляет собой традиционный подход на основе критериев, впервые примененный Ирвингом Фишером. Индексы цен и количеств определяются как функции двух векторов цен и двух векторов количеств, относящихся к двум сравниваемым периодам. Цены и количества рассматриваются как независимые переменные, тогда как в рамках экономического подхода к индексам, количества считаются функциями цен.

1.55. В начале главы 16 рассматривается набор из 20 аксиом (критериев), но здесь в качестве иллюстрации приводятся только некоторые из них.

K1: положительность — индекс цен и составляющие его векторы цен и количеств должны быть положительными.

K3: критерий тождественности — если цена каждого продукта идентична для обоих периодов, то индекс цен должен быть равен единице, независимо от векторов количеств.

K5: пропорциональность ценам текущего периода — если все цены периода t умножить на положительное число λ , то новый индекс цен будет равен произведению λ на прежний индекс цен; то есть функция индекса цен является (положительно) однородной в первой степени по компонентам вектора цен периода t .

K10: инвариантность к изменениям единиц измерения (критерий соизмеримости) — индекс цен не меняется при изменении единиц, в которых измеряются продукты.

K11: критерий обратимости во времени — если поменять местами все данные для двух периодов, то результирующий индекс цен должен быть равен величине, обратной исходному индексу цен.

K14: критерий среднего значения для индекса цен — индекс цен находится в пределах от минимального до максимального ценового отношения.

K16: критерий граничных значений Пааше и Ласпейреса — индекс цен находится в интервале между индексами Ласпейреса и Пааше.

K17: монотонность по ценам текущего периода — при повышении любой цены периода t индекс цен также должен увеличиться.

1.56. Некоторые из этих аксиом, или критериев, можно считать более важными, чем другие. Действительно, некоторые аксиомы представляются настолько внутренне обоснованными, что можно предположить, что им должен соответствовать любой фактически применяемый индекс. Например, критерий K10 (критерий соизмеримости) гласит, что при изменении количественной единицы, в которой измеряется продукт, например, при переходе с галлона на литр, индекс должен оставаться неизменным. Индексом, не отвечающим этому критерию, является индекс Дюто, который определяется как отношение средних арифметических цен двух периодов. Как объясняется далее, это элементарный индекс, который в действительности широко используется на ранних этапах расчета ИПЦ.

...

1.59. Другим важным критерием является K11, критерий обратимости во времени. В принципе, представляется целесообразным требование, согласно которому одинаковый результат должен быть получен независимо от того, какой период выбран в качестве базисного периода цен; иными словами, независимо от того, оценивается ли изменение в прямом направлении во времени, то есть от 0 до t , или в обратном направлении, то есть от t до 0. Индекс Янга не удовлетворяет этому критерию, поскольку среднее арифметическое набора ценовых отношений не равно обратному значению среднего арифметического обратных ценовых отношений. То обстоятельство, что концептуально произвольное решение оценивать изменение цен в прямом направлении, от 0 до t , дает результат, отличный от оценки в обратном направлении, от t до 0, рассматривается многими пользователями как серьезный недостаток. Органам статистики необходимо принимать во внимание, что индекс Янга не удовлетворяет критерию обратимости во времени.

1.60. Индексы Ласпейреса и Пааше не отвечают критерию обратимости во времени по тем же причинам, что и индекс Янга. Например, для расчета индекса Ласпейреса в обратном направлении, от t к 0, PBL, используется следующая формула:

$$P_{BL} = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^t}{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^t} \equiv \frac{1}{P_P} \quad (1.14)$$

Этот индекс идентичен обратному значению (прямого) индекса Пааше, а не обратному значению (прямого) индекса Ласпейреса. Как уже отмечалось, (прямой) индекс Пааше обычно демонстрирует меньшее увеличение, чем (прямой) индекс Ласпейреса, так что индекс Ласпейреса не может удовлетворять критерию обратимости во времени. Индекс Пааше также не отвечает критерию обратимости во времени.

1.61. Напротив, индекс Лоу соответствует критерию обратимости во времени при условии, что количества q_{it} остаются фиксированными при изменении базисного периода цен с 0 на t . Однако количества в индексе Ласпейреса по определению являются количествами базисного периода цен и должны изменяться каждый раз, когда изменяется базисный период цен. Корзина, используемая для расчета прямого индекса Ласпейреса, отличается от корзины при расчете обратного индекса Ласпейреса, вследствие чего индекс Ласпейреса не удовлетворяет критерию обратимости во времени.

1.62. Аналогичным образом, индекс Лоу транзитивен, в отличие от индексов Ласпейреса и Пааше.

Классификация индексов с помощью первого аксиоматического подхода

1.65. Как показано в главе 16, индекс цен Фишера не только удовлетворяет всем перечисленным 20 аксиомам, но и (что еще более примечательно) является единственно возможным индексом, который может отвечать всем 20 аксиомам. Таким образом, исходя из этого конкретного набора аксиом, индекс Фишера явно превосходит другие индексы.

1.66. В отличие от индекса Фишера, два других симметричных (и гиперболических) индекса, определенных с помощью приведенных выше уравнений (1.11) и (1.12), не в полной мере соответствуют этим 20 критериям. В главе 16 показано, что индекс цен Уолша не отвечает четырем критериям, а индекс Торнквиста — девяти. Тем не менее можно рассчитывать на то, что индексы Торнквиста и Фишера достаточно близко аппроксимируют числовые значения друг друга, если данные характеризуются относительно плавными трендами, как показано в главе 19.

1.67. Один из недостатков аксиоматического подхода состоит в том, что перечень аксиом неизбежно носит несколько произвольный характер. Некоторые аксиомы, например, критерий граничных значений Пааше и Ласпейреса, которому не соответствуют индексы Торнквиста и Уолша, можно рассматривать как несущественные. Можно рассмотреть вопрос о введении дополнительных аксиом, или критериев, два из которых обсуждаются ниже. Другая проблема, связанная с простым применением аксиоматического подхода, заключается в том, что недостаточно знать, каким критериям

не соответствует тот или иной индекс. Необходимо также знать, насколько велика степень этого несоответствия. Высокая степень несоответствия одному из основных критериев, такому как критерий соизмеримости, может служить достаточным основанием для отказа от использования индекса, тогда как незначительное несоответствие нескольким второстепенным критериям может и не быть серьезным недостатком.

Стохастический подход

1.73. Стохастический подход рассматривает наблюдаемые изменения цен или соотношения цен как если бы они представляли собой случайную выборку, сформированную из определенной совокупности, среднее значение которой можно интерпретировать как общий уровень инфляции. Однако единственного уникального уровня инфляции может при этом и не быть. В зависимости от того, какие конкретные наборы расходов или операций интересуют пользователя, можно определить много различных совокупностей. Очевидно, что выборочное среднее зависит от выбора совокупности, на основе которой составляется выборка. Определение совокупности аналогично определению охвата ИПЦ. Стохастический подход позволяет решить такие вопросы, как выбор наиболее оптимальной формы среднего и наиболее эффективного способа его оценки на основе выборки соотношений цен, после того как были определены границы совокупности.

1.74. Стохастический подход особенно полезен в том случае, когда совокупность сводится к единственному типу продукта. В связи с несовершенством рынка может иметь место значительный разброс цен, по которым один и тот же продукт продается в различных торговых точках, а также разброс наблюдаемых изменений цен. На практике органам статистики приходится оценивать среднее изменение цены на единственный продукт, основываясь на выборке данных наблюдений за ценами.

...

3. ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ОХВАТ ИНДЕКСА

Введение

3.1. Цель данной главы заключается в том, чтобы дать определение и пояснить основные концепции цены и потребления, используемые при исчислении индекса

потребительских цен (ИПЦ), а также разъяснить охват индекса. Хотя индекс потребительских цен предназначен в основном для измерения динамики цен на потребительские товары и услуги, сама концепция «потребления» не является точно определенной и может иметь несколько толкований, причем ИПЦ, полученные на основе каждой интерпретации, также будут различными. Кроме того, государственному учреждению или органу статистики, ответственному за составление ИПЦ, необходимо принять решение о том, должен ли индекс охватывать всех потребителей, то есть все домашние хозяйства, или его следует ограничить конкретной группой домашних хозяйств. Точный охват ИПЦ неизбежно зависит от основного направления использования индекса или то, что принимается за основное направление. При этом органам статистики следует иметь в виду, что ИПЦ широко используются в качестве показателей общей инфляции, даже если они не предназначены для этой цели.

3.2. Потребление представляет собой вид деятельности, участники которого, действуя индивидуально или коллективно, используют товары или услуги для удовлетворения своих потребностей и желаний. В экономике не ведется непосредственного наблюдения за такой деятельностью и ее регистрации. Вместо этого потребление измеряется исходя либо из стоимости товаров и услуг, полностью или частично использованных за некоторый период времени, либо из стоимости товаров и услуг, купленных или иным образом приобретенных для целей потребления.

3.3. Понятие «индекс потребительских цен» может иметь два различных значения, поскольку термины «потребитель», «потребительский» могут относиться как к некоторому типу хозяйственной единицы, как правило, отдельному лицу или домашнему хозяйству, так и к определенному типу товаров или услуг. Во избежание путаницы термин «потребитель» будет здесь по мере возможности применяться по отношению к отдельным лицам или домашним хозяйствам, в то время как товары будут определяться как «потребительские». Потребительский товар или услуга определяется как товар (или услуга), который участники домашнего хозяйства используют, прямо или косвенно, для удовлетворения своих личных нужд и потребностей. По определению, потребительские товары и услуги обладают полезностью. Полезность — это просто общий технический термин, который предпочитают использовать экономисты, для того чтобы отразить удовлетворение, выгоду или благосостояние, которые обеспечивают людям потребительские товары или услуги.

3.4. Под ИПЦ обычно понимают индекс цен, который измеряет динамику цен на потребительские товары или услуги, приобретаемые или используемые домашними хозяйствами. Хотя, существует возможность определения индексов цен с более широкой

базой, охват которых выходит далеко за пределы сферы потребительских товаров и услуг, охват ИПЦ намеренно сосредоточен на потреблении домашних хозяйств. Вместе с тем можно определить ИПЦ таким образом, чтобы он включал цены на приобретаемые домашними хозяйствами материальные активы, такие как земельные участки или жилье. В случае, если жилые помещения занимают их владельцы, основным является вопрос о том, следует ли включать в ИПЦ условно исчисленную арендную плату за потоки жилищных услуг, предоставляемых такими жилищными организациями, или, напротив, включать в индекс цены на само жилье (несмотря на то что в Системе национальных счетов (СНС) жилье рассматривается в качестве основных фондов, а не потребительских товаров). Мнения по этому вопросу расходятся. Но в любом случае из расчета исключается приобретение финансовых активов, таких как облигации или акции, поскольку они не относятся к какому-либо виду товаров и услуг и не используются для удовлетворения личных нужд и потребностей участников домашних хозяйств. Финансовые операции не меняют размер богатства, поскольку при их совершении один тип финансовых активов просто обменивается на другой. Например, при покупке ценных бумаг деньги обмениваются на облигацию или акцию; или, наоборот, при возникновении долга деньги получают в обмен на принятые обязательства.

3.5. Хотя ИПЦ, по определению, ограничен ценами на потребляемые домашними хозяйствами товары и услуги, из этого не следует, что он обязательно должен охватывать все домашние хозяйства или все потребляемые ими товары или услуги. Например, при составлении индекса может быть принято решение об исключении предоставляемых государством товаров, за которые домашние хозяйства не платят. Многочисленные решения приходится принимать относительно точного охвата ИПЦ, даже если общее предназначение индекса определено.

...

Индексы корзины и индексы стоимости жизни

3.30. Между индексом корзины и индексом стоимости жизни можно провести принципиальное концептуальное различие. В контексте ИПЦ индекс корзины служит для того, чтобы измерить изменение совокупных расходов, необходимых для приобретения данного набора или корзины потребительских товаров и услуг, в один период времени по сравнению с другим. В настоящем руководстве этот индекс называется индексом Лоу. Индекс стоимости жизни (ИСЖ) оценивает изменение минимальных затрат, необходимых

для поддержания данного уровня жизни. Таким образом, оба индекса имеют очень схожие задачи, поскольку каждый из них призван измерять динамику совокупных расходов, необходимых для приобретения либо одной и той же корзины, либо двух разных корзин, состав которых может несколько отличаться, но при этом в равной степени удовлетворяет потребителя.

Индексы Лоу

3.31. На практике ИПЦ почти без исключений рассчитываются как индексы Лоу. Их свойства и поведение подробно изложены в различных главах настоящего руководства. Практическая цель большинства ИПЦ заключается в том, чтобы измерить изменение со временем общей стоимости определенной корзины потребительских товаров и услуг, купленных или приобретенных определенной группой домашних хозяйств в определенный период времени. Смысл такого индекса очевиден. Необходимо, разумеется, обеспечить соответствие выбранной корзины потребностям пользователей, а также уровню современных требований. Состав корзины может регулярно обновляться, при этом необязательно сохранять его в фиксированном виде на протяжении длительных периодов времени. Определение состава корзины рассматривается более подробно в последующих разделах данной главы, а также в следующей главе.

Индексы стоимости жизни

3.32. Экономический подход в теории индексов предполагает, что потребляемые количества товаров и услуг зависят от цен. Домашние хозяйства рассматриваются как экономические агенты, не оказывающие влияния на цены. Предполагается, что они реагируют на изменения относительных цен, корректируя относительные количества потребляемых ими товаров и услуг. Индекс корзины, который рассчитывается исходя из фиксированного набора товаров и услуг, не позволяет учесть наличие у потребителей систематической тенденции замещать относительно подорожавшие продукты относительно подешевевшими. Индекс стоимости жизни, который основан на экономическом подходе, учитывает этот эффект замещения. Он измеряет изменение минимальных расходов, необходимых для поддержания заданного уровня жизни, когда потребители, стремящиеся извлечь максимальную полезность, корректируют структуру своих покупок, реагируя на изменение относительных цен. В отличие от расчета индекса корзины, при исчислении индекса стоимости жизни корзины, приобретенные за два разных периода, не будут полностью совпадать в результате указанного замещения.

...

Расходы и другие виды платежей, не входящие в охват индексов потребительских цен

3.39. Поскольку концептуально большинство ИПЦ предназначено для измерения цен на потребительские товары и услуги, покупка продуктов, которые не относятся ни к товарам, ни к услугам, как, например, облигаций, акций или других финансовых активов, не включается в предполагаемый охват ИПЦ. Точно так же выходят за пределы индекса несвязанные с покупками платежи, при которых ничего не приобретается взамен, например, уплата налогов на доходы и отчисления на социальное обеспечение.

3.40. Реализация этих принципов — не всегда простой процесс, поскольку на практике не всегда можно провести четкое различие между расходом на товар или услугу и другими платежами. Ряд концептуально сложных случаев, в том числе некоторые пограничные ситуации, которые, возможно, имеют спорный характер, рассмотрен ниже.

Трансферты

3.41. Согласно определению, трансферт представляет собой операцию, при выполнении которой одна институциональная единица предоставляет товар, услугу или актив другой единице, не получая в обмен никакого товара, услуги или актива, то есть в такой операции отсутствует эквивалент. Трансферты имеют односторонний характер. Поскольку, осуществляя трансферт, домашнее хозяйство не приобретает какого-либо товара или услуги, трансферт должен быть за пределами охвата ИПЦ. Общая для ИПЦ и для национальных счетов проблема заключается в том, чтобы определить, являются ли фактически трансфертами те или иные виды операций.

3.42. Взносы/отчисления на социальное обеспечение, налоги на доходы и богатство. Поскольку домашние хозяйства не получают какого-либо конкретного индивидуального товара или услуги в обмен на выплату взносов/отчислений на социальное обеспечение, эти отчисления рассматриваются как трансферты, которые не входят в охват ИПЦ. Аналогичным образом, выплаты любых налогов на доходы или богатство (владение активами) выходят за пределы охвата индекса, поскольку представляют собой односторонние обязательные трансферты органам государственного управления. Налоги на собственность, взимаемые с жилья (как правило, представляющие собой налоги или платежи, взимаемые местными органами власти) выходят за пределы охвата индекса. Вместе с тем можно отметить, что односторонние обязательные трансферты могут включаться в безусловный ИСЖ или более широко определяемый условный ИСЖ, позволяя тем самым, помимо изменения цен на потребительские товары и услуги, учесть изменения некоторых других факторов.

3.43. Лицензии. Домашние хозяйства вынуждены платить за получение различных видов лицензий, при этом не всегда ясно, представляют ли собой такие лицензии просто налоги под другим названием или государственное учреждение, которое выдает лицензию, предоставляет взамен некоторый вид услуги, например, осуществляя те или иные надзорные, регулирующие или контрольные функции. В последнем случае лицензии можно рассматривать как приобретение услуг. Некоторые случаи имеют настолько пограничный характер, что эксперты по налогообложению, действующие под эгидой Международного Валютного Фонда (МВФ), и другие международные организации обсуждают их годами, не приходя к единому мнению. Поэтому эксперты согласились принять ряд условных правил на основе практики, которой придерживаются в большинстве стран. Данные правила целесообразно использовать для составления ИПЦ, а также национальных счетов. Перечень этих правил представлен в «Статистике государственных финансов» МВФ (МВФ, 2001 год), а также был принят в СНС 1993 года.

3.44. Платежи за лицензии, которые производят домашние хозяйства с целью владения определенными товарами или средствами или их использования, принято относить к категории потребительских расходов, а не трансфертов, и на этом основании они включаются в охват ИПЦ. Например, учитывается плата за лицензию на пользование радиоприемниками и телевизорами, владение транспортным средством, владение огнестрельным оружием и т.д., а также плата за выдачу паспорта. С другой стороны, лицензии на владение автотранспортом, лодками и воздушными судами или их использование, а также охотничьи и рыболовные лицензии принято относить к категории прямых налогов, и поэтому они исключаются из охвата ИПЦ. Тем не менее во многих странах в расчет индекса включаются налоги на пользование частным автотранспортом, поскольку при составлении ИПЦ они рассматриваются как налоги на потребление. Поскольку реальные обстоятельства, при которых выдаются лицензии, и условия их выдачи в разных странах могут существенно отличаться, в некоторых случаях органам статистики целесообразно, возможно, отступить от предложенных условных правил. Однако в целом представляется оправданным придерживаться условных правил, принятых соответствующими специалистами на международном уровне.

3.45. Дары и членские взносы. Дары, по определению, представляют собой трансферты и поэтому не входят в охват ИПЦ. Уплата членских взносов или пожертвований в благотворительные организации, когда трудно определить, какие именно услуги получены взамен, также относится к категории трансфертов. С другой стороны, членские взносы в клубы или общества, в том числе благотворительные, которые предоставляют членам некоторые виды услуг (например, проведение регулярных

собраний, подписка на журналы и т.д.) могут рассматриваться в качестве конечных потребительских расходов и включаться в ИПЦ.

3.46. Чаевые и вознаграждение за услуги. Необязательные чаевые или вознаграждение за услуги представляют собой дары, которые не входят в охват ИПЦ. Вместе с тем возможны ситуации, когда, несмотря на необязательный характер платежа, получить товар или услугу без дополнительной платы в каком-либо виде очень трудно. В этом случае такую плату следует учитывать как расходы и включать в цену рассматриваемого товара или услуги.

Страхование

3.47. Существует два основных типа страхования: страхование жизни и другие виды страхования. В обоих случаях страховые премии включают два компонента. Один из них — это оплата самого страхования, которую часто называют чистой премией, тогда как другая представляет собой условно исчисленную плату за услуги страховой компании, причитающуюся ей за организацию страхования (сюда входит плата, взимаемая за расчет рисков, расчет размера премий, осуществление сбора страховых премий и их инвестирования, а также выплат по страховым требованиям).

3.48. Условно исчисленная плата за услуги не поддается непосредственному наблюдению. Она представляет собой неотъемлемую часть валовой премии, которая на практике отдельно не указывается. Хотя в качестве платы за услугу условно исчисленная плата попадает в охват ИПЦ, точно оценить ее размер сложно.

3.49. В случае страхования, кроме страхования жизни, чистая премия, по существу, представляет собой трансферт, который входит в общий фонд, охватывающий коллективные риски держателей страховых полисов в целом. В качестве трансферта она выпадает из охвата ИПЦ. В случае страхования жизни чистая премия по существу является разновидностью финансовых инвестиций. Она представляет собой покупку финансового актива, который также не включается в охват ИПЦ.

3.50. Наконец, можно отметить, что если страхование осуществляется при посредничестве брокера или агента, независимого от страховой компании, оплата, взимаемая брокерами или агентами за услуги, включается в охват ИПЦ в дополнение к условно исчисленной плате за услуги, оказываемые страховщиком.

Азартные игры

3.51. Суммы, уплачиваемые при покупке лотерейных билетов или при заключении пари, также состоят из двух компонентов, которые обычно не определяются по отдельности. Это — условно исчисленная плата за услуги (часть потребительских

расходов) и текущий трансферт, входящий в общий фонд, из которого выплачиваются выигрыши. В охват ИПЦ включается только условно исчисленная или явная плата за услуги организаторов азартных игр. Размеры платы за услуги обычно рассчитываются на уровне агрегатов в виде разницы между суммами, подлежащими выплате (ставки) и получению (выигрыши).

Операции с финансовыми активами

3.52. Финансовые активы не являются потребительскими товарами или услугами. Создание финансовых активов/обязательств или их исчезновение, например, путем кредитования, заимствования или погашения, являются финансовыми операциями, которые не имеют ничего общего с расходами на товары и услуги и осуществляются независимо от них. Покупка финансового актива, будучи формой финансовых инвестиций, очевидно, не относится к расходам на потребление.

3.53. Некоторые финансовые активы, особенно ценные бумаги в форме векселей, обязательств и акций, обращаются на рынке и имеют рыночную цену. Для них исчисляются собственные отдельные индексы цен, такие как индексы курсов на фондовой бирже.

3.54. Многие финансовые активы, принадлежащие домашним хозяйствам, приобретаются косвенно через пенсионные программы или страхование жизни. Исключая плату за услуги, пенсионные взносы домашних хозяйств аналогичны выплате премий по страхованию жизни. Они, по существу, представляют собой форму инвестиций, выплачиваемых из сбережений, и, таким образом, исключаются из ИПЦ. Напротив, вносимая домашними хозяйствами в явном или неявном виде плата за услуги, оказываемые вспомогательными финансовыми единицами, такими как брокеры, банки, страховщики (страхование жизни и страхование, кроме страхования жизни), руководители пенсионного фонда, консультанты по финансовым вопросам, бухгалтеры и т.д., относится к охвату ИПЦ. Внесение такой платы представляет собой просто покупку услуг.

Покупка и продажа иностранной валюты

3.55. Иностранная валюта представляет собой финансовый актив, поэтому покупка-продажа иностранной валюты находится за пределами охвата ИПЦ. Изменение цен покупки или продажи иностранной валюты в результате изменения обменных курсов не включаются в ИПЦ. Напротив, плата за услуги, оказываемые дилерами по обмену, продаже и покупке иностранной валюты, включается в охват ИПЦ, когда домашние хозяйства приобретают иностранную валюту для личного использования. Эта плата

включает не только комиссионные сборы в явном виде, но и разницу между установленными дилерами курсами продажи и покупки и средним двух этих курсов.

Платежи, финансирование и кредит

3.56. В концептуальном плане моментом, когда производятся расходы, является тот момент, когда покупатель принимает на себя обязательство уплатить, то есть когда право собственности на товар переходит в другие руки или когда предоставляется услуга. Моментом платежа является момент, когда обязательство погашается. Оба момента могут совпадать, если производится немедленная оплата наличными, то есть с помощью денег в форме банкнот или монет, однако использование чеков, кредитных карточек и других кредитных механизмов ведет к тому, что оплата все чаще происходит спустя некоторое время после того, как были осуществлены расходы. Процедура может быть еще более сложной, когда оплата осуществляется поэтапно, при этом производится авансовый платеж. Принимая во внимание задержки и сложность используемых финансовых инструментов и институциональных механизмов, точно определить время оплаты может оказаться непросто. Это время может быть неодинаковым даже с точки зрения покупателя и продавца.

3.57. Чтобы обеспечить согласованность с данными о расходах, используемыми в качестве весов при расчете ИПЦ, цены следует регистрировать на тот момент, когда эти расходы были фактически произведены. Это согласуется с методом приобретения.

Финансовые операции и заимствование

3.58. Некоторые отдельные виды расходов могут быть чрезвычайно велики: например, оплата дорогостоящего медицинского лечения или отпуска, покупка крупного товара длительного пользования. Если домашнее хозяйство не располагает достаточным количеством наличных денег или не хочет немедленно заплатить всю сумму наличными, возможны различные варианты.

- Покупатель может получить кредит у ссудодателя, банка или иного финансового учреждения.
- Покупатель может воспользоваться кредитной карточкой.
- Продавец может предоставить покупателю кредит сам или организовать предоставление кредита покупателю какой-либо третьей стороной, неким финансовым учреждением.

Создание финансового актива/обязательства

3.59. При заимствовании потребителем средств с целью приобретения товара или услуги происходит две различные операции: покупка товара или услуги и заимствование необходимых средств. Последняя операция представляет собой чисто финансовую операцию с участием кредитора и заемщика, в результате которой создается новый финансовый актив/обязательство. Такая финансовая операция выходит за пределы охвата ИПЦ. Как уже отмечалось, финансовая операция не приводит к изменению богатства и не связана с потреблением. Любая финансовая операция просто реорганизует портфель активов данного лица путем замены одного актива на другой. Например, в случае предоставления займа кредитор обменивает наличные деньги на финансовое требование к заемщику. Аналогичным образом, заемщик приобретает наличные деньги в обмен на эквивалентное финансовое обязательство. Такие операции не учитываются при составлении ИПЦ.

3.60. Как правило, когда домашнее хозяйство берет ссуду у финансовых учреждений, в том числе у индивидуальных ссудодателей, заемные средства можно использовать для различных целей, включая покупку активов, таких как жилье или финансовые активы (например, облигации или акции), а также покупку дорогих товаров или услуг. Аналогичным образом, кредит, предоставленный владельцу кредитной карточки, может использоваться для различных целей. Само по себе образование финансового актива или обязательства с помощью нового заимствования не оказывает влияния на ИПЦ, поскольку при этом не приобретаются ни товар, ни услуга, а также отсутствуют расходы и цены.

3.61. Следует отметить, что процентные платежи сами не являются финансовыми операциями. Выплата процентов весьма отличается от заимствования, кредитования или других финансовых операций, послуживших ее причиной. Далее вопрос о процентах рассматривается отдельно.

3.62. Кредиты при продаже в рассрочку и ипотечные кредиты необходимо учитывать таким же образом, как и другие виды кредитов. То обстоятельство, что некоторые виды кредитов предоставляются с условием, что они будут использованы заемщиком полученных средств для определенных целей, не влияет на порядок учета самого кредита. Кроме того, обусловленные кредиты никоим образом не ограничены покупкой товаров длительного пользования на условиях «продажи в рассрочку». Обусловленные персональные ссуды могут быть взяты и для других целей, например, для крупных расходов на образование или лечение. В каждом случае получение кредита представляет собой самостоятельную операцию, которую следует отличать от операции по расходованию средств на приобретение товара или услуги. В каждой из этих двух

операций могут участвовать различные стороны, при этом сами операции могут происходить в различное время.

3.63. Несмотря на то что предоставление финансовых средств является самостоятельной операцией по отношению к покупке товара или услуги, для которой средства используются, эта операция может повлиять на уплаченную цену. Необходимо тщательно рассматривать каждый случай. Предположим, например, что продавец согласен отложить оплату на один год. Хотя создается впечатление, что продавец предоставляет беспроцентный кредит сроком на один год, это не соответствует экономической реальности. Продавец действительно предоставляет ссуду, но она не является беспроцентной, а занимаемая сумма не равна «полной» цене. Покупатель в неявном виде выдает продавцу краткосрочный вексель, подлежащий погашению спустя один год, и использует полученные от продавца наличные деньги для оплаты товара. Однако приведенная стоимость векселя в момент выдачи равна его выкупной стоимости, дисконтированной по процентной ставке за год. Сумма, выплачиваемая покупателем во время фактической покупки товара, представляет собой текущую дисконтированную цену векселя, а не полную выкупную цену, подлежащую выплате один год спустя. Именно эта дисконтированная цена должна быть зарегистрирована для составления ИПЦ. Разница между дисконтированной и выкупной ценой, разумеется, представляет собой процент по векселю, который покупатель в неявном виде выплачивает за год. Такой способ регистрации соответствует способу, посредством которого в действительности производится оценка векселей и облигаций на финансовых рынках, а также способу, посредством которого они отражаются в счетах коммерческого бухгалтерского учета и в экономических счетах. Отсрочка платежей изложенным выше способом равнозначна снижению цены и должна быть в этом качестве учтена при составлении ИПЦ. Выплата процентов в неявном виде не является частью цены. Вместо этого она снижает цену. Данный пример показывает, что в определенных обстоятельствах рыночная процентная ставка может повлиять на уплаченную цену, но это зависит от конкретных условий кредитного соглашения, заключенного продавцом и покупателем. Необходимо детально рассматривать особенности каждого отдельного случая.

3.64. Этот вариант необходимо четко отличать от рассматриваемой в следующем разделе продажи в рассрочку, когда покупатель фактически выплачивает полную цену и заимствует сумму, равную полной цене, обязуясь выплачивать проценты в явном виде в дополнение к погашению занятой суммы.

Продажа в рассрочку

3.65. В случае покупки товаров длительного пользования на условиях продажи в рассрочку необходимо различать экономическое право собственности на товар, или собственность де-факто, от юридического права собственности. В качестве времени приобретения здесь выступает время подписания контракта о продаже в рассрочку и вступления покупателя во владение товаром длительного пользования. С этого момента именно покупатель пользуется данным товаром и извлекает выгоду из его использования. В момент приобретения товара совершающее покупку домашнее хозяйство становится его фактическим собственником, несмотря на то что юридическое право собственности может перейти к домашнему хозяйству только после полного погашения кредита.

3.66. В связи с этим принято считать, что совершающее покупку домашнее хозяйство покупает товар во время вступления во владение им и в этот же момент выплачивает его полную стоимость наличными деньгами. Одновременно покупатель занимает у продавца или указанного продавцом финансового учреждения сумму, достаточную для покрытия цены покупки и последующих процентных платежей. Разница между ценой при оплате наличными и общей суммой всех предстоящих платежей равна общей сумме причитающихся процентов. Цена, учитываемая для составления ИПЦ, представляет собой цену при оплате наличными, подлежащую выплате во время совершения покупки, независимо от того, была ли эта покупка совершена с помощью заимствования в какой-либо форме. Порядок учета продажи в рассрочку аналогичен тому порядку, который применяется при «финансовом лизинге», когда основные фонды, например, воздушное судно, используемое для производства, приобретает у финансового учреждения и сдается в аренду производителю на весь период службы данного актива или большую его часть. По существу, данный метод представляет собой финансирование приобретения актива посредством кредита, поэтому его необходимо отличать от операционного лизинга, такого как краткосрочная аренда автомобилей. Изложенный в данном пункте порядок учета продажи в рассрочку и финансового лизинга применяется как в коммерческом бухгалтерском, так и в экономическом учете.

Процентные платежи

3.67. Порядок учета процентных платежей по различным видам долга, которые могут принять на себя домашние хозяйства, связан как с концептуальными, так и практическими трудностями. Номинальный процент представляет собой составной платеж, включающий следующие четыре основных элемента, которые могут сочетаться в различных пропорциях.

- Первый компонент — это выплата чистого процента, то есть процент, который взимался бы при наличии совершенного рынка капитала и полной информации.

- Второй компонент представляет собой премию за риск, которая зависит от кредитоспособности конкретного заемщика. Его можно рассматривать как страховой сбор, автоматически взимаемый в условиях неопределенности, связанной с риском невыполнения должником своих обязательств.

- Третий компонент представляет собой плату за услуги, которая взимается в том случае, когда домашние хозяйства занимают средства у финансовых учреждений, занимающихся кредитованием.

- Наконец, в условиях инфляции, реальная стоимость кредита, зафиксированная в денежном выражении (то есть ее покупательная способность по отношению к реальным товарам и услугам), убывает с повышением уровня инфляции. Тем не менее кредиторы могут возместить ожидаемые ими реальные холдинговые или капитальные убытки путем взимания номинального процента по ставке, увеличенной соответствующим образом. По этой причине изменение ставок номинального процента находится в прямой зависимости от уровня общей инфляции, что является широко распространенным явлением в условиях инфляции. В такой ситуации основным компонентом номинального процента может стать компенсация, автоматически выплачиваемая заемщиком кредитору с целью возмещения реальных холдинговых убытков последнего. При очень высоком уровне инфляции она может составить почти всю сумму взимаемого номинального процента.

3.68. Порядок учета первого компонента, чистого процента, имеет несколько спорный характер, однако этот компонент может составлять только небольшую долю взимаемого номинального процента. Порядок учета второго компонента, страхования от риска дефолта, также имеет несколько спорный характер.

3.69. Очевидно, что четвертый компонент, выплата компенсации за реальные холдинговые убытки кредитора, выходит за пределы охвата ИПЦ. По существу, она является операцией с капиталом. Сумма компенсации может составлять большую часть номинального процента в условиях инфляции.

3.70. Третий компонент представляет собой покупку услуги финансовых учреждений, занимающихся предоставлением средств заемщикам. Он известен как условно исчисленная плата за услуги и, несомненно, входит в охват ИПЦ. Он также включается в КИПЦ. Плата за услуги не ограничивается ссудами, предоставляемыми «финансовыми посредниками», учреждениями, которые занимают средства, чтобы предоставлять их в ссуду другим. Финансовые учреждения, которые выдают кредиты, пользуясь собственными ресурсами, предоставляют заемщикам тот же вид услуг, что и

финансовые посредники. Когда продавцы выдают кредиты, пользуясь собственными средствами, принято считать, что они неявным образом создают собственное финансовое учреждение, которое функционирует обособленно от их основной деятельности. Процентные ставки финансовых учреждений также включают условно исчисленную плату за услуги. Поскольку некоторые рынки капитала весьма несовершенны, и большинство домашних хозяйств может не иметь доступа к надлежащим рынкам капитала, многие кредиторы являются фактически монополистами, которые назначают очень высокие цены на предоставляемые ими услуги, как, например, ссудодатели в сельских районах многих стран.

3.71. Очевидно, не следует считать, что процентные платежи включают только чистый процент или даже чистый процент плюс премию за риск. Вычленив отдельные компоненты процента очень сложно. Может оказаться практически невозможным дать реалистичную и достоверную оценку условно исчисленной платы за услуги, включаемой в большинство видов процентных платежей. Кроме того, для составления ИПЦ необходимо оценить не только размер платы за услуги, но и изменение цен на услуги с течением времени. Учитывая сложный характер потоков процентов и принимая во внимание тот факт, что различные потоки необходимо рассматривать по-разному, включение выплат номинального процента в расчет ИПЦ едва ли оправдано, особенно в условиях инфляции.

Производство сектора домашних хозяйств

3.72. Домашние хозяйства могут принимать участие в различных видах производственной деятельности, ориентированной либо на рынок, либо на производство товаров и услуг для собственного потребления.

Хозяйственная деятельность

3.73. Домашние хозяйства могут принимать участие в хозяйственной или коммерческой деятельности, такой как сельское хозяйство, розничная торговля, строительство, предоставление профессиональных или финансовых услуг и так далее. Товары и услуги, которые используются в процессе производства других товаров и услуг, предназначенных для продажи на рынке, относятся к промежуточному потреблению. Они не являются частью конечного потребления домашних хозяйств. Цены на промежуточные товары и услуги, приобретенные домашними хозяйствами, не подлежат включению в ИПЦ. На практике часто бывает трудно провести четкое различие между промежуточным и конечным потреблением, поскольку одни и те же товары могут использоваться для каждой из этих целей.

Потребление продукции собственного производства

3.74. В действительности домашние хозяйства не потребляют непосредственно все товары и услуги, приобретаемые ими для целей потребления. Они используют их в качестве ресурсов при производстве других товаров или услуг, которые служат им в дальнейшем для удовлетворения собственных нужд и потребностей. Это можно подтвердить многочисленными примерами. Так, основные продукты питания, такие как мука, кулинарный жир, сырое мясо и овощи, могут быть переработаны в хлебные изделия, пироги или другие блюда с помощью других производственных ресурсов, включая топливо, услуги, предоставляемые потребительскими товарами длительного пользования, например, холодильниками и кухонными плитами, а также трудовые услуги членов домашнего хозяйства. Ресурсы в форме материалов, оборудования и труда используются для уборки, обслуживания и ремонта жилья. Ресурсы в форме семян, удобрений, инсектицидов, оборудования и затраты труда задействуются для выращивания овощей или цветов, и так далее.

3.75. Некоторые из видов производственной деятельности, осуществляемой домашними хозяйствами, например, садоводство или приготовление пищи, возможно, сами по себе приносят удовлетворение. Другие, такие как уборка, могут рассматриваться в качестве рутинной повседневной работы, которая снижает полезность. Но в любом случае товары или услуги, используемые в качестве ресурсов при производственной деятельности, сами по себе не обеспечивают полезность. Можно еще раз привести многочисленные примеры таких ресурсов: необработанные продукты питания, непригодные для употребления в пищу без кулинарной обработки; чистящие средства; различные виды топлива, такие как уголь, газ, электричество или бензин; удобрения; услуги, предоставляемые холодильниками и морозильными камерами и так далее.

3.76. Полезность извлекается путем использования продукции, созданной в результате деятельности домашних хозяйств в целях собственного потребления. Таким образом, необходимо решить, должен ли ИПЦ быть ориентирован на измерение динамики цен на эту продукцию, а не на производственные ресурсы. В принципе, представляется желательным измерять цены на продукцию, хотя против этого выдвигаются серьезные возражения.

3.77. На концептуальном уровне трудно сделать вывод о том, что именно выступает в качестве реальной конечной продукции многих менее определенных видов производственной деятельности домашних хозяйств. Особенно трудно точно определить, что является продукцией таких важных видов услуг, производимых в рамках домашних

хозяйств, как уход за детьми или за больными и пожилыми людьми. Если бы все-таки удалось определить эти виды продукции с достаточной точностью, концептуально их следовало бы измерить и оценить. Возможность наблюдения за ценами в этом случае отсутствует, поскольку не осуществляются никакие торговые операции. Цены на эти виды продукции пришлось бы исчислять условно, причем такие цены были бы не только гипотетическими, но и неизбежно сугубо предположительными. В целом, использовать их для расчета ИПЦ было бы нереалистично и почти наверняка неприемлемо для большинства пользователей, которых в первую очередь интересуют рыночные цены, с которыми сталкиваются домашние хозяйства.

3.78. Практическая альтернатива этому заключается в учете товаров и услуг, приобретаемых домашними хозяйствами на рынке с целью использования в качестве ресурсов для различных видов осуществляемой хозяйствами производственной деятельности, как если бы они сами являлись конечными потребительскими товарами и услугами. Они обеспечивают полезность косвенно, при условии, что используются исключительно для производства товаров и услуг, непосредственно потребляемых домашними хозяйствами. Это практическое решение, как правило, реализуется не только при составлении ИПЦ, но и в системе национальных счетов, где расходы домашних хозяйств на такие элементы отнесены к категории конечного потребления. Хотя этот вариант кажется простым и концептуально приемлемым применительно к не решаемой иными средствами задаче, для одного-двух видов домашнего производства, которые играют особенно важную роль и продукция которых легко поддается идентификации, могут быть сделаны исключения.

3.79. Нетоварное сельское хозяйство. В системе национальных счетов делаются попытки регистрировать стоимость сельскохозяйственной продукции, произведенной для собственного потребления. В некоторых странах нетоварное сельское хозяйство может обеспечивать значительную часть производства и потребления сельскохозяйственной продукции. Система национальных счетов требует, чтобы такая продукция оценивалась по рыночным ценам. Однако целесообразность применения этой процедуры для расчета ИПЦ сомнительна.

3.80. ИПЦ может регистрировать либо фактические цены на производственные ресурсы, либо условно исчисленные цены на продукцию, но не то и другое одновременно. Если условно исчисленные цены на продукцию нетоварного сельского хозяйства включены в ИПЦ, цены на приобретенные ресурсы следует исключить. При этом из индекса может быть исключена большая часть рыночных операций, осуществляемых такими домашними хозяйствами. Расходы на производственные ресурсы представляют

собой основную составляющую взаимодействия домашних хозяйств и рынка, через которую они испытывают воздействие инфляции. Поэтому в целях составления ИПЦ представляется более целесообразным регистрировать фактические цены на ресурсы, а не условно исчисленные цены на продукцию.

3.81. Жилищные услуги, производимые для собственного потребления. Вопрос о порядке учета жилищных услуг, производимых владельцами жилья для собственного потребления, является сложным и несколько противоречивым. Не всегда удается достичь консенсуса по поводу того, что является оптимальной практикой. В концептуальном плане производство жилищных услуг владельцами жилья для собственного потребления не отличается от других типов производства, осуществляемого домашними хозяйствами для собственного использования. Особенность производства жилищных услуг домашними хозяйствами для собственного потребления по сравнению с другими видами производства заключается в том, что оно требует использования чрезвычайно крупного объекта основных фондов в форме самого жилья. В экономике, а также в системе национальных счетов, жилища обычно рассматриваются как вид основных фондов, поэтому покупка жилья относится к категории валового накопления основного капитала, а не приобретения потребительского товара длительного пользования. Основные фонды используются для целей производства, а не потребления. Жилище не служит непосредственно для потребления. Жилища предоставляют поток капитальных услуг, потребляемых в форме затрат при производстве жилищных услуг. Для этого производства необходимы другие виды затрат, такие как ремонт, обслуживание и страхование. Домашние хозяйства потребляют жилищные услуги, производимые в качестве продукции этого производства.

3.82. Важно отметить, что этот процесс включает два четко различающихся потока услуг.

- Один из них представляет собой поток предоставляемых жилищными капитальных услуг, которые потребляются в качестве затрат, используемых при производстве жилищных услуг.

- Другой представляет собой поток жилищных услуг, которые производятся в качестве продукции, потребляемой членами домашнего хозяйства.

Два этих потока не одинаковы. Стоимость потока продукции больше, чем стоимость потока затрат. Капитальные услуги определяются и измеряются точно таким же образом, как капитальные услуги, предоставляемые другими видами основных фондов, такими как оборудование или сооружения кроме жилья. Стоимость капитальных услуг равна издержкам пользователя и состоит, главным образом, из двух компонентов: амортизации и процентных, или капитальных, затрат. Капитальные затраты имеют место

независимо от того, приобретается жилье за счет ипотечного кредита или нет. Когда жилье приобретается за счет собственных средств, процентные затраты представляют издержки упущенной выгоды в связи с вложением капитала в жилье, то есть упущенный процентный доход, который мог бы быть получен при инвестировании в другие объекты.

3.83. Существует два основных варианта включения производства жилищных услуг собственными силами и потребления этих услуг в ИПЦ. Один из них заключается в том, чтобы оценить стоимость продукции потребляемых жилищных услуг. Другой вариант предусматривает определение цены произведенных затрат, в том числе затрат в форме капитальных услуг. Если жилищные услуги предполагается учитывать так же, как другие типы производства для собственного потребления в рамках домашних хозяйств, следует принять подход на основе оценки затрат. Вместе с тем значимость производства и потребления жилищных услуг лицами, проживающими в принадлежащих им жилых помещениях, может расцениваться настолько высоко, что потребует специального порядка учета.

3.84. Если принято решение оценивать стоимость продукции, расчет цены можно произвести с помощью рыночной арендной платы за арендуемое жилье такого же типа. Данный подход определяется как метод эквивалентной арендной платы. Одна из практических проблем при его реализации заключается в том, что на рынке может не быть арендуемого жилья такого же типа. Например, в развивающихся странах может отсутствовать спрос на аренду жилья в сельской местности, где значительная часть жилья фактически построена самими домашними хозяйствами. Другая проблема состоит в том, чтобы обеспечить исключение из рыночной арендной платы прочих видов услуг (таких как отопление), которые являются дополнительными по отношению к собственно жилищным услугам. Еще одна проблема состоит в том, что рыночная арендная плата, как и платежи за аренду товаров длительного пользования, должна включать операционные расходы агентств по аренде недвижимости, а также себестоимость самих жилищных услуг и, кроме того, обеспечивать владельцам некоторую прибыль. Наконец, арендуемое жилое помещение принципиально отличается от жилья, занимаемого владельцами, в том отношении, что оно обеспечивает арендаторам большую гибкость и мобильность. Транзакционные издержки при переезде в новый дом для арендаторов жилья могут быть намного меньше.

3.85. В принципе, если принят метод оценки продукции, то есть метод эквивалентной арендной платы, цены на затраты, используемые при производстве жилищных услуг для собственного потребления, такие как расходы на ремонт,

обслуживание и страхование, также не следует включать в расчет. В противном случае будет иметь место двойной счет.

3.86. Альтернативный подход заключается в определении и учете цен затрат при производстве жилищных услуг для собственного потребления таким же образом, как и в случае других видов производства домашних хозяйств для собственного потребления. В дополнение к промежуточным расходам, таким как расходы на ремонт, обслуживание и страхование, необходимо оценить затраты на капитальные услуги и включить полученные цены в расчет ИПЦ. Технические аспекты оценки стоимости потоков капитальных услуг рассматриваются в главе 23. Как и в случае других типов производства для собственного потребления в рамках домашних хозяйств, нецелесообразно включать в расчет предполагаемые расходы на оказание трудовых услуг, предоставляемых самими владельцами.

3.87. Какой бы из двух указанных методов (на основе оценки затрат или оценки производства) ни был принят, рассчитать соответствующие цены достаточно сложно. Испытываемые на практике трудности могут быть настолько серьезными, что заставляют составителей и пользователей индексов сомневаться в достоверности результатов. Кроме того, существует предубеждение против использования при составлении ИПЦ условно исчисленных цен, вне зависимости от того, относятся ли они к производственным затратам или к продукции. Поэтому было предложено отказаться от попыток измерять цены на потоки жилищных услуг. Вместо этого, возможно, более целесообразно включать в ИПЦ цены на сами жилища. В большинстве ситуаций можно использовать наблюдаемые рыночные цены, хотя многие жилые дома, особенно в сельских районах развивающихся стран, также строятся их владельцами, но и в этом случае цены на такие дома необходимо рассчитывать исходя из затрат на их производство.

3.88. Включение цен на жилища в ИПЦ связано со значительным изменением охвата индекса. Очевидно, что жилища являются активом, и их приобретение представляет собой накопление капитала, а не потребление. Хотя тот же аргумент можно применить и к товарам длительного пользования, между принадлежащим домашнему хозяйству товаром длительного пользования и жилым помещением существует важное количественное различие, которое проявляется в значительной разнице цен и в различных сроках службы. Таким образом, расширение охвата ИПЦ с включением в него жилого фонда предполагает, в принципе, включение в охват индекса валового накопления основного капитала домашним хозяйством.

3.89. Преимущество такого решения состоит в том, что оно не требует ни оценки затрат, ни оценки потоков производимых услуг, хотя концептуально оно значительно

расходится с традиционным пониманием ИПЦ. Как в случае потребительских товаров длительного пользования, так и в случае жилых помещений, возможными вариантами являются либо отражение в ИПЦ приобретения активов по их рыночным ценам, либо отражение потоков услуг в расчетных ценах, но не то и другое одновременно. Подобно тому, как потоки услуг, предоставляемые товарами длительного пользования, не включаются в настоящее время в ИПЦ в связи с включением приобретения этих товаров, при включении в ИПЦ цен на жилище потоки услуг должны быть исключены. При использовании метода приобретения вес, присвоенный товарам длительного пользования и жилым помещениям за продолжительный период времени, может оказаться недостаточным, поскольку он не учитывает капитальные затраты, понесенные владельцами активов.

Охват домашних хозяйств и торговых точек

3.90. Группа домашних хозяйств, включаемая в охват ИПЦ, часто называется «базисными домашними хозяйствами» или «базисной совокупностью».

Определение домашнего хозяйства

3.91. Для составления ИПЦ домашние хозяйства можно определить таким же образом, как они определяются при проведении переписи населения. При проведении переписи рекомендуется использовать следующее определение (СНС1993):

«Домохозяйством может являться либо а) домохозяйство, состоящее из одного лица, то есть такой уклад жизни, при котором лицо обеспечивает себя продуктами питания и всем необходимым для жизни без союза с каким-либо другим лицом, в результате чего данное лицо стало бы частью состоящего из нескольких лиц домохозяйства; либо б) домохозяйство, состоящее из нескольких лиц, то есть группа из двух или нескольких совместно проживающих лиц, которые сообща обеспечивают себя питанием или всем необходимым для жизни. Лица, входящие в состав группы, могут объединять свои доходы и иметь в той или иной степени общий бюджет; они могут быть родственниками или не являться таковыми или составлять комбинацию из тех и других».

3.92. Данное определение по существу совпадает с определением, которое используется при проведении обследований бюджетов домашних хозяйств и в СНС. Охват ИПЦ обычно ограничен частными домашними хозяйствами, при этом из него исключаются институциональные домашние хозяйства, такие как группы лиц, живущие вместе неопределенно длительное время в религиозных учреждениях, а также в лечебных учреждениях с постоянным пребыванием, тюрьмах или домах престарелых. Однако санатории для выздоравливающих, школы, колледжи, воинские подразделения и так далее

не рассматриваются в качестве институциональных домашних хозяйств; лица, находящиеся в этих заведениях, считаются принадлежащими к своим частным домашним хозяйствам. С другой стороны, охват ГИПЦ соответствует определению, принятому в СНС 1993 года, и, таким образом, включает институциональные домашние хозяйства.

Типы домашних хозяйств

3.93. Почти во всех странах охват ИПЦ определен таким образом, чтобы включить как можно больше частных домашних хозяйств, при этом он не ограничивается только теми хозяйствами, которые принадлежат к конкретной социально-экономической группе. Согласно положениям ГИПЦ, охват должен включать все домашние хозяйства, независимо от уровня их дохода.

3.94. Тем не менее в некоторых странах наиболее богатые домашние хозяйства по тем или иным соображениям исключаются. Расходы этих хозяйств могут считаться слишком нетипичными, а данные об этих расходах, собранные в ходе обследования бюджетов домашних хозяйств, могут оказаться недостоверными. При проведении обследований бюджетов доля ответивших богатых домашних хозяйств от общего числа опрошенных обычно очень невысока. Кроме того, сбор сведений о ценах на некоторые виды потребительских товаров и услуг, покупаемых исключительно богатыми, может оказаться слишком дорогостоящим. Некоторые страны могут принять решение об исключении других видов домашних хозяйств. Так, в Великобритании исключаются не только четыре процента домашних хозяйств с наибольшим доходом, но и домашние хозяйства, зависящие, главным образом, от государственных пенсий. В конечном счете, это приводит к исключению приблизительно 15 процентов домашних хозяйств и 15 процентов расходов. В Японии и Республике Корея исключаются домашние хозяйства, занятые, главным образом, в сельском и лесном хозяйстве и в рыбном промысле, а также все домашние хозяйства, состоящие из одного лица. Исключение этих хозяйств влияет на веса расходов, поскольку структура расходов исключенных групп отличается от структуры расходов остального населения.

3.95. Помимо единого широкомасштабного официального (главного) ИПЦ по стране в целом, некоторые страны публикуют ряд вспомогательных индексов, относящихся к различным подгруппам населения. Например, в Чехии составляются отдельные индексы для следующих подгрупп:

- все домашние хозяйства;
- все работники;
- работники с детьми;

- работники с низким уровнем дохода;
- работники из неполных семей;
- пенсионеры;
- пенсионеры с низким уровнем дохода;
- домашние хозяйства в Праге;
- домашние хозяйства в населенных пунктах с населением свыше 5000 человек.

3.96. В Индии составление ИПЦ вызвано необходимостью поддерживать покупательную способность доходов рабочих, в связи с чем на национальном уровне составляется четыре различных ИПЦ для базисных домашних хозяйств, возглавляемых следующими видами рабочих:

- сельскохозяйственные рабочие;
- промышленные рабочие;
- сельские работники;
- городские работники, не занятые физическим трудом.

Географический охват

3.97. Городские и сельские районы. Термин «географический охват» может обозначать либо географический охват расходов, либо географический охват при сборе информации о ценах. В идеальном случае две эти сферы охвата должны совпадать, независимо от того, предназначен ли ИПЦ для использования в качестве индекса общенационального или регионального масштаба. В большинстве стран сбор информации о ценах происходит в городах только потому, что их динамика считается репрезентативной для динамики цен в сельских районах. В этих странах применяются национальные веса, и полученный в результате индекс можно рассматривать в качестве национального ИПЦ. Если есть основания полагать, что динамика цен в городских и сельских районах существенно различается, хотя сбор информации о ценах в связи с нехваткой ресурсов производится только в городах, следует применять веса, основанные на собранных в городах данных, и полученный в результате индекс должен рассматриваться как чисто городской, а не национальный ИПЦ. Например, в следующих странах учитывают только городские домашние хозяйства (веса расходов и цены): Австралия, Мексика, Республика Корея, Турция и США. Большинство других развитых стран предпочитает использовать веса, охватывающие городские и сельские домашние хозяйства, хотя почти во всех случаях сбор информации о ценах происходит только в городских районах. Разумеется, граница между городскими и сельскими районами неизбежно имеет произвольный характер и в различных странах может проводиться по-

разному. Например, во Франции сбор информации о городских ценах включает и поселки с населением всего в 2000 жителей.

3.98. Решение о географическом охвате с точки зрения соотношения рассматриваемых городских и сельских районов зависит от распределения населения и различий в структуре расходов и динамике цен в городских и сельских районах.

3.99. Покупки резидентов за рубежом и покупки нерезидентов на внутреннем рынке. В тех случаях, когда домашние хозяйства производят расходы за пределами района или страны, в которой они являются резидентами, возникают определенные проблемы. Решения о порядке учета таких расходов зависят от основного направления использования ИПЦ. Для анализа инфляции интерес представляет изменение цен внутри страны. Необходим такой индекс инфляции, который покрывал бы все так называемые «внутренние» потребительские расходы, которые имеют место в пределах географических границ страны, независимо от того, произведены ли они резидентами или нерезидентами. ГИПЦ при этом определяются как индексы внутренней инфляции. Таким образом, из них исключаются потребительские расходы, произведенные резидентами за пределами страны (которые относятся к индексам инфляции стран, в которых были совершены покупки), и включаются расходы, произведенные внутри страны резидентами других стран. На практике расходы приезжих из-за границы бывает трудно оценить, поскольку обследование бюджетов домашних хозяйств не охватывает домашние хозяйства нерезидентов, хотя для некоторых видов товаров могут быть выполнены оценки с использованием данных о розничных продажах или специальные обследования приезжих. Эти вопросы приобретают большее значение при увеличении объема покупок, совершаемых за границей, и туризма.

3.100. В тех случаях, когда ИПЦ предназначены для повышения доходов резидентов с учетом роста цен, может оказаться целесообразным принять так называемую концепцию «национальных» расходов, которая охватывает все расходы резидентов, произведенные как внутри, так и за пределами страны, включая дистанционные покупки, совершаемые в зарубежных торговых точках, например, с помощью Интернета, по телефону или по почте. Обследования бюджетов домашних хозяйств охватывают все эти типы расходов, хотя может оказаться трудно установить страну, в которой были совершены дистанционные (с помощью Интернета, по почте и т.д.) покупки. Следует также учитывать цены, которые были уплачены за авиабилеты и туристические путевки, купленные на территории страны. Вместе с тем может оказаться затруднительным получить данные о ценах на товары и услуги, приобретенные резидентами за рубежом,

хотя в отдельных случаях можно использовать субиндексы ИПЦ, составленные в странах-партнерах.

3.101. Региональные индексы. При составлении региональных индексов концепция резидентной принадлежности применяется к тому региону, в котором домашнее хозяйство является резидентом. Поэтому существует возможность провести различие между расходами, совершаемыми внутри региона, и расходами резидентов этого региона, аналогичное различию между концепциями «внутренних» и «национальных» расходов на национальном уровне. В отношении региональных индексов возникают вопросы, аналогичные осаждавшимся в пункте 3.97. К покупкам, совершаемым в других регионах, применяются те же принципы, что и к покупкам, совершаемым в других странах, хотя степень доступности данных, как правило, неодинакова. Если охват регионального индекса определен таким образом, чтобы включать покупки, совершаемые резидентами данного региона во время пребывания в других регионах (за границей), то, несмотря на доступность данных о ценах по другим регионам, вряд ли можно будет получить данные о расходах с необходимой для расчета разбивкой на расходы, произведенные внутри и за пределами региона резидентной принадлежности.

3.102. Необходимо следить за тем, чтобы для всех регионов был принят одинаковый порядок учета покупок, совершаемых в других регионах. В противном случае при агрегировании региональных данных возможен двойной счет или пропуск данных о расходах. При агрегировании региональных индексов с целью составления национального индекса веса должны основываться на данных о региональных расходах, а не только на данных обо всей совокупности.

3.103. Многие страны пытаются удовлетворить различные потребности многочисленных пользователей ИПЦ, получая семейство индексов с различным охватом, главным из которых является единый широкомасштабный официальный (главный) ИПЦ, относящийся к стране в целом. В некоторых крупных странах региональные индексы применяются более широко, чем национальный ИПЦ, в особенности там, где индексы используются для повышения доходов. Таким образом, в дополнение к главному ИПЦ, который имеет самый широкий возможный охват, публикуются вспомогательные индексы, которые могут относиться к следующим элементам:

- подсектора охватываемого в индексе населения;
- географические регионы;
- конкретные товарные группы; субиндексы общего (официального, с охватом всех продуктов) ИПЦ следует публиковать с как можно большей степенью детализации,

поскольку многих пользователей интересуют изменения цен на конкретные товарные группы.

3.104. На практике многие органы статистики работают в направлении создания базы данных о ценах и весах, на основе которой можно будет выводить различные вспомогательные индексы.

Охват торговых точек

3.105. Охват торговых точек определяется поведением охватываемых домашних хозяйств в отношении покупок. Как уже было сказано, относящиеся к исчислению ИПЦ цены в принципе представляют собой цены, уплачиваемые домашними хозяйствами. Однако сбор информации о ценах непосредственно у домашних хозяйств обычно оказывается неосуществимым, хотя по мере роста объема продаж через торговые точки с электронными терминалами, которые регистрируют и распечатывают как наименования продуктов-представителей, так и их стоимость, сбор информации о фактических ценах, уплачиваемых домашними хозяйствами, будет постепенно становиться практически возможным. Однако в настоящее время необходимо основываться главным образом на ценах, по которым продукты предлагаются в розничных магазинах или других торговых точках. Все торговые точки, в которых делают покупки домашние хозяйства базисной совокупности, входят в охват ИПЦ и должны быть включены в основу выборки, из которой отбираются торговые точки.

3.106. Примерами торговых точек являются:

- магазины розничной торговли — от очень маленьких постоянных киосков до многонациональных сетей розничных магазинов;
- рыночные палатки и уличные торговцы;
- заведения, предоставляющие домашним хозяйствам услуги электриков, сантехников, мойщиков окон и т.д.;
- поставщики услуг по организации отдыха и развлечений;
- поставщики услуг в сфере здравоохранения и образования;
- предприятия торговли по почте и розничной торговли по телефонным заказам;
- интернет-магазины;
- коммунальные предприятия;
- государственные учреждения и ведомства.

Разброс цен

3.108. Разброс цен имеет место, когда совершенно идентичный товар или услуга продаются по различным ценам в один и тот же момент времени. Разные торговые точки могут продавать идентичный продукт по различным ценам, или в одной торговой точке одинаковые продукты могут продаваться разным категориям покупателей по различным ценам.

3.109. Если бы рынки были «совершенными» в экономическом смысле, все одинаковые продукты продавались бы по одной и той же цене. Если бы на такие продукты назначались разные цены, все покупки совершались бы по самой низкой цене. Из этого следует, что продукты, продаваемые по разным ценам, не могут быть одинаковыми, а должны иметь какие-то качественные различия. Если расхождение цен, по существу, можно отнести к качественным различиям, такое расхождение является только видимым, а не подлинным. В подобных случаях изменение средней цены в результате сдвига в структуре количеств, продаваемых по различным ценам, будет отражать изменение среднего качества продаваемых продуктов. Это скажется на индексе объема, а не на индексе цен.

3.110. Если органы статистики не будут располагать достаточной информацией о характеристиках товаров и услуг, продаваемых по различным ценам, им придется принять решение о том, считать наблюдаемое расхождение цен подлинным или только видимым. В таких ситуациях расхождение цен чаще всего принято по умолчанию считать видимым. Такое допущение обычно делается как в отношении ИПЦ, так и в отношении национальных счетов.

3.111. Тем не менее рынки редко бывают совершенными. Одной из причин одновременного существования различных цен на одинаковые продукты может являться использование продавцами дискриминации в ценах. Другая причина может заключаться в том, что у потребителей просто нет нужной информации, и они покупают по более высоким ценам по причине неосведомленности. Кроме того, равновесие рынка может быть временно нарушено в связи с шоками на рынке или появлением новых продуктов. Таким образом, необходимо признать, что подлинное расхождение цен в действительности имеет место.

Дискриминация в ценах

3.112. Экономическая теория показывает, что дискриминация в ценах цен часто повышает прибыль. Дискриминация в ценах в отношении одинаковых товаров иногда оказывается неосуществимой, поскольку они могут быть перепроданы. Покупатели, подвергающиеся дискриминации, не будут покупать товары напрямую, а постараются

убедить лиц, которые могут приобрести их по более низким ценам, купить для них такие товары. Однако услуги перепродать невозможно, поскольку в этом случае не происходит перехода прав собственности.

3.113. Дискриминация в ценах на многие виды услуг, таких как здравоохранение, образование и транспорт, по-видимому, является самым обычным явлением, почти нормой. Например, пожилые люди могут платить меньшие суммы за те же виды услуг здравоохранения или транспортных услуг. Университеты могут брать более высокую плату за обучение с иностранных студентов, чем со студентов из своей страны. Поскольку не представляет труда варьировать также качество услуг, предоставляемых различным потребителям, может оказаться непросто установить, в какой степени наблюдаемая разница в ценах является результатом качественных различий или чистой дискриминации цен. Чтобы скрыть факт дифференциации цен, продавцы могут даже вносить несущественные или мнимые различия в условия продажи услуг различным категориям покупателей.

3.114. Дискриминация в ценах может вызвать проблемы, связанные с расчетом индексов цен. Предположим, например, что поставщик услуг проводит возрастную дискриминацию, запрашивая с людей в возрасте 60 лет и старше цену p_2 , а с других лиц — цену p_1 , где $p_1 > p_2$. Предположим далее, что поставщик принимает решение пересмотреть определение категории пожилых, отнеся к ней лиц в возрасте 70 лет и старше, и сохраняет прежние цены. В этом случае, хотя цены p_1 и p_2 остались без изменений, изменяется цена для лиц в возрасте от 60 до 70 лет, а средняя цена для всех домашних хозяйств возрастает.

3.115. Данный пример иллюстрирует один принципиальный момент. Хотя обе упомянутые цены, запрашиваемые за услуги, то есть p_1 и p_2 , остались прежними, цены, уплачиваемые теми домашними хозяйствами, которые были вынуждены перейти от цены p_2 к цене p_1 , фактически изменились. С точки зрения домашних хозяйств, изменение имело место, и ИПЦ должен, в принципе, отразить это изменение. Однако если информация о ценах предоставлена продавцами, а не домашними хозяйствами, эти изменения цен вряд ли будут зарегистрированы. Разброс цен в различных торговых точках

3.116. Продажа по различным ценам в разных торговых точках вызывает сходные проблемы. В условиях несовершенства рынка почти наверняка будет возникать чистая разница в ценах, хотя бы потому, что домашние хозяйства располагают неполной информацией. В тех случаях, когда новые торговые точки открывают торговлю по более низким ценам по сравнению с уже существующими, может возникнуть временной

промежуток, когда идентичный продукт продается по различным ценам в разных торговых точках по причине неосведомленности или инертности потребителей.

3.117. Домашние хозяйства могут предпочесть сменить торговую точку, в которой они совершают свои покупки, или даже будут вынуждены сделать это, поскольку совокупность торговых точек постоянно изменяется, при этом закрываются некоторые из действующих точек и открываются новые. Степень воздействия смены домашними хозяйствами торговой точки на исчисление ИПЦ зависит от того, является ли разница в цене чистой или видимой. В случае подлинной разницы в цене смена торговой точки изменяет средние цены, уплачиваемые домашними хозяйствами. Такое изменение цен должно быть учтено при расчете ИПЦ. С другой стороны, если разница в цене отражает различия в качестве, смена торговой точки приведет к изменению среднего качества приобретаемых продуктов и, таким образом, повлияет на физический объем, а не на цену.

3.118. Большая часть цен, информацию о которых собирают для составления ИПЦ, представляет собой цену предложения, а не фактическую цену продажи, уплачиваемую домашними хозяйствами. В такой ситуации смена торговых точек, в которых совершают покупки домашние хозяйства, может остаться практически незамеченной. Когда различия в ценах отражают различия в качестве, невозможность выявить факт такой смены не вносит в ИПЦ какой-либо систематической ошибки. Покупка по более низкой цене означает покупку продукта более низкого качества, что никак не влияет на индекс цен. Но когда имеет место подлинная разница в цене, невозможность выявить факт смены вносит систематическую ошибку индекса в сторону повышения, если предположить, что домашние хозяйства стремятся воспользоваться услугами точек, осуществляющих продажи по более низким ценам. Эта потенциальная ошибка носит название систематической ошибки, связанной с новыми торговыми точками.

Ротация торговых точек

3.119. Еще одна трудность состоит в том, что на практике данные о ценах собирают только по какой-либо выборке торговых точек, при этом состав выборки может изменяться либо по причине открытия и закрытия торговых точек, либо в связи с намеренной периодической ротацией выборки. Если цены в тех торговых точках, которые вновь включены в выборку, отличаются от цен в прежних точках, необходимо снова принять решение о том, является ли разница в ценах видимой или подлинной. Если предполагается, что она видимая, разницу между ценой, ранее зарегистрированной в старой торговой точке, и новой ценой в новой торговой точке не рассматривают при

составлении ИПЦ как изменение цены, а относят к различиям в качестве. Если это предположение верно, изменение цен, зарегистрированных в новых торговых точках, может просто быть привязано к изменениям, ранее зарегистрированным в старых точках, без внесения в индекс какой-либо систематической ошибки. Смена старых торговых точек на новые не оказывает какого-либо влияния на ИПЦ.

3.120. Вместе с тем, если можно предположить, что разница в ценах между старыми и новыми торговыми точками подлинная, только что изложенная простая увязка может привести к систематической ошибке. Когда домашние хозяйства изменяют цену, в которую им обходится какой-либо продукт, путем смены торговых точек, ИПЦ должен отражать эти изменения цен. Большинство органов статистики, по-видимому, считает, что разница в ценах не является подлинной, и просто сцепляют новый ряд данных о ценах со старым. Поскольку было бы нереалистично предполагать, что рынки всегда являются совершенными и никогда не возникает чистой разницы цен, правомерность применения данной процедуры, хотя и широко используемой, становится сомнительной, так как это может привести к систематической ошибке индекса в сторону повышения. Такая ошибка определяется как систематическая ошибка ротации торговых точек. Один из возможных предлагаемых подходов заключается в том, чтобы половину любой наблюдаемой разницы в ценах между старыми и новыми торговыми точками считать подлинной, а вторую половину рассматривать как результат различий в качестве на том основании, что такое предположение, неизбежно будучи несколько произвольным, вероятно, ближе к истине, чем предположение о том, что разница является или целиком подлинной, или полностью объясняется различиями в качестве.

Порядок учета некоторых конкретных видов расходов домашних хозяйств

3.121. Некоторые виды расходов домашних хозяйств могут не предназначаться для оплаты потребляемых ими товаров и услуг, в связи с чем такие расходы не входят в охват ИПЦ. Одна из крупных категорий расходов включает деловые расходы домашних хозяйств.

Плата за услуги агентов и брокеров

3.122. Если приобретается дом для собственного проживания, можно утверждать, что издержки в связи с передачей прав собственности при совершении покупки (и продажи) следует учитывать как потребительские расходы так же, как плату за услуги

брокеров при покупке или продаже финансовых активов. Плата за услуги агента при покупке или продаже жилых домов включается во многие национальные ИПЦ, при условии, что дом предназначен для проживания владельца, а не для аренды третьей стороной.

Нежелательные или незаконные товары и услуги

3.123. Все товары и услуги, охотно покупаемые домашними хозяйствами для удовлетворения личных нужд и потребностей, образуют расходы потребителей и поэтому входят в охват ИПЦ, независимо от того, что их производство, распределение и потребление может быть незаконным или осуществляться в рамках теневой экономики или черного рынка. Те или иные конкретные виды товаров и услуг нельзя исключать на том основании, что они считаются нежелательными, вредными или предосудительными. Исключение таких элементов может оказаться совершенно произвольным и, тем самым, будет снижать степень объективности ИПЦ и подрывать к нему доверие.

- Во-первых, следует отметить, что некоторые товары и услуги могут считаться нежелательными в одни периоды времени и желательными в другие, и наоборот. Взгляды людей меняются по мере получения новой информации, особенно в связи с развитием науки. Аналогичным образом, некоторые товары и услуги могут одновременно считаться нежелательными в одних странах и желательными в других. Концепция нежелательного товара является по своей природе субъективной, произвольной и изменчивой.

- Во-вторых, если допускается исключение некоторых товаров и услуг на том основании, что они нежелательны, индекс тем самым становится открытым для попыток манипуляции или реального воздействия со стороны групп давления.

- В-третьих, попытки групп давления исключить определенные товары и услуги могут объясняться непониманием последствий такого шага. Например, если ИПЦ используется как основа для повышения доходов с учетом роста цен, может показаться, что домашним хозяйствам не следует выплачивать компенсацию за рост цен на определенные виды продуктов. Вместе с тем их исключение не ведет к снижению индекса. Можно априорно утверждать, что исключение какого-либо элемента с равной вероятностью способно привести как к увеличению, так и к уменьшению ИПЦ, в зависимости от того, превысит рост цен на рассматриваемый элемент средний рост цен на другие товары и услуги или окажется меньше этого среднего значения. Например, если решено исключить табачные изделия из ИПЦ, а рост цен на эти изделия оказывается ниже

среднего, то такое исключение фактически увеличивает доход курильщиков (равно как и некурящих).

3.124. Хотя товары и услуги, охотно приобретаемые домашними хозяйствами, не следует, в принципе, исключать из ИПЦ из-за того, что они приобретаются в рамках теневой экономики или даже незаконным путем, получение необходимых данных о расходах или ценах, особенно на незаконные товары и услуги, может оказаться неосуществимым. Поэтому на практике их действительно можно исключить.

Товары и услуги, относящиеся к категории роскоши

3.125. Когда ИПЦ используется в качестве индекса общей инфляции, он должен включать все домашние хозяйства, независимо от того, к какой социально-экономической группе они принадлежат, а также все потребительские товары и услуги, независимо от их стоимости. Аналогичным образом, охват индекса, используемого для повышения доходов с учетом роста цен, должен распространяться на все товары и услуги, приобретенные базисными домашними хозяйствами, независимо от того, относятся такие товары и услуги к категории роскоши или считаются ненужными или нежелательными.

3.126. Разумеется, если базисные домашние хозяйства ограничены рамками некоторой выбранной группы, из индекса фактически исключаются все те продукты-представители, которые приобретаются только домашними хозяйствами, не входящими в группу. Например, исключение пяти процентов наиболее богатых домашних хозяйств позволит практически исключить из охвата индекса многие предметы роскоши. Как уже отмечалось, такие хозяйства могут быть исключены по ряду причин, в том числе из-за недостоверности данных об их расходах и в связи с тем обстоятельством, что сбор данных о ценах на некоторые продукты, приобретаемые только незначительным меньшинством домашних хозяйств, может оказаться экономически нецелесообразным. Однако после того как группа базисных домашних хозяйств окончательно определена, не следует вносить предложения об исключении тех или иных видов расходов, которые рассматриваются как несущественные или относятся к категории роскоши.

Товары, бывшие в употреблении

3.127. Большинство товаров длительного пользования можно приобрести на рынках подержанных или бывших в употреблении товаров. Расходы домашних хозяйств включают расходы на товары, бывшие в употреблении, которые, таким образом, входят в

охват ИПЦ. Однако продажа домашними хозяйствами товаров длительного пользования представляет собой отрицательные расходы, так что веса для бывших в употреблении товаров основываются на чистых расходах домашних хозяйств (общая сумма покупок минус сумма продаж). Совокупные расходы на конкретный тип товара, бывшего в употреблении, определяют функцию скорости, с которой он продается и покупается, то есть более высокий коэффициент оборота (количество операций) дает более высокий уровень совокупных расходов. Вместе с тем более быстрый оборот не увеличивает скорость использования любого отдельного товара для целей потребления или скорость потока услуг, которые могут быть получены от этого товара.

3.128. Домашние хозяйства могут покупать товары, бывшие в употреблении, любым из следующих способов.

- Непосредственно у другого домашнего хозяйства — совершающее продажу домашнее хозяйство учтет выручку от продажи как поступления. Чистые расходы, то есть расходы минус поступления, имеют нулевую величину, поэтому покупкам и продажам, совершаемым с участием двух домашних хозяйств, никакой вес не присваивается.

- У другого домашнего хозяйства при посредничестве дилера — в принципе, расходы домашних хозяйств на услуги дилеров заложены в величине наценки (разница между ценами покупки и продажи). Эти посреднические услуги следует включить в ИПЦ. Их нужно учитывать таким же образом, как плату за услуги агентов, таких как вспомогательные финансовые единицы. На практике может оказаться чрезвычайно трудно определить величину этих наценок. Следует обязательно включить встречные продажи либо в качестве покупок, совершаемых торговцами, либо как поступления домашним хозяйствам.

- Непосредственно у другого сектора, то есть у какого-либо предприятия или за границей — вес должен определяться как покупки бывших в употреблении товаров, совершаемых домашними хозяйствами в других секторах, минус продажи другим секторам.

- У предприятия или за границей при посредничестве дилера — соответствующий вес определяется как покупки домашних хозяйств у дилеров минус любые продажи домашних хозяйств торговцам и плюс агрегированный показатель наценок дилеров на продукцию, которую они покупают и перепродают домашним хозяйствам. Встречные продажи следует учитывать как часть продаж, совершаемых домашними хозяйствами (в случае автомобилей вес, присваиваемый новым автомобилям, не должен включать никакого вычета в размере стоимости встречной продажи).

3.129. В некоторых странах многие товары длительного пользования, приобретаемые домашними хозяйствами, особенно транспортные средства, могут представлять собой бывшие в употреблении товары, импортируемые из других стран. Цены и расходы на такие товары включаются в ИПЦ таким же образом, как и в случае вновь произведенной продукции. Точно так же для некоторых стран характерен значительный объем чистых покупок бывших в употреблении транспортных средств, совершаемых домашними хозяйствами в коммерческом секторе, причем такие транспортные средства могут иметь в индексе больший вес, чем приобретаемые домашними хозяйствами новые транспортные средства.

Условно исчисленные расходы на товары и услуги

3.130. Как объяснялось в предыдущих разделах, многие товары и услуги, приобретаемые и используемые домашними хозяйствами для собственного конечного потребления, не покупаются за деньги, а либо приобретаются посредством бартера или вознаграждения в натуральной форме, либо производятся самими домашними хозяйствами. Можно оценить сумму, которую пришлось бы заплатить домашним хозяйствам, если бы они приобрели эти товары и услуги путем совершения денежных операций или, в качестве иного варианта, оценить затраты на их производство. Иными словами, можно условно исчислить стоимость этих неденежных расходов.

3.131. Степень целесообразности включения условно исчисленных расходов в охват ИПЦ частично зависит от основного предназначения индекса. Если ИПЦ предназначается для измерения инфляции потребительских цен, можно утверждать, что включать следует только денежные расходы. Инфляция представляет собой денежное явление, которое оценивается по изменению денежных цен, регистрируемых при совершении денежных операций. Даже если ИПЦ предназначен главным образом для индексации, можно утверждать, что он должен отражать только динамику денежных цен, фактически уплаченных домашними хозяйствами, входящими в базисную совокупность. В соответствии с задачами мониторинга инфляции в Европейском союзе, гармонизированный индекс потребительских цен (ГИПЦ) составляется Статистическим бюро Европейских сообществ для измерения уровня инфляции, с которой сталкиваются потребители. Концепция денежных расходов домашних хозяйств на конечное потребление (ДРДХКП), на основе которой составляется ГИПЦ, определяет как охват товаров и услуг, так и используемую концепцию цен, то есть рассматривает цены за вычетом сумм возмещения, субсидий и скидок. ДРДХКП относится только к денежным

операциям и не учитывает ни потребление продукции собственного производства (например, сельскохозяйственных товаров или жилищных услуг, предоставляемых жилыми помещениями, в которых проживают их владельцы), ни потребления товаров и услуг, получаемых в виде дохода в натуральной форме.

3.132. Когда ИПЦ предназначен для использования в качестве индекса стоимости жизни, некоторая часть условно исчисленных расходов обычно включается в охват ИПЦ на том основании, что товары и услуги, приобретенные при совершении неденежных операций, влияют на уровень жизни домашних хозяйств. Как уже отмечалось, в большинстве стран в индекс включаются условно исчисленные расходы домашних хозяйств на жилищные услуги, произведенные владельцами жилых помещений, но не условно исчисленные расходы на товары, произведенные для собственного потребления, например, на сельскохозяйственные товары.

Охват цен

3.133. ИПЦ должен отражать опыт потребителей, на которых этот индекс распространяется, поэтому при его составлении следует регистрировать цены, которые фактически платят потребители за товары и услуги, включенные в охват индекса. Необходимо регистрировать именно те расходы и цены, которые платят потребители, в том числе любые налоги на продукты, и учитывать все дисконты, субсидии и большую часть скидок, даже если они имеют дискриминационный или условный характер. Однако на практике может оказаться невозможным учесть все имевшие место дисконты и скидки.

3.134. В тех случаях, когда домашние хозяйства уплачивают за продукцию полную рыночную цену, а в дальнейшем получают возмещение за часть уплаченных сумм от органов государственного управления или в рамках программ социального обеспечения, ИПЦ должен регистрировать рыночные цены минус суммы, за которые получено возмещение. Такая схема применяется в отношении расходов на образование и медицинское обслуживание.

Налоги и субсидии

3.135. Все налоги на продукты, такие как налоги с продаж, акцизные сборы и налог на добавленную стоимость (НДС), представляют собой часть уплачиваемых потребителями цен покупателей, которые должны быть включены в расчет ИПЦ.

Аналогичным образом, следует учитывать субсидии, которые рассматриваются как отрицательные налоги на продукты.

3.136. Для некоторых целей анализа и экономической политики может оказаться целесообразным рассчитать ИПЦ, который измеряет динамику цен без учета последствий изменений в сфере налогов и субсидий. С точки зрения органов, формирующих денежно-кредитную политику, рост цен в результате изменений косвенных налогов или субсидий не является частью базового инфляционного процесса, а обусловлен их манипуляциями с этими экономическими рычагами. Аналогичным образом, при использовании ИПЦ для индексации доходов, любой рост ИПЦ в результате некоторого увеличения косвенных налогов приводит к росту заработной платы и пособий, привязанных к ИПЦ, несмотря на то что целью увеличения налогов могло быть снижение покупательной способности потребителей. И наоборот, хотя целью увеличения субсидий могло быть стимулирование потребления, итоговое снижение цен может быть компенсировано меньшим ростом индексированных зарплат и пособий.

3.137. Индексы чистых цен. При составлении индексов чистых цен налоги на потребительские товары и услуги вычитаются из цен покупателей, а субсидии добавляются. Однако такие индексы необязательно показывают, каким образом изменялись бы цены при отсутствии налогов или изменений в налоговой сфере. Общеизвестно, насколько трудно оценить реальную сферу действия налогов на продукты, то есть определить, в какой степени налоги, субсидии или их изменения перекладываются на потребителей. Трудно также учесть вторичные последствия изменений налогов. Для оценки вторичных последствий можно применить анализ затрат-выпуска, позволяющий рассчитать кумулятивное воздействие налогов и субсидий на всех стадиях производства. Например, некоторые налоги на топливо для транспортных средств включаются в цены на транспортные услуги, которые, в свою очередь, входят в цены на перевозимые товары, а из этих последних некоторые цены включаются в цены, уплачиваемые за потребительские товары розничными предприятиями, и, следовательно, в цены, запрашиваемые ими с потребителей. Отслеживание всех этих воздействий потребовало бы намного более подробной и современной таблицы затрат-выпуска, чем та таблица, которой располагает большинство стран. Поэтому более практичным вариантом представляется просто ограничить скорректированные налоги и субсидии теми, которые взимаются на конечном этапе, то есть на стадии розничной продажи; к этой группе относятся, в первую очередь, НДС, налоги с продаж и акцизные сборы. Выполнить расчет цен за вычетом только этих налогов или с поправкой на изменения только этих налогов, более реально. В случае налога с продаж или НДС, выраженных в процентах, процедура расчета проста, но в

случае акцизных сборов необходимо определить устанавливаемый розничным предприятием процент надбавки, так как размер акцизного сбора также увеличивается на этот процент.

Дисконты, скидки, программы поощрения лояльности и «бесплатные» продукты

3.138. При составлении ИПЦ следует учитывать воздействие скидок, программ поощрения лояльности потребителей и льготных купонов. В связи с тем, что ИПЦ должен охватывать все базисные домашние хозяйства, будь то по всей стране или в отдельном регионе, дисконты следует включать в расчет индекса, даже если они предоставляются только определенным хозяйствам или потребителям, отвечающим определенным критериям оплаты.

3.139. По практическим причинам может оказаться непросто зарегистрировать дискриминационные или условные скидки. Когда только одна избранная группа может воспользоваться определенной скидкой на конкретный продукт, исходная страта для этого продукта разбивается на две новые страты, каждая из которых характеризуется собственным изменением цен и требует присвоения своего веса. Поэтому если неизвестны расходы базисного периода для всех возможных страт, невозможно правильно регистрировать дискриминационные скидки. Аналогичным образом, в случае условных скидок, например, скидок на коммунальные платежи при оплате в срок, трудно учесть последствия таких предложений при отсутствии точных данных о том, какая часть клиентов использует эти преимущества. Такие же проблемы возникают, когда имеет место дискриминация в ценах, и продавцы изменяют критерии определения групп, с которых запрашиваются различные цены, тем самым вынуждая некоторые домашние хозяйства платить меньше или больше, чем раньше, без изменения самих цен.

3.140. Хотя желательно регистрировать все изменения цен, важно также обеспечить, чтобы качество товаров и услуг, по которым собирается информация о ценах, не изменялось в процессе сбора данных. Данные о дисконтных ценах можно собирать в сезоны широких распродаж, при этом необходимо убедиться в том, что качество товаров, для которых определяются цены, не снижается.

3.141. Граница между дисконтом и скидкой может быть достаточно неопределенной, поэтому, возможно, лучше всего проводить ее с учетом времени. Иными словами, дисконт вступает в силу во время покупки, тогда как скидка вступает в силу некоторое время спустя. Согласно этой классификации, льготные купоны являются

дисконтами и, как и упомянутые выше условные скидки, могут быть учтены при составлении ИПЦ только в том случае, если они относятся к отдельному продукту и если во время составления индекса известна доля воспользовавшихся купонами. Поскольку это крайне маловероятно, влияние льготных купонов обычно не учитывается в ИПЦ. Следует отметить, что дисконт регистрируется только при использовании купона, а не в тот момент, когда купон впервые выдается потребителю.

3.142. Скидка может быть произведена в отношении какого-либо определенного продукта, такого как например, «воздушные мили», или может иметь более общий характер, как, например, программы поощрения лояльности потребителей в супермаркетах, где за каждые потраченные 200 долларов покупатель получает купон на сумму 10 долларов. Как в описанном выше случае с дисконтами, зарегистрировать такую скидку как снижение цены можно только при условии, что она относится к отдельным продуктам и может быть взвешена в соответствии с долей воспользовавшихся скидкой. Бонусные продукты, предоставляемые потребителю или «бесплатно», или в виде упаковок большего размера, или в форме предложений типа «две пачки за цену одной» следует рассматривать как снижение цены, хотя на практике такое снижение часто игнорируется, если предложение носит временный характер и его срок быстро истекает. При постоянном изменении размеров упаковок следует ввести поправку на качество.

3.143. Принимая во внимание практические трудности, связанные с правильной регистрацией всех этих типов снижения цен, при составлении индексов обычно учитывают только безусловные дисконты и скидки, тогда как программы поощрения лояльности, льготные купоны и другие формы стимулирования игнорируются. Дисконты, предоставляемые во время сезонных распродаж, могут регистрироваться при условии, что качество товаров остается неизменным.

Классификация

3.144. Система классификации, на основе которой строится любой ИПЦ, формирует структуру, играющую важную роль на многих этапах составления ИПЦ. Наиболее очевидно, что она формирует структуру взвешивания и агрегирования, но помимо этого система также обеспечивает стратификацию продуктов в рамках основы выборки, по крайней мере, до определенного уровня детализации, и определяет диапазон субиндексов, предоставляемых для публикации. При разработке системы классификации ИПЦ необходимо принять во внимание несколько факторов.

- Во-первых, классификация должна отражать экономическую реальность. Например, она должна обеспечивать включение новых товаров и услуг таким образом, чтобы свести к минимуму необходимость последующего изменения структуры категорий более высокого уровня. Изменение структуры классификации нежелательно, потому что многим пользователям необходимы длинные временные ряды данных, а подобное изменение приведет к появлению разрывов во временных рядах.

- Во-вторых, при построении агрегатных групп следует придавать первоочередное значение потребностям пользователей в данных о субиндексах, поэтому, например, если некоторых пользователей особенно интересует изменение цен на продукты питания, классификация должна обеспечивать достаточные подробные сведения по этому вопросу.

- В-третьих, к любой классификации предъявляется требование, чтобы ее категории были однозначно непересекающимися и в то же время обеспечивали полный охват всех продуктов, которые считаются входящими в сферу этой классификации. На практике это означает, что непосредственная задача состоит в том, чтобы любой конкретный вид расходов или цена были закреплены только за одной категорией системы классификации.

3.145. Наличие и характер самих данных также влияет на построение системы классификации. Наличие данных о расходах и ценах определяет низший из возможных уровней детализации. Очевидно, что невозможно представить отдельный индекс для продукта, по которому отсутствуют данные о весах или ценах. На уровне наибольшей детализации значительная дисперсия изменения цен или их соотношений подскажет, где необходимо ввести дополнительные категории. Согласно стандартной процедуре составления выборки схема стратификации должна свести к минимуму дисперсию в пределах страты, в то же время предельно увеличивая дисперсию между стратами. Классификация должна отражать это требование.

4. ВЕСА РАСХОДОВ И ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ ДЛЯ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ

Введение

4.1. Индекс потребительских цен (ИПЦ) обычно рассчитывается как взвешенное среднее изменений цен потребительских товаров и услуг, включенных в индекс. Веса отражают относительную значимость товаров и услуг, измеряемую их долями в совокупном потреблении домашних хозяйств. Вес, установленный для каждого товара или услуги, определяет степень влияния изменения цены этого товара или услуги на

величину общего индекса. Данные о весах должны открыто публиковаться в интересах прозрачности, а также для информирования пользователей индекса.

4.2. Веса зависят от охвата индекса, который, в свою очередь, зависит от основного направления или направлений использования индекса. Направления использования и охват ИПЦ уже были достаточно подробно рассмотрены в двух предыдущих главах, поэтому данная глава посвящена выведению и определению весов, а также источникам данных, которые могут использоваться для их оценки. На практике веса обычно относятся к расходам домашних хозяйств на потребительские товары и услуги, в отличие от фактического использования таких товаров и услуг для удовлетворения нужд и потребностей домашних хозяйств. Веса, основанные на расходах, подходят для исчисления ИПЦ по методу приобретения. Разница между расчетом ИПЦ по методу приобретения и расчетом по методу использования разъяснена в предыдущей главе.

4.3. В отношении особого случая с жилыми помещениями, в которых проживают их владельцы, многие страны применяют не метод приобретения, а метод использования. Страны измеряют изменения в ценах потоков потребленных домашними хозяйствами жилищных услуг, в отличие от изменений в ценах жилых помещений. Одним важным следствием принятия метода использования в отношении жилых помещений, в которых проживают их владельцы, является то, что вес потребленных жилищных услуг в общей величине ИПЦ получается значительно большим, чем при использовании метода приобретения. Это объясняется тем, что стоимость жилищных услуг, потребляемых лицами, которые проживают в принадлежащих им жилых помещениях, должна покрывать не только амортизацию купленных домов, но и процентные затраты по вложенному в жилье капиталу. В течение нескольких лет вес, рассчитанный по методу использования для жилых помещений, в которых проживают их владельцы, вполне может в два раза превысить вес, рассчитанный по методу приобретения.

Структура весов индекса потребительских цен

4.4. Расчет ИПЦ обычно производится в два этапа. На первом этапе оцениваются элементарные индексы для каждого элементарного агрегата. Элементарные индексы строятся путем а) получения выборки данных о репрезентативных ценах по каждому элементарному агрегату, а затем б) расчета среднего изменения цены для этой выборки. На втором этапе на основе использования расходов в элементарных агрегатах в качестве весов рассчитывается взвешенное среднее элементарных индексов.

4.5. Обычно в качестве элементарных агрегатов принимаются наименьшие группы товаров и услуг, данные о расходах по которым имеются в наличии и могут быть

использованы в качестве весов. Такие данные могут охватывать всю страну или отдельные регионы внутри страны. Аналогичным образом, элементарные агрегаты могут различаться и по разным типам торговых точек. Характер элементарных агрегатов зависит от обстоятельств и наличия данных о расходах. Следовательно, элементарные агрегаты могут в разных странах определяться по-разному.

Ниже приводятся общие положения.

- Элементарные агрегаты должны состоять из групп по возможности сходных товаров или услуг.
- Они также должны состоять из товаров или услуг, по которым ожидается сходная динамика цен. Цель заключается в том, чтобы свести к минимуму разброс изменений цен внутри агрегата.
- Элементарные агрегаты должны быть пригодны для использования в качестве страт для составления выборки с учетом режима составления выборки, запланированного для сбора данных.

4.6. На рис. 4.1 представлена структура агрегирования ИПЦ с использованием Классификации индивидуального потребления по целям (КИПЦ), хотя вместо нее могут использоваться аналогичные национальные классификации.

- Сначала весь набор потребительских товаров и услуг, охватываемых общим ИПЦ, подразделяется на разделы, такие как «Продукты питания и безалкогольные напитки».
- Каждый раздел, в свою очередь, подразделяется на группы, например, «продукты питания».
- Каждая группа подразделяется далее на классы, например, «хлебобулочные изделия и крупы».
- Каждый класс может быть разделен на более однородные подклассы, например, «рис».
- Наконец, как показано на рис. 4.1, путем разделения по регионам или типам торговых точек возможна дальнейшая разбивка подкласса для получения элементарных агрегатов. В некоторых случаях конкретный подкласс не может или не должен дополнительно разбиваться, тогда этот подкласс сам по себе является элементарным агрегатом.

Подклассы и элементарные агрегаты не являются частью КИПЦ, а представляют собой более детальную разбивку классов КИПЦ, необходимую для исчисления ИПЦ.

4.7. В рамках каждого элементарного агрегата выделяется один или несколько продуктов, чтобы отразить изменения цен на все товары и услуги, входящие в элементарный агрегат. Например, элементарный агрегат, включающий рис, проданный в

супермаркетах северного региона, охватывает все виды риса, из которых пропаренный белый рис и коричневый рис с более чем 50 процентами дробленых зерен выбраны в качестве репрезентативных продуктов. На практике, конечно, можно выделить большее количество репрезентативных продуктов. Наконец, для каждого из репрезентативных продуктов в целях сбора информации о ценах можно отобрать несколько отдельных продуктов, например, конкретные марки пропаренного риса. Кроме того, в зависимости от характера репрезентативного продукта может меняться число отобранных продуктов.

4.8. Если двигаться вверх от элементарных индексов цен, все индексы выше уровня элементарного агрегата определяются как индексы более высокого уровня агрегирования и могут быть исчислены на основе элементарных индексов цен с использованием в качестве весов расходов, установленных для элементарных агрегатов. Структура агрегирования является согласованной, так что вес на каждом уровне выше элементарного агрегата всегда равен сумме его компонентов. Индекс цен на каждом более высоком уровне агрегирования может быть рассчитан на основе весов и индексов цен для его компонентов, то есть индексов цен более низкого уровня, или элементарных индексов. Индивидуальные элементарные индексы цен не всегда являются достаточно достоверными, чтобы публиковать их отдельно, но они остаются базовыми исходными блоками для построения всех индексов более высоких уровней. Поэтому выше уровня элементарного агрегата никакой новой информации для исчисления ИПЦ не вводится.

Веса групп, классов и подклассов

4.9. В качестве весов групп, классов и подклассов выступают их доли в общих расходах охватываемого населения на потребление. В большинстве случаев такие данные получают из результатов обследований расходов домашних хозяйств (ОРДХ), которые также называются обследованиями бюджетов домашних хозяйств (ОБДХ). Поскольку эти обследования носят выборочный характер и могут содержать ошибки в результате неточных ответов или непредставления ответов, а также ошибки выборки, расчетные доли отдельных подклассов часто изменяются или уточняются на основе вспомогательной или дополнительной информации, получаемой из других источников.

Региональные веса

4.10. В рамках заданного подкласса региональный вес отражает расходы на потребление в регионе по отношению к расходам на этот подкласс по стране в целом. Например, если 60 процентов совокупных расходов на свежие фрукты приходится на

северный регион и 40 процентов — на южный регион, то в случае свежих фруктов региональный вес составляет 60 процентов для северного региона и 40 процентов для южного региона.

4.11. Регионом также может быть географическая область, город или группа городов определенного местонахождения или конкретного размера. Введение региональных весов объясняется стремлением создать более однородные образования, которые, скорее всего, будут иметь схожую динамику цен и схожие структуры потребления. Например, между городами и сельскими районами могут наблюдаться довольно существенные различия в структурах потребления и изменениях цен. Выделение различных регионов может оказаться необходимым в странах с федеральным устройством, поскольку ИПЦ по регионам или штатам могут требоваться в административных или политических целях. Кроме того, в странах с федеральным устройством косвенные налоги, а значит, и динамика цен, могут быть различными в разных регионах.

4.12. Региональные веса обычно могут быть получены либо в результате ОРДХ, либо путем оценки данных о розничных продажах или о численности населения. Региональные веса могут вводиться или не вводиться в расчет ИПЦ, в зависимости от размеров и структуры страны, наличия данных, ресурсов, а также целей составления индекса. Веса по торговым точкам или типам торговых точек

4.13. Данные о ценах собираются по различным торговым точкам и типам торговых точек. Информация об объеме продаж конкретных торговых точек или их доле на рынке может использоваться для формирования весов элементарных агрегатов, характерных для данного региона и типа торговых точек. Одним из преимуществ применения весов по торговым точкам является возможность централизованного сбора данных о ценах по супермаркетам или другим типам сетевых торговых точек.

Веса элементарных агрегатов

4.14. Веса элементарных агрегатов являются весами страт, соответствующими классу или подклассу расходов, региону и типу торговых точек. Например, как показано в таблице 4.1, расходы внутри подкласса «свежие фрукты» можно разделить по четырем регионам, каждый из которых имеет свой региональный вес. Предположим далее, что по известным данным или по оценкам 60 процентов продаж приходится на супермаркеты и 40 процентов — на независимые торговые точки, причем эта пропорция сохраняется для всех регионов. Пусть вес свежих фруктов в ИПЦ по всей стране составляет, например, пять процентов. Если разбивка по регионам или торговым точкам не проводится, тогда

подкласс в целом становится элементарным агрегатом, имеющим вес пять процентов в общем индексе.

4.15. Если доступна информация о весах по регионам, но не по типам торговых точек, тогда пять процентов распределяются по четырем регионам для получения четырех отдельных элементарных агрегатов, по одному для каждого региона. Например, элементарный агрегат для северного региона будет иметь вес $0,2 \times 0,05 = 1,0$ процента в общем ИПЦ по всей стране. Если возможна дополнительная разбивка по типу торговых точек, тогда к каждому региону будет относиться два элементарных агрегата: один — для супермаркетов и один — для независимых торговых точек. В таком случае вес элементарного агрегата для свежих фруктов, проданных в супермаркетах северного региона, составит $0,12 \times 0,05 = 0,6$ процента в общем ИПЦ по всей стране.

Источники данных

4.16. Решение о том, какой источник или источники данных использовать и как их использовать, зависит от анализа их сравнительных преимуществ и недостатков, а также от главной цели составления индекса. В большинстве стран двумя основными источниками данных для расчета весов являются ОРДХ и оценки национальных счетов по расходам домашних хозяйств на конечное потребление. Вместе с тем дополнительная информация может быть получена из статистики производства и торговли, от государственных ведомств, производителей, маркетинговых организаций и отдельных предприятий. Такая дополнительная информация особенно полезна для оценки весов на самом детализированном уровне. Хотя некоторые из перечисленных источников могли использоваться для подготовки оценок национальных счетов, возможно, они смогут обеспечить более подробные данные, которые не были использованы составителями национальных счетов.

Таблица 4.1. Пример весов по регионам и типам торговых точек для подкласса «свежие фрукты»

	Региональные веса	Типы торговых точек	
		Супермаркеты (60%)	Независимые (40%)
Север	20	12	8
Юг	40	24	16
Запад	30	18	12
Восток	10	6	4
Итого	100	60	40

Рисунок 4.1. Типичная структура агрегирования индекса потребительских цен (ИПЦ)



Обследования расходов домашних хозяйств

4.17. Поскольку ОРДХ может преследовать сразу несколько целей, желательно удостовериться в том, что план обследования также отвечает требованиям ИПЦ. Основные требования заключаются в следующем: обследование должно быть репрезентативным в отношении всех частных домашних хозяйств страны, не должно исключать какую-либо конкретную группу и должно включать все виды расходов домашних хозяйств на потребление.

4.18. ОРДХ может включать платежи, не относящиеся к охвату ИПЦ, например, платежи по налогам на доходы, выплаты премий по страхованию жизни, денежные переводы, дары и другие трансферты, инвестиции, сбережения и выплаты долга. Такие расходы должны исключаться из итога, используемого для расчета долей расходов, которые служат основой для оценки весов ИПЦ. Кроме того, предполагаемый охват ИПЦ и фактический охват ОРДХ могут различаться в отношении охватываемой совокупности населения, однако влияние на ИПЦ любой обусловленной этим систематической ошибки в оценках весов, скорее всего, будет весьма незначительным, если ОРДХ предназначено для того, чтобы обеспечить результаты по населению в целом, а не по одной конкретной группе населения.

4.19. Национальные обследования по вопросам питания представляют собой специальные обследования, прежде всего направленные на сбор информации о расходах семей на продукты питания. Такие обследования обеспечивают очень детализированную разбивку данных о расходах на питание, которая может быть использована с целью расчета весов элементарных агрегатов для продуктов питания на уровнях агрегирования, более низких, чем классы КИПЦ.

4.20. ОРДХ может служить основой для оценки удельных весов регионов с различными структурами потребления. Такие веса должны применяться к соответствующим элементарным индексам цен для исчисления индексов по рассматриваемым регионам.

4.21. Как правило, данные ОРДХ по определенным видам расходов могут быть недостаточно достоверными и требовать проверки на соответствие данным, полученным из других источников. ОРДХ может даже не охватывать определенные виды расходов, поэтому такие расходы должны оцениваться с использованием других источников данных. Очевидно, что достоверность весов ИПЦ во многом будет зависеть от достоверности данных о расходах домашних хозяйств. Поскольку ОРДХ является выборочным обследованием, полученные оценки неизбежно подвержены ошибкам выборки, которые могут быть относительно велики в случае небольших расходов или расходов, имеющих место нечасто. Качество оценок может также страдать от

непредставления ответов или занижения данных по некоторым видам расходов на потребление. Занижение данных, по-видимому, можно считать наиболее серьезной и распространенной проблемой, влияющей на результаты ОРДХ. Данные о некоторых расходах не сообщаются по причине малой величины или исключительности покупок (поэтому о них легко забыть). Несмотря на значительность расходов на товары длительного пользования, оценки этих расходов также могут быть проблематичными, поскольку такие товары покупаются очень редко. Данные о некоторых расходах не сообщаются, потому что определенные товары или услуги осуждаются обществом или являются незаконными (например, наркотики, алкоголь и табачные изделия). Если не вносить поправок на подобное занижение данных, это приведет к занижению оценок весов по указанным продуктам и завышению оценок весов по тем продуктам, по которым сообщены правильные данные. По этим причинам при исчислении весов ИПЦ следует по возможности сравнивать и/или объединять результаты ОРДХ со статистикой из других источников, особенно при небольшом размере выборки ОРДХ.

4.22. Для целей исчисления ИПЦ желательно ежегодное проведение ОРДХ. Это позволит странам каждый год уточнять и обновлять веса расходов. Одним из преимуществ ежегодного обновления весов обычно является уменьшение различий между результатами, полученными при использовании разных формул исчисления индекса. Любые систематические ошибки, возникающие в результате использования индекса Лоу, рассчитываемого на основе фиксированной корзины товаров и услуг, не будут успевать накапливаться до существенной величины.

4.23. Некоторые страны проводят непрерывные ОРДХ с постепенной ротацией выборок. Однако программа ежегодных обследований с объемами выборок, достаточно большими для получения оценок, которые необходимы для расчета весов ИПЦ, может быть очень дорогостоящей. Поэтому некоторые страны проводят крупномасштабные обследования с интервалами в десять или пять лет, по возможности, дополняемые ежегодными обследованиями с меньшим объемом выборки. Другие страны распределяют большую выборку на несколько лет. Среднее по результатам более узких обследований за несколько последовательных лет может обеспечить набор удовлетворительных годовых оценок. Такой расчет весов как средних долей расходов за период в два или три года сглаживает также любую изменчивость в поведении потребителей в течение короткого периода, например, в результате таких событий, как засуха или наводнение, гражданский конфликт, резкие изменения цен на нефть или чрезвычайно теплые или холодные зимы.

4.24. Следует отметить, что в некоторых странах возможны эксперименты с новыми методами регистрации расходов при проведении ОРДХ путем использования

сканированных данных, получаемых торговыми точками с электронными терминалами. Например, при проведении ОРДХ в Исландии сбор напечатанных квитанций со штрих-кодами, выдаваемых покупателям при оплате товаров, позволил получить точную информацию о видах и марках товаров, купленных в различных торговых точках, при этом фактически без затрат для обследуемых домашних хозяйств.

Национальные счета

4.25. Между национальными счетами и ИПЦ возможны различия в области охвата и определении потребления, кроме того, возможно различие в отношении охватываемой совокупности домашних хозяйств.

4.26. Во-первых, в системе национальных счетов сектор домашних хозяйств состоит из всех домашних хозяйств-резидентов, включая людей, живущих в институциональных домашних хозяйствах. Однако ОРДХ обычно не охватывает лиц, постоянно проживающих в институциональных домашних хозяйствах, таких как дома пенсионеров или религиозные учреждения. Если ИПЦ призван охватывать все домашние хозяйства-резиденты, тогда для корректировки данных ОРДХ могут использоваться оценки национальных счетов.

4.27. Во-вторых, как уже разъяснялось в главе 3, возможны две альтернативные концепции совокупного конечного потребления: внутренняя и национальная. Внутренняя концепция относится к потреблению на экономической территории, включая потребление посещающих страну зарубежных домашних хозяйств, но исключая потребление домашних хозяйств-резидентов в период пребывания за границей. Национальная концепция, используемая в системе национальных счетов, относится к потреблению всех резидентов страны, находящихся дома или за границей, и исключает потребление нерезидентов. ОРДХ обычно охватывает только домашние хозяйства-резиденты и может охватывать или не охватывать их расходы за границей, в зависимости от указаний, которые даны респондентам.

4.28. Данные национальных счетов могут использоваться для уточнения весов ОРДХ для продуктов, по которым в ОРДХ были представлены заниженные сведения. Следует отметить, что показатели национальных счетов по конечному потреблению домашних хозяйств обычно основаны на статистике, полученной из ОРДХ и ряда других источников. Это означает, что оценки национальных счетов, скорее всего, будут полезны для оценки весов по тем категориям потребления, данные по которым обычно неверно

представляются в ОРДХ, а также в тех случаях, когда результаты ОРДХ искажены в связи со значительной долей лиц, частично или полностью не предоставивших данных.

Данные розничной торговли

4.29. Статистика розничной торговли по регионам и типам торговых точек может иметься для широких групп продуктов-представителей. Один из недостатков такой статистики заключается в том, что некоторые продажи могут относиться к группам, не входящим в охватываемую совокупность населения, например, к сектору предприятий или органам государственного управления. Соответствующие покупки не входят в состав частного потребления домашних хозяйств. Некоторые продажи могут также осуществляться нерезидентам, которые могут входить или не входить в охватываемую совокупность населения. Кроме того, в случае данных по регионам необходимо учитывать, что они могут включать продажи людям, проживающим в других регионах.

Обследования мест покупки

4.30. Статистика обследований мест покупки может использоваться при оценке весов для данных о ценах, поскольку такие обследования позволяют анализировать структуру покупок для различных сегментов населения. По каждому купленному продукту домашним хозяйствам предлагается сообщить сумму, потраченную в каждой торговой точке, где были сделаны покупки, а также названия и адреса этих торговых точек. На базе этих данных может быть составлен список торговых точек, в которых были произведены все продажи всех различных указанных товаров и услуг домашним хозяйствам, относящимся к выборке. Затем на основе данного списка составляется выборка торговых точек, с вероятностью, пропорциональной объему продаж. Учитывая высокие затраты на проведение обследований домашних хозяйств и совмещение между ОРДХ и обследованием мест покупки, возможно объединение этих двух видов деятельности по сбору данных в комплексное обследование, позволяющее получить детализированные данные по расходам и торговым точкам вместе с демографической информацией о домашних хозяйствах, необходимой для исчисления индексов для подгрупп.

4.31. Чтобы получить веса для групп продуктов по типу торговых точек, можно провести упрощенный вариант такого обследования. В этом случае необходимо отобрать целевую выборку по каждому типу торговых точек. В качестве альтернативы при

отсутствии подобного обследования, чтобы оценить распределение объемов продаж по типам торговых точек, можно использовать национальную статистику розничной торговли по типам торговых точек, полученную из обследования торговых точек.

Данные сканирования

4.32. В последние несколько лет некоторые страны начали использовать статистику, полученную по данным кассовых аппаратов, для расчета весов ИПЦ. Такая статистика основана на данных электронного учета, хранящихся в виде сканированной информации в базах данных продавцов. Такие наборы данных сканирования включают проданные количества и соответствующие стоимостные агрегаты.

(Кассовые чеки обычно содержат следующую информацию: название торговой точки, дату и время покупки, описание купленных товаров/услуг, количество, цену и стоимость, форму платежа и, в надлежащих случаях, сумму НДС). Сравнение результатов ОРДХ с соответствующими данными сканирования по крупнейшим сетям супермаркетов показывает, что использование данных сканирования может повысить достоверность рассчитанных весов. Это служит еще одним аргументом в пользу применения таких данных для более частого уточнения весов ИПЦ, чем это было бы возможно в ином случае, и, вероятно, с меньшими затратами. Впрочем, следует помнить и о недостатках этого источника информации. Прежде всего, данные сканирования не могут быть отнесены к определенному типу домашних хозяйств, тогда как данные ОРДХ позволяют это сделать. Другим важным различием между данными ОРДХ и данными сканирования, полученными от продавцов, является то, что данные ОРДХ охватывают товары, купленные в торговых точках, не использующих такую технологию, а также товары и услуги, не имеющие сканируемых кодов, независимо от места их продажи. И хотя использование данных электронного учета с каждым годом расширяется, в значительных сегментах рынка розничной торговли данные сканирования не используются, даже в самых передовых с точки зрения применения электроники странах.

Переписи населения

4.33. Переписи населения обеспечивают статистические данные о географическом распределении населения и домашних хозяйств, а также о региональных различиях в размере и составе домашних хозяйств. В сочетании с оценками региональных уровней расходов домашних хозяйств эти статистические данные могут использоваться для оценки

весов расходов по регионам, особенно тогда, когда такие оценки с удовлетворительной степенью точности невозможно получить из ОРДХ. В отсутствие какой-либо статистики расходов статистику населения можно использовать в качестве основы для расчета региональных весов. При подобной оценке весов обычно приходится делать предположение о том, что расходы на душу населения или на домашнее хозяйство одинаковы во всех регионах, а также игнорировать обычно существующие серьезные различия в уровне и структуре потребляемых товаров и услуг между городским и сельским населением.

Расчет весов на практике

4.34. После того как определена охватываемая совокупность населения и сфера охвата товаров и услуг, необходимо рассчитать веса. В принципе, это относительно просто, поскольку веса рассчитываются как доли от совокупных расходов охватываемой совокупности населения на потребление всех товаров и услуг, включенных в корзину индекса, за базисный период. Однако на практике расчет весов не настолько прямолинеен и включает ряд этапов. Платежи, не являющиеся расходами на потребление

4.35. Для определения весов ИПЦ подходят только расходы на потребление. Как разъясняется в главе 3, такие расходы, как выплата взносов/отчислений на социальное обеспечение или налогов на доходы или выплаты долга, к расходам на потребление не относятся и не должны приниматься во внимание.

Незначительные расходы

4.36. Каждый элементарный агрегат состоит из достаточно однородной группы продуктов, из которых отбирается один или несколько репрезентативных продуктов для сбора информации о ценах. Некоторые продукты имеют такие веса, которыми с практической точки зрения можно пренебречь, и данные о ценах на них на практике обычно не собираются. В большинстве стран основным источником данных для расчета детальных весов являются ОРДХ, в которых содержатся данные наблюдения по гораздо большему многообразию товаров и услуг, чем это практически целесообразно для сбора информации о ценах. Не оправдывает себя сбор данных о ценах для очень небольших групп продуктов, которые практически не влияют на величину ИПЦ.

4.37. Даже если принято решение не собирать данные о ценах для конкретного продукта, он по-прежнему остается включенным в охват ИПЦ. Следует сделать явное или

неявное предположение о некотором изменении цены или условно рассчитать это изменение и соответствующие веса расходов. Для этого можно выбрать один из следующих двух способов.

- Хотя информация о цене продукта отсутствует, продукт и расходы на него остаются в составе элементарного агрегата. Элементарный индекс цен для агрегата в целом полностью подсчитывается исходя из цен репрезентативных продуктов, по которым ценовая информация получена. Это равносильно предположению о том, что цена продукта меняется пропорционально среднему изменению цен репрезентативных продуктов.

- В качестве иного варианта можно использовать уменьшение веса элементарного агрегата путем исключения из него расходов на данный продукт. Это равносильно предположению о том, что цена исключенного продукта меняется параллельно изменению общей величины ИПЦ для всех продуктов, фактически включенных в индекс.

4.38. В принципе, ИПЦ должен охватывать все типы продуктов и расходов в пределах своего охвата, даже если информация о ценах на некоторые продукты не собирается. Например, можно принять решение исключить из расчета индекса группы, имеющие вес менее 0,1 процента для групп продуктов питания и менее 0,2 процента для групп непродовольственных товаров. Более низкое минимальное пороговое значение для продуктов питания объясняется тем, что цены на эти продукты имеют тенденцию к большей изменчивости, а сбор информации о них, как правило, является менее дорогостоящим. Если некоторая группа расходов исключается, ее вес может быть отнесен к другой группе расходов, близкой по составу и динамике цен. В ином случае расходы полностью исключаются из расчета весов.

Продукты, на которые трудно установить цену

4.39. Среди расходов на потребление обычно присутствуют расходы на ряд продуктов, для которых трудно напрямую или с достаточной точностью установить цены или изменения цен. Например, расходы на запрещенные наркотические вещества или платежи за оказание услуг на частных приемах и вечеринках. Если такого рода продукты включены в охват индекса, они должны быть включены в расчет весов, даже если достоверная информация об их ценах отсутствует. Для продуктов, на которые трудно установить цену, применяются те же методы, что и для незначительных расходов.

Использование и сочетание различных источников данных

4.40. В большинстве стран главным источником для расчета весов является ОРДХ. Однако, как замечено выше, результаты ОРДХ должны быть тщательно проанализированы и скорректированы, чтобы учесть завышение или занижение данных об определенных видах продуктов. Обычной стратегией корректировки результатов ОРДХ для расчета весов является использование дополнительной информации из других подходящих источников.

4.41. В тех странах, где данные системы национальных счетов позволяют достоверно оценить расходы домашних хозяйств, эта информация может быть использована для расчета весов на уровне агрегатов. Далее для разбивки или уточнения весов могут использоваться детализированные данные ОРДХ. Таким способом при расчете весов можно совместить детализированные данные ОРДХ с агрегированными данными национальных счетов. Веса для основных групп потребления могут быть получены из данных национальных счетов, вплоть до определенного уровня дезагрегирования, например, 70 групп или классов потребления. Каждый из этих весов может быть далее распределен путем наложения детализированных групп расходов ОРДХ на группы или классы потребления по данным системы национальных счетов. Сочетание данных системы национальных счетов и ОРДХ обеспечивает согласованность ИПЦ с показателями национальных счетов по расходам домашних хозяйств на потребление на уровне основных групп потребления.

Корректировка весов, полученных в результате обследований расходов домашних хозяйств

4.42. Так как в большинстве случаев данные обследования расходов домашних хозяйств становятся доступными только с определенной задержкой (часто порядка 18 месяцев и более), новые веса будут отставать от нового базисного периода цен для индекса, то есть периода, когда вводятся новые веса.

4.43. Могут быть необходимы поправки к оценкам по результатам ОРДХ, чтобы учесть любые существенные изменения в структуре расходов в период со времени проведения обследования до времени введения новых весов. Поправки обычно производятся для продуктов, значимость которых за этот период существенно повысилась или снизилась. Бывает, что данные о расходах на некоторые продукты не могут быть получены из ОРДХ, так как эти продукты появились на рынке уже после завершения обследования. Примером могут служить мобильные телефоны и соответствующая плата

за их использование, которая в конце 1990-х годов во многих странах стала представлять собой новый значительный вид расходов. В связи с этим, чтобы учесть произошедшие изменения, должны быть внесены необходимые поправки в данные обследования. Расходы на такие новые продукты должны быть оценены на основе информации, доступной из других источников (например, из данных статистики импорта или данных розничной торговли), при этом необходимо учитывать, что расходы предприятий и расходы на коммерческую деятельность должны быть исключены.

Базисный период весов

4.44. Базисный период весов — это период, к которому относятся оцениваемые веса. Выбор периода, охватываемого статистикой расходов, которая используется для получения весов, является очень ответственным шагом. В общем плане период, выбранный в качестве базы, должен быть достаточно продолжительным и охватывать сезонный цикл. Кроме того, если индекс не предназначен для ежегодного сцепления, выбранный год должен характеризоваться экономическими условиями, которые могут считаться в достаточной степени обычными и стабильными. Для этого может потребоваться корректировка некоторых значений для их нормализации, чтобы устранить любые аномалии данных за конкретный период, охватываемый источником информации. Базисный период весов не должен быть слишком удален от базисного периода цен. Обычно базисным периодом весов является один календарный год. Месяц или квартал — слишком короткие периоды для использования в качестве базисного периода весов, так как на произвольно взятом месяце или квартале может сказываться случайное или сезонное воздействие. В некоторых случаях данные за один год могут быть неадекватны из-за необычных экономических условий или из-за недостаточно большой выборки. Тогда для расчета весов желательно использовать средние показатели расходов за несколько лет. Данный метод применяют такие страны, как США и Великобритания. В США используется информация о расходах по данным Обследования потребительских расходов за трехлетний период. В Великобритании используются средние показатели за три года по данным Обследования расходов и потребления продуктов питания не только для подсчета региональных весов, но и для стратификации, а также для ограниченного числа групп продуктов, цены которых особенно изменчивы.

4.45. В периоды высоких темпов инфляции возможен расчет весов за несколько лет путем усреднения значений стоимостных долей, а не путем усреднения значений фактической стоимости расходов. При усреднении значений фактической стоимости

расходов слишком большой вес получают данные за последний год. Можно использовать другой вариант: обновить значения расходов за каждый год относительно всего периода и вычислить простое среднее арифметическое скорректированных годовых данных.

4.46. Так как базисный период весов обычно предшествует базисному периоду цен, веса расходов могут быть обновлены с учетом изменения относительных цен в промежутки между базисным периодом весов и базисным периодом цен.

Необходимость уточнения весов

4.47. В большинстве стран ИПЦ рассчитывается как изменение стоимости конкретной корзины товаров и услуг. Такой общий вид индекса охарактеризован в настоящем руководстве как индекс Лоу. Несмотря на то что индексы потребительских цен часто характеризуют как индексы Ласпейреса, обычно на практике они таковыми не являются. Индекс Ласпейреса определяется как индекс, в котором корзина товаров и услуг относится к базисному периоду цен, хотя обычно при составлении ИПЦ используется корзина некоего базисного периода весов, предшествующего, как уже было сказано, базисному периоду цен. Так как многие страны продолжают использовать одну и ту же фиксированную корзину товаров и услуг в течение нескольких лет, возникает вопрос о том: как часто корзина должна уточняться, чтобы она не устарела и не потеряла актуальности.

4.48. В течение непродолжительного периода потребители изменяют структуру потребления в ответ на изменение относительных цен продуктов, как правило, входящих в один класс или подкласс. За более длительный период на структуру потребления оказывают влияние не только изменения цен, но и иные факторы. Наиболее важным является то, что изменения в величине и распределении доходов домашних хозяйств приводят к смещению спроса на товары и услуги в сторону товаров и услуг, имеющих более высокую эластичность по отношению к уровню доходов. Примерами факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей в отношении расходов в более долгосрочной перспективе, могут быть такие демографические факторы, как старение населения и технологические изменения (например, расширение использования компьютеров). Более того, возможно появление новых продуктов и модифицирование или устаревание существующих. Фиксированная корзина будет невосприимчива ко всем подобным изменениям.

4.49. В результате изменения относительных цен и действия долгосрочных факторов, значения весов могут устареть и стать менее репрезентативными для текущей

структуры потребления. Как показано в главе 15, систематические ошибки в индексе Лоу увеличиваются по мере старения весов. Поэтому в определенный момент желательно перейти к использованию весов более позднего периода, чтобы убедиться, что в индексе точно взвешены изменения цен, с которыми сталкиваются потребители.

Частота обновления весов

4.50. Резолюция Международной конференции статистиков труда (МКСТ) 1987 года в отношении индексов потребительских цен рекомендует для обеспечения репрезентативности индекса обновлять веса периодически, по крайней мере один раз в десять лет. Однако резолюция МКСТ 2003 года предлагает для обеспечения соответствия весов более частое их обновление, а именно — не менее одного раза в пять лет. Странам, переживающим значительные экономические изменения, а вследствие этого — более быстрые изменения в структуре потребления, рекомендуется обновлять веса еще чаще, например, ежегодно.

4.51. Как правило, необходимость уточнения весов с течением времени по мере удаления от базисного периода весов возрастает. В большинстве случаев решение о том, когда обновлять веса, зависит от различий, наблюдаемых между текущей структурой весов и структурой весов базисного года весов. Изменения в относительном значении каждого продукта представителя могут наблюдаться по результатам обследований расходов. Если такая статистика поступает нерегулярно, частоту уточнения весов приходится привязывать к наличию результатов ОРДХ.

4.52. При больших колебаниях потребления, вызванных такими факторами, как экономическая блокада или экстремально благоприятные (или неблагоприятные) погодные условия, ежегодное введение новых весов может способствовать систематическому завышению индекса. Как правило, профиль временного ряда индекса может быть чувствительным к выбору базисного периода весов. Поэтому лучше всего использовать в качестве основы для взвешивания по возможности «обычный» период потребления и избегать периодов действия особых, временных по своему характеру, факторов. Вся доступная информация, касающаяся характера потребления в базисный период весов, должна приниматься во внимание.

4.53. Когда требуется принять веса на несколько лет, необходимо выбрать такие веса, которые, вероятно, не претерпят значительных изменений в будущем, и не стараться точно отразить ситуацию конкретного периода (которая может быть в каком-то отношении аномальной).

4.54. Целесообразно проводить ежегодную проверку весов, чтобы убедиться в их достаточной достоверности и репрезентативности. Можно ограничиться проверкой весов на уровне субиндексов и их главных компонентов, обращая внимание на наличие или отсутствие признаков существенных изменений в структуре потребления, произошедших после базисного периода весов.

4.55. При любом обновлении структуры весов необходимо рассчитать новый индекс, использующий обновленные веса, для периода, совмещающегося с предыдущим периодом, с тем чтобы можно было осуществить увязку двух индексов.

Классификация

4.56. При расчете весов между детализированными статьями расходов ОРДХ и классами расходов ИПЦ необходимо установить соответствие. Если классы ОРДХ не соответствуют классам расходов ИПЦ, результаты ОРДХ необходимо преобразовать так, чтобы они отвечали категориям ИПЦ. Это можно сделать путем агрегирования или дезагрегирования соответствующих рубрик ОРДХ в соответствующие классы расходов ИПЦ. Такое преобразование осуществляется гораздо проще и надежнее, если перечень кодов статей расходов ОРДХ скоординирован с соответствующим перечнем продуктов, использованных при регистрации наблюдений за ценами для ИПЦ.

4.57. В целях международного сопоставления система классификации товаров и услуг должна, насколько это возможно практически, соответствовать Классификации индивидуального потребления по целям (КИПЦ) Организации Объединенных Наций. Чтобы облегчить оценку и применение весов, желательно также, чтобы используемая классификация согласовывалась с классификациями ОРДХ и других видов статистики (например, статистики розничной торговли). Чтобы обеспечить взаимное соответствие систем статистики и возможность международного сопоставления данных, классификация типов расходов ОРДХ должна быть также согласованной с КИПЦ. Кроме того, необходимо иметь возможность установить соответствие между классификацией продуктов, используемой при сборе цен розничной торговли, и КИПЦ. Другая важная задача состоит в том, чтобы структура агрегирования, используемая в системе классификации, отвечала основным запросам пользователей.

4.58. Возьмем в качестве примера классификацию КИПЦ, которая имеет следующую иерархическую структуру:

- группы: в КИПЦ существует 47 групп;
- классы: подразделения групп;

– подклассы: категории самого нижнего уровня, подлежащие взвешиванию; обычно самый детализированный уровень структуры, для которого публикуется ряд индекса — компоненты расходов и веса, остающиеся фиксированными, если используется индекс с фиксированными весами;

– отдельные продукты: самый нижний уровень корзины ИПЦ, а именно, отдельные товары и услуги, по которым обычно собираются данные о ценах;

уровень, на котором в интервале между двумя серьезными пересмотрами структуры весов может быть скорректирован состав корзины ИПЦ для отражения изменений в предложении продуктов и поведении потребителей.

4.59. Индексы более высокого уровня агрегирования формируются путем совместного взвешивания индексов нижнего уровня, применяя последовательные уровни агрегирования, определенные структурой классификации. Веса фиксируются на некоторый период (например, один год, три или пять лет), до следующего обновления весов индекса.

4.60. Выбор уровня иерархии индексов, на котором структура и веса фиксируются на некоторый период, является особенно важным. Главным преимуществом выбора относительно высокого уровня является то, что фактическая выборка продуктов и их цен ниже данного уровня может быть скорректирована и обновлена по мере надобности. В выборку могут быть введены новые продукты, а веса на более низком уровне могут быть вновь установлены на основе новых данных. Таким образом, расширяются возможности поддерживать репрезентативность индекса путем постоянной проверки выборки репрезентативных продуктов.

4.61. Если выбирается относительно низкий уровень структуры индексов, возможность постоянно поддерживать репрезентативность индекса ограничивается. Возникает большая зависимость от периодических проверок индекса и обновления весов. Такая ситуация является дополнительным аргументом в пользу более частого обновления весов.

Продукты-представители, требующие особого подхода

4.62. Некоторые продукты (такие как сезонные продукты, услуги по страхованию, товары, бывшие в употреблении, расходы за границей, и т.д.) при определении весов могут требовать особого подхода.

4.63. Сезонные продукты. При обработке информации о сезонных продуктах могут быть использованы различные методы; ниже приводятся примеры.

- Метод фиксированных весов, при котором устанавливается одинаковый вес для сезонного продукта на все месяцы. В месяцы, выходящие за границы сезона, используется условно исчисленная цена. Сезонные продукты рассматриваются так же, как и другие потребительские продукты.

- Метод переменных весов, при котором в различные месяцы продукту присваивается меняющийся (скользящий) вес. При этом методе веса сезонных продуктов изменяются ежемесячно, в соответствии с изменением объемов потребления в разные месяцы базисного периода весов. Однако принцип фиксированной корзины (то есть наличие фиксированных весов) должен сохраняться по крайней мере на каком-то уровне агрегирования.

4.64. Достоинство применения метода фиксированных весов в основном заключается в том, что он согласуется с методами, применяемыми для других потребительских товаров и услуг, и в нем используется формула индекса фиксированной корзины. В отличие от метода переменных весов, метод фиксированных весов отражает только месячные изменения цен, но не количеств. Другой недостаток метода переменных весов состоит в том, что веса основываются на месячных сезонных колебаниях в базисный период весов, без учета того, что месячные колебания потребления каждый год могут быть различными.

4.65. Метод фиксированных весов имеет свои недостатки, например, в те месяцы, когда отсутствуют свежие фрукты или овощи, цены и индексы по данным продуктам должны оцениваться или исчисляться условно (или, как практикуется в некоторых странах, цены и индексы должны быть заморожены в течение периода отсутствия данных продуктов). При использовании метода переменных весов необходимость такого условного исчисления отпадает. Кроме того, средний фиксированный вес, определенный для всех месяцев года, фактически не отражает ежемесячного потребления. Поэтому при отрицательной корреляции между ценами и количествами может происходить систематическое завышение индекса.

4.66. Выбор метода фиксированных весов или метода переменных весов для измерения цен на сезонные товары зависит от того, каким видам изменений индекса, месячным или долгосрочным, уделяется основное внимание. Использование годовой корзины и годовых долей расходов предпочтительно в случаях, когда основной интерес представляют долгосрочные тенденции изменения цен. С другой стороны, если основное внимание уделяется месячным изменениям, тогда годовые веса, присвоенные каждому месячному соотношению цен, становятся нерепрезентативными и могут не отражать фактических операций в течение двух наблюдаемых последовательных месяцев. В этом

случае месячные изменения цен на продукты, не соответствующие сезону, из-за применения годовых весов могут значительно увеличиться. Для удовлетворения запросов различных пользователей, возможно, целесообразно построить два индекса: один — для измерения краткосрочных изменений цен (с переменными месячными весами), а другой — для измерения долгосрочных изменений (с фиксированными годовыми весами).

4.67. Страхование. Как отмечается в главе 3 в разделе, посвященном страхованию, веса услуг по страхованию (кроме страхования жизни) могут основываться либо на уплаченных валовых премиях, либо на условно исчисленной плате за услуги. Условно исчисленная плата за управление страхованием и предоставление услуг страхования оценивается по валовым премиям плюс доходы от инвестирования страховых резервов минус суммы возмещений, подлежащие выплате держателям страховых полисов при урегулировании требований. Чистые премии определяются как валовые премии минус плата за услуги. Другими словами, чистые премии равны возмещениям, подлежащим уплате. Чистые премии и возмещения, подлежащие уплате, рассматриваются как трансферты или перераспределение средств между домашними хозяйствами-держателями полисов. Как правило, предпочтительно рассчитывать веса услуг страхования (кроме страхования жизни) на основе платы за услуги. Такие расходы представляют собой оценки сумм, уплаченных домашними хозяйствами за услуги, предоставленные страховыми компаниями. Однако можно привести доводы в пользу расчета весов на основе валовых премий. Это достаточно сложный вопрос, и единое мнение по нему пока отсутствует.

4.68. Товары, бывшие в употреблении, включая подержанные автомобили. Как отмечается в пунктах 3.127–3.129 главы 3, цены на бывшие в употреблении товары длительного пользования, приобретенные домашними хозяйствами, включаются в ИПЦ таким же образом, как и цены на новые товары. Однако домашние хозяйства не только покупают, но и продают бывшие в употреблении товары длительного пользования, например, автомобили. Если цена подержанных товаров растет, приобретающие их домашние хозяйства проигрывают, а продающие домашние хозяйства выигрывают. С точки зрения расчета весов, продажа составляет отрицательные расходы. Это подразумевает, что изменение цен на подержанные товары, продаваемые домашними хозяйствами, неявным образом имеет отрицательный вес в ИПЦ. В действительности, покупки и продажи подержанных товаров, совершаемые между домашними хозяйствами (прямые или не прямые, через дилера), взаимно погашаются (за исключением наценки дилеров, см. главу 3) и не имеют никакого веса в ИПЦ. Однако домашние хозяйства также покупают у других секторов и продают другим секторам. Для охватываемой совокупности

населения в целом, то есть полной совокупности домашних хозяйств, охватываемой ИПЦ, вес, соответствующий конкретному виду подержанных товаров, определяется совокупными затратами домашних хозяйств на такие товары минус величина поступлений от покупок/продаж вне сектора домашних хозяйств. Нет оснований считать, что в агрегате происходит взаимное погашение расходов. Например, многие подержанные автомобили, приобретаемые домашними хозяйствами, могут быть импортированы из других стран. Разность между совокупными расходами и совокупными продажами обычно определяется как чистые расходы домашних хозяйств. На этой основе и рассчитывается вес, относящийся к бывшим в употреблении товарам, о которых идет речь.

4.69. Оценить чистые расходы на подержанные товары, за исключением расходов на подержанные автомобили, практически невозможно, так как в большинстве ОРДХ не собираются данные, позволяющие сравнить расходы и поступления от продаж отдельных видов бывших в употреблении товаров. Обычно указывается только итоговая сумма, полученная от продажи таких товаров. Тем не менее эта информация позволяет приблизительно оценить объемы и значение подобных сделок для национальной экономики. В тех странах, где вышеназванные объемы невелики, товары, бывшие в употреблении (за исключением подержанных автомобилей), при расчете весов индекса могут игнорироваться.

4.70. Так как суммы, потраченные на покупку подержанных автомобилей, обычно значительны, при наличии данных они должны быть включены в корзину ИПЦ. В отсутствие достоверных данных их вес, тем не менее, может быть присоединен к весу новых автомобилей.

4.71. Большинство стран включает расходы на товары, бывшие в употреблении, в оценку весов ИПЦ, но эти товары не охватываются при сборе информации о ценах (ввиду трудностей сбора информации о цене товара за каждый месяц и невозможности сделать достоверную поправку на качество товаров, если они различаются). Поэтому предполагается, что цены на новые и бывшие в употреблении товары изменяются одинаковым образом.

4.72. В тех странах, где покупки подержанных товаров значительны, а их цены, как считается, изменяются иными темпами, чем цены на новые товары, для подержанных товаров необходимы отдельные веса. Информация может быть получена (по крайней мере, по некоторым основным товарам длительного пользования) из ОРДХ, если обследование запрашивает данные о расходах как на новые, так и на бывшие в употреблении товары.

4.73. Расходы за границей и расходы, понесенные нерезидентами. Если ставится задача построения индекса, репрезентативного в отношении изменения цен в определенной стране или регионе, структура весов должна отражать как покупки домашних хозяйств-резидентов, так и покупки домашних хозяйств-нерезидентов. На практике оценить долю суммарных покупок, произведенных приезжими из-за границы или из других областей, может быть сложно (не считая некоторых типов покупок в тех географических регионах, где международный туризм является доминирующим видом экономической деятельности). Для того чтобы гарантировать, что веса включают расходы, понесенные иностранными туристами, и отражают все покупки потребительских товаров и услуг, произведенные домашними хозяйствами-резидентами или нерезидентами внутри страны, необходимо использовать иные источники, помимо ОРДХ. Такими источниками могут быть национальные счета или статистика торговли.

4.74. Если главной задачей исчисления индекса является определение изменения цен, с которым сталкивается резидентное население, веса должны включать расходы населения за пределами страны. Это требует сбора данных, посредством ОРДХ, о расходах, понесенных за пределами страны (например, расходы на оплату гостиниц и питания во время отпуска, товаров длительного пользования, медицинских и образовательных услуг). Возможно несколько путей построения индекса, охватывающего расходы за границей:

- сбор данных о ценах за пределами страны проживания;
- использование соответствующих субиндексов, полученных от статистиков других стран, для видов продуктов, покупаемых там резидентами;
- формирование группы резидентов, которые могли бы сообщать информацию о ценах на покупки, сделанные за границей.

4.75. Принимая во внимание как ограничения ОРДХ в отношении получения достоверных данных о расходах за границей, так и практические трудности построения индекса для таких расходов, можно проводить расчет весов на основании обследований расходов без уточнения места приобретения. В таком случае можно получить информацию о ценах только на те товары и услуги, которые приобретены на экономической территории страны. Данный подход предполагает, что изменение цен на товары и услуги, приобретенные за границей, идентично изменению цен на товары и услуги, приобретенные на внутренней территории.

Ошибки при взвешивании

4.76. Если бы все цены изменялись одинаково, то веса не играли бы никакой роли. С другой стороны, чем больше различия в динамике цен на разные продукты, тем важнее роль весов при определении общего изменения цен.

4.77. Небольшое изменение весов обычно оказывает очень незначительное влияние на общую величину ИПЦ. Ошибка в расчете веса для некоторого субиндекса имеет значение, если изменение субиндекса будет отличаться от среднего изменения ИПЦ. Как правило, чем выше вес субиндекса, тем ниже допустимый процент погрешности в его весе. Следовательно, допустимый процент погрешности веса тем ниже, чем выше степень изменения относительных цен для соответствующих статей. Наконец, понятно, что хотя ошибки при взвешивании могут не иметь значительного влияния на общую величину индекса, погрешности на уровне подгруппы могут быть существенными. Опыт проведенной в Австралии работы показывает, что даже для продуктов с относительно большим весом могут быть допустимы 20–30-процентные погрешности веса.

6. СБОР ИНФОРМАЦИИ О ЦЕНАХ

Введение

6.1. Выбор методов составления выборки и проведения обследования, наиболее пригодных для обследования цен, зависит от направления использования индекса цен и местных условий. Так, свое влияние на этот выбор будут оказывать такие факторы, как разнообразие имеющихся товаров и услуг, их оборот и диапазон запрашиваемых цен, частота и величина изменения цен, покупательские привычки потребителей (покупки при помощи телефона, каталога и Интернета), а также структура розничной торговли, которая определяется особенностями местной экономики, типами торговых точек и географическим охватом.

6.2. В настоящей главе приводится обзор некоторых вопросов, однако с учетом вышесказанного очевидно, что для их решения в разных странах потребуются различные подходы, соответствующие местным условиям. Предлагаемые решения не могут носить характер строгого предписания, поэтому составитель должен постоянно руководствоваться фундаментальными принципами и задачами индекса цен, изложенными в предыдущих главах. Структура экономики западных стран наряду с формами розничной торговли и соответствующими покупательскими привычками потребителей благоприятствует сбору более структурированной информации о ценах.

Напротив, нетоварная экономика и экономика развивающихся стран требуют более гибких методов сбора информации о ценах.

6.3. Необходимо рассмотреть наилучшие из возможных способов сбора информации о ценах с точки зрения эффективности, точности и представления структуры покупок потребителей. В некоторых случаях оправданным может считаться сбор информации о ценах непосредственно в отдельных магазинах региона или страны (сбор информации о ценах на местах, или локальный сбор информации). В других ситуациях более целесообразным может оказаться сбор информации о ценах, осуществляемый централизованно сотрудниками главного учреждения или региональных отделений национального статистического ведомства (централизованный сбор информации о ценах). Многие вопросы, рассматриваемые в настоящей главе, относятся как к сбору информации о ценах на местах, так и к централизованному сбору информации.

6.4. Сравнительные преимущества и недостатки локального и централизованного вариантов сбора информации о ценах применительно к различным типам цен рассматриваются в последующих разделах данной главы. Если быть кратким, преимуществом локального сбора информации является широкий охват мест реализации и широкий выбор продуктов, что в первую очередь относится к продовольствию, алкогольным напиткам, табачным изделиям и товарам длительного пользования (таким как одежда, мебель и электротовары). Централизованный сбор полезно применять в отношении цен, данные о которых трудно собирать непосредственно (например, затраты на содержание жилых помещений или коммунальные услуги); предприятий, придерживающихся национальной ценовой политики; товаров, продаваемых при помощи заказов по почте и каталогов; продуктов-представителей, применительно к которым возможности сбора информации ограничены, или трудно вносить поправки на технические изменения или изменения качества (особенно в сферах транспорта и услуг).

Частота и сроки сбора информации

6.5. Изначально периодичность и сроки сбора информации о ценах могут определяться типом экономики. В тех случаях, когда временные рынки играют важную роль для широких слоев населения, время проведения операций на этих рынках будет влиять на сроки сбора информации о ценах в связи с необходимостью учитывать доступность товаров и услуг для потребителей.

6.6. При определении периодичности и сроков сбора информации о ценах фундаментальное значение имеет решение вопроса о том, должен ли индекс относиться к

среднемесячным ценам или к ценам в конкретный момент времени (например, в отдельно взятый день или неделю месяца). Это решение связано с рядом факторов, таких как направления использования индекса, практические аспекты регистрации цен, структура динамики цен и сроки публикации индекса. Далее последовательно рассматривается воздействие каждого из этих факторов.

6.7. Высказывается мнение о том, что вопрос, должен ли индекс относиться к некоторому периоду или моменту времени, как правило, утрачивает свою актуальность по мере увеличения частоты сбора ценовой информации. Однако вряд ли очевидно, что это утверждение справедливо при любых обстоятельствах. Например, цены в некоторые праздничные дни или в определенные периоды года могут отличаться особенной изменчивостью. В подобных случаях плавный характер показателей за период может рассматриваться как преимущество по сравнению с потенциально дезориентирующей кратковременной тенденцией, которую демонстрирует более изменчивая точечная оценка. Отвечая на этот вопрос, необходимо также принять во внимание основное направление использования индекса.

6.8. В принципе, индекс, используемый для дефлятирования доходов, расходов или продаж, должен относиться ко времени этих денежных потоков. При проведении экономического анализа, в котором индекс используется одновременно с другими данными экономической статистики, большая часть которых относится к периоду, а не к моменту времени, представляется (опять-таки в принципе) логичным, чтобы индекс потребительских цен также относился к периоду.

6.9. На практике, делая этот выбор, приходится идти на компромисс между общими принципами и различными практическими соображениями. Прежде всего, следует отметить, что при низком и стабильном уровне инфляции будет наблюдаться лишь незначительное различие между, например, годовыми темпами изменения индекса с понедельника, 3 января 2000 года, до среды, 1 января 2001 года, и соответствующими годовыми темпами изменения, если сравнивать общие показатели января 2000 года и января 2001 года. Дело обстоит иным образом при высоких темпах инфляции или значительном изменении темпов в течение года. Разница между темпами инфляции по данным на 1 января и 1 февраля и по средним данным за январь и февраль может не совпадать, особенно если так называемые периоды распродаж ограничены законодательством или постановлением местных органов управления, как это имеет место в некоторых странах. Для определенных продуктов с высоким весом в индексе, изменения цен которых происходят внезапно и часто, воздействуют на весь рынок приблизительно в один и тот же день, выбор между периодом и моментом времени имеет большое значение.

Примерами служат цены на бензин, электричество и средства связи. В данном случае имеются веские основания для того, чтобы использовать среднюю цену за период. Очевидно, что веса должны быть соотнесены с периодичностью сбора информации, с учетом соответствующих периодов расходов и регистрации цен (например, если цены возросли за первую треть периода, то две третьих веса должны отражать более высокий уровень цен).

6.10. Не все наблюдения за ценами могут быть проведены в один день, не говоря об одном и том же моменте времени в течение дня. Это особенно справедливо в отношении сбора информации о ценах на местах, но может относиться и к централизованному сбору, в зависимости от наличия ресурсов в центральном учреждении. На практике вопрос состоит в том, продолжают ли наблюдения в течение нескольких дней, обеспечивая некоторое приближение к оценке на конкретный момент времени (например, наблюдения, проводившиеся с понедельника по среду, представляют цены вторника данной недели), или в течение всего месяца, позволяя получить оценку среднего уровня цен за этот месяц.

6.11. Необходимо помнить, что дисперсия выборки будет различной в зависимости от того, рассчитан ли индекс на период или на конкретный момент времени, а в последнем случае и в зависимости от периодичности сбора информации. Принимая решение о выборе сроков и периодичности сбора информации, необходимо также рассмотреть более общий вопрос о компромиссе между точностью статистических данных и понесенными затратами. Следует иметь в виду, что локальный сбор информации о ценах в магазинах, как правило, представляет собой относительно дорогое мероприятие. На практике имеющиеся варианты обычно ограничены бюджетными средствами, выделяемыми на сбор информации о ценах.

6.12. Желаемая периодичность регистрации цен может быть различной в зависимости от того, насколько часто изменяются наблюдаемые цены на тот или иной товар. Например, возможно, что тарифы, взимаемые предприятиями коммунального обслуживания, сборы или плата за услуги центральных и местных органов управления или цены в каталогах товаров, высылаемых по почте, изменяются ежегодно или ежеквартально по известному графику. В этом случае сбор информации о ценах можно осуществлять в соответствии с этим графиком, а не каждый месяц. Напротив, информацию о ценах на продукты питания, которые могут постоянно пересматриваться владельцами магазинов, чтобы учесть состояние рынка, и цены, запрашиваемые поставщиками, необходимо собирать чаще. Очевидно, что статистики должны быть абсолютно уверены в имеющихся данных о периодичности изменения цен на любой конкретный товар или услугу, прежде чем принимать решение о регистрации цен с

меньшей частотой. Им также необходимо постоянно быть в курсе текущей ценовой политики и отслеживать возможные изменения тех или иных позиций, с тем чтобы можно было немедленно отразить эти изменения в применяемых ими схемах сбора информации о ценах. Кроме того, статистики должны быть осведомлены о любых необычных изменениях цен, которые могут быть упущены из-за меньшей частоты сбора информации о ценах, например, об изменениях ставок косвенных налогов или о разовых повышениях цен в определенные сроки (речь может идти, например, о переносе поставщиками услуг ежегодного повышения цен с апреля на март или об изменении цен на школьные обеды каждую четверть, при этом четверти в новом году начинаются в другие месяцы).

6.13. Еще одним моментом, который следует иметь в виду, является определение сроков публикации итоговых индексов цен. На сроки публикации индексов могут быть наложены ограничения правового характера. В подобных случаях необходимо своевременно собрать информацию о ценах, чтобы процедуры обеспечения гарантии качества, обработки и агрегирования данных могли быть завершены до наступления крайнего срока.

6.14. Как упоминалось выше, если уровень инфляции стабилен, а средства на регистрацию цен выделены в достаточном количестве, данные о ценах можно собирать в течение всего месяца. В подобных случаях следует составить график сбора информации в различных районах в разные дни месяца по регулярной стандартной схеме, повторяющейся ежемесячно. Это не только обеспечит более эффективное использование времени регистраторов цен, но и даст дополнительное преимущество, позволив разнести во времени даты сбора информации по многим репрезентативным продуктам. Важно также, чтобы отдельные наблюдения за ценами осуществлялись каждый месяц в одно и то же время, чтобы избежать изменения индекса в результате различной продолжительности интервалов между датами сбора информации. Еще один важный фактор, играющий особенно важную роль в странах Ближнего Востока, заключается в необходимости учитывать возможные изменения цен по дням недели (например, в зависимости от установленных рыночных дней) или по времени дня, в соответствии с различными специальными рыночными предложениями, рассчитанными на то, чтобы привлечь больше покупателей в период наименьшей занятости или отразить свежесть товаров.

6.15. Когда задача состоит в расчете индекса на конкретный момент времени, наблюдения за ценами должны продолжаться в течение всего нескольких дней каждого месяца. Промежутки времени между наблюдениями за ценами в каждой торговой точке должны быть постоянными. Поскольку количество дней в разных месяцах неодинаково, необходимо тщательно следить за постоянством этих промежутков.

6.16. Выбирая дни недели и время месяца, желательно принимать во внимание дни, когда наблюдается концентрация покупок, а цены и имеющиеся товары являются репрезентативными для месяца в целом. Результаты обследования расходов домашних хозяйств в странах Ближнего Востока показывают, что большинство домашних хозяйств делает покупки в базарный (рыночный) день. Однако следует помнить о том, что представители розничной торговли менее склонны сотрудничать с регистраторами в периоды наибольшей загруженности, поэтому необходимо добиваться баланса между идеальным сроком сбора ценовой информации и влиянием на долю ответивших. Следует также заметить, что установить фиксированный интервал невозможно из-за различного количества дней в разных месяцах и различных сроков официальных нерабочих дней и религиозных праздников. Одно из решений состоит в поочередном проведении наблюдений с интервалами в четыре и пять недель, что позволяет поддерживать относительно стабильный месячный или квартальный период наблюдений. Другое решение заключается в том, чтобы следовать правилу, согласно которому сбор информации осуществляется в установленный рыночный день или со среды по пятницу в первую полную неделю месяца.

6.17. Дни (а иногда сроки) сбора информации о ценах необходимо устанавливать заранее. В некоторых странах или экономических системах приходится заблаговременно принимать решения о целесообразности и способах сохранения сведений о таких днях в секрете, чтобы не позволить ключевым поставщикам данных, таким как крупные магазины или органы государственного управления, скорректировать цены в день сбора информации и тем самым внести искажения в индексы цен. Тем не менее с точки зрения отношения общественности к индексу как достоверному показателю, важно, чтобы орган статистики мог дать объяснения по поводу процедур, посредством которых устанавливаются даты сбора информации, и основополагающей объективности метода. Любым службам, занимающимся сбором информации о ценах для национальных статистических ведомств, необходимо знать намеченные даты задолго до проведения сбора информации, чтобы иметь возможность планировать свои ресурсы. Помимо этого, любым поставщикам данных, направляющим данные о ценах непосредственно персоналу центрального учреждения, необходимо знать дату сбора информации незадолго до его начала, чтобы иметь возможность подготовить и представить необходимые отчетные данные по ценам.

6.18. Регулярный характер сроков сбора информации особенно важен в условиях высоких темпов инфляции. Если сбор информации назначен на конкретный день, очень важно, чтобы данные о наиболее изменчивых ценах были получены именно в этот день, а

не в ближайшие к нему дни недели. С этой точки зрения, к числу особых продуктов могут относиться свежие фрукты и овощи, свежее мясо и такие продукты, косвенные налоги и пошлины на которые могут изменяться (такие как табачные изделия и бензин). В случае продаваемых на рынках продуктов питания важно придерживаться не только дня недели, но и определенного времени дня. В странах Ближнего Востока, по крайней мере, эти цены обычно выше утром и ниже вечером.

6.19. Дни регистрации цен должны быть установлены после рассмотрения ряда факторов, влияющих на цены и структуру покупок. Следует избегать праздников и выходных, за исключением тех продуктов, для которых характерен большой объем продаж именно в это время, таких как бензин, услуги по организации отдыха и развлечения (например, питание в ресторанах и туристские достопримечательности). В некоторых странах введены ограничения на количество работающих магазинов в одни дни или режим неполного рабочего дня в другие, что может ограничить объем собираемой информации о ценах или сместить выборку по данному населенному пункту в сторону определенных типов торговых точек или поставщиков услуг. В дни, предшествующие продолжительным периодам праздников, когда многие магазины закрыты, объем поставок свежих пищевых продуктов может быть ограничен, при этом наблюдается аномальное снижение цен с целью освободить склады, прежде чем магазины будут закрыты на праздники. Следует также учитывать последствия любых периодов распродаж, регламентируемых законодательством.

6.20. Независимо от того, осуществляется ли сбор информации за период или на момент времени, необходимо производить последовательные наблюдения за ценами в каждой торговой точке через равные промежутки времени, посещая эту точку в течение фиксированного периода каждого месяца (или квартала).

6.21. Еще одна проблема связана с установлением тарифов (плата за телефонный разговор, например, зависит от времени дня и пункта назначения звонка), различной в зависимости от спроса ценовой политикой (плата за спортивные и развлекательные мероприятия, например, зависит от времени дня — в периоды максимального спроса цены выше) и цен на товары и услуги, доступность которых потенциально ограничена (например, стоимость проезда в самолете, поезде или такси). В каждом из этих случаев регистрация цен должна последовательно вестись в разные периоды времени таким образом, чтобы отражать структуру покупательского спроса потребителей. Выборка репрезентативных продуктов должна отражать поведение потребителей (например, тарифы авиакомпаний могут быть установлены заранее за 6, 3, 2 и 1 месяц до покупки билетов и включать при этом вариант заказа билетов в последнюю минуту) и

взвешиваться в соответствии со структурой расходов потребителей (например, путем совместного взвешивания цен за вход в плавательный бассейн в часы пиковой нагрузки и в иное время).

6.22. Наконец, применяя метод оценки на конкретный момент времени, следует обратить внимание на то обстоятельство, что основные экономические агенты, устанавливающие цены, прежде всего органы государственного управления, могут повлиять на величину индекса, в зависимости от того, вступают ли введенные ими изменения цен в силу за день до того дня, для которого получена предоставленная ими информация о ценах, на следующий день или непосредственно в день сбора информации. Поскольку данные о ценах часто поступают от таких основных экономических агентов в централизованном порядке, должна существовать возможность получать сведения как о величине, так и о сроках изменения цен в конце каждого месяца, благодаря чему, применяя метод оценки за период времени, можно рассчитать среднюю цену за весь месяц. Например, если плата за электричество взимается ежеквартально, и при этом цены возрастают в течение какой-то части этого трехмесячного периода, в суммы платежей индивидуальных потребителей может включаться оплата за 0, 1, 2 или 3 месяца, взимаемая по более высокому тарифу.

...

Спецификация продуктов-представителей

6.25. Выбирая репрезентативные продукты, следует стремиться к тому, чтобы динамика цен на них была типичной для корзины индекса потребительских цен. Потребляемый домашними хозяйствами или отдельными лицами и имеющий цену продукт является товаром или услугой, поддающимися определению. Но в некоторых случаях, таких как порционные ресторанные блюда, автомобили (если покупатель имеет возможность приобрести дополнительное оборудование сверх базовой модели машины) и аренда автомобилей (если страхование производится за дополнительную плату), необходимо принять решение о том, рассматривать ли весь комплект как один продукт или определять цену на каждый компонент отдельно. Как правило, комплект следует рассматривать как один продукт, если можно полагать, что предложение не является временным, и покупатель, как правило, приобретает весь пакет предлагаемых товаров и услуг. В противном случае компоненты следует считать отдельными продуктами, для каждого из которых должны быть получены данные о цене. В тех случаях, когда, как

правило, не приобретается весь пакет целиком, обычно можно получить данные об отдельных ценах для различных частей комплекта. Это позволяет получить некоторое представление о том, идет ли речь о приобретении комплектов или отдельных продуктов.

6.26. В идеальном случае выбор продуктов-представителей должен основываться на полном перечне соответствующих операций, относящихся к различным продуктам, приобретаемым отдельными лицами. На практике такая информация не всегда доступна, хотя в некоторых странах полезные сведения могут быть получены с помощью данных кассовых терминалов и данных сканирования.

6.27. То, насколько строго (узко) или обобщенно (широко) определена спецификация продукта-представителя, является вопросом большой теоретической и практической значимости. Спецификации могут быть широкими или узкими в зависимости от конкретных обстоятельств, при этом различные входящие в корзину товары и услуги, цена которых подлежит определению, могут иметь спецификацию разного типа. Узкие описания продуктов обычно с большей эффективностью могут использоваться для контроля за репрезентативностью выборки (если исходить из наличия надежной основы выборки или набора базисных данных) и различий в качестве, а также позволяют уменьшать дисперсию цен и соотношений цен, тем самым оптимизируя некоторые формулы агрегирования. Однако их применение может уменьшить размер выборки, так как не позволяет регистраторам цен с достаточной гибкостью выбирать подходящий продукт в конкретном магазине. Напротив, широкие описания продуктов позволяют увеличить размер выборки, однако затрудняют контроль над ее репрезентативностью и, как правило, приводят к большей дисперсии.

6.28. В некоторых странах цены на одежду определяются очень строго, чтобы обеспечить минимальные различия в качестве. Описание может быть детализировано следующим образом: «вязаный верх; середина сезона; с рукавами; без воротника; без пуговиц; изготовлено в Марокко; акрил; от средней до малой плотности». Для сравнения, общее описание такого же продукта, использованное при составлении другого индекса потребительских цен, может выглядеть как «сорочка мужская; с длинными рукавами».

6.29. Какой бы из двух этих подходов ни был принят, следует установить правила выбора репрезентативных продуктов, которые отвечали бы описанию (например, самые ходовые, по сообщениям отдельных розничных торговцев, товары или продукты, выбранные путем вероятностного составления выборки пропорционально размеру). Важно, чтобы выбранные репрезентативные продукты, независимо от их строгого или общего описания, действительно отражали структуру расходов потребителей. Не имеет смысла, например, определять цену продукта, который редко продается, хотя и хорошо

выглядит в витрине магазина, или просто находится в таком месте, где регистраторы цен легко могут каждый раз находить его. Правила выбора должны также учитывать методологию составления выборки, которая лежит в основе выбора магазинов. Доводы в пользу применения какой-либо формы вероятностного составления выборки для отбора продуктов при помощи строгих описаний выглядят более убедительно, когда выбор магазинов определен более широко, и наоборот. Это объясняется тем, что чем шире описания продуктов и чем менее строго контролируется выбор продукта в месте его реализации, тем больше репрезентативность выборки зависит от качества первоначального выбора магазинов.

6.30. Важно также, чтобы при любой форме спецификации в инструкциях для регистраторов цен были даны надлежащие описания товаров и услуг, цены на которые предстоит определить. Например, применительно к стиральной машине, информация, необходимая для составления строгой спецификации, может включать марку, номер модели, максимальную загрузку, наличие автоматического режима, способ загрузки (верхняя или фронтальная) и скорость отжима. Помимо обеспечения эффективного контроля над составлением выборки, эти сведения будут также полезны в том случае, если регистраторам цен приходится подыскивать ближайший эквивалент при исчезновении из продажи конкретной модели. Важно регулярно рассматривать количество значений цены, полученное для товаров или услуг по строгой спецификации, обеспечивая возможность обновления спецификаций в случае прекращения производства этих продуктов или изменения структуры покупательского спроса потребителей.

6.31. В широкой спецификации стиральная машина может определяться просто путем указания конкретного диапазона ее максимальной загрузки или скорости отжима. Однако и в этом случае важно, чтобы регистратор цен зафиксировал подробное описание стиральной машины, цена которой регистрируется, что обеспечит выбор сопоставимой модели в случае прекращения выпуска данной модели или позволит другому лицу выполнить эту работу в случае отсутствия данного регистратора.

Процедуры сбора информации о ценах

6.32. Важным фактором, который необходимо учитывать при сборе информации о ценах, является охват разрабатываемого индекса цен. Например, следует ли включать цены на товары черного рынка и контрабандную продукцию в общий ряд определяемых цен? В целом, если такие покупки составляют значительную часть расходов, существуют доводы в пользу такого включения. Однако это связано с определенными трудностями

при сборе ценовой информации, такими как поиск нужных торговых точек, которые могут быть временными и стараются не рекламировать себя, а также со сложностью определения фактических цен на товары и услуги. Другая трудность, связанная с охватом индекса, касается определенных видов деятельности, которые могут считаться незаконными в одних странах и законными в других (например, проституция, азартные игры или продажа алкогольных напитков).

6.33. Наибольшие трудности при сборе информации о ценах на товары и услуги возникают в тех экономических системах, где важную роль играют бартерные операции. Можно привести много соответствующих примеров, от цен на машины, которые могут устанавливаться в результате отдельной договоренности (включая возможность встречной продажи старой машины), до палаток на рынках в некоторых населенных пунктах. В конечном счете полученные сведения о ценах зависят от вероятности того, что имела место реальная покупка, от умения регистратора цен вести переговоры, а также от таких факторов, как то, насколько сильно продавец заинтересован в продаже. В идеальном варианте регистратор должен получить данные о цене, которую фактически заплатил бы потребитель. В некоторых случаях может оказаться более целесообразным использовать альтернативные методы сбора ценовой информации или альтернативные показатели (например, такие как официально объявленная цена, которая при определенных обстоятельствах, предположительно, изменяется таким же образом, что и цена, установленная в результате торга между покупателем и продавцом).

6.34. В некоторых странах Ближнего Востока, где цены изменяются в зависимости от времени дня и обычно официально не объявляются (например, на базаре), необходимо применять разнообразные процедуры сбора информации о ценах. Сведения о ценах на свежее мясо и овощи можно собирать от трех до шести раз в день, включая посещения торговой точки утром, в обеденное время и вечером. Кроме того, регистраторы могут быть обучены распознавать «ложные» цены, при этом им обычно рекомендуется не торопиться и, внимательно прислушиваясь, стремиться определить цены операций при подлинных сделках купли-продажи.

6.35. Для сбора информации о ценах в торговых точках разного типа может применяться различный порядок. Постоянные торговые точки могут иногда быть отобраны из основы выборки либо централизованно, либо путем сбора сведений на месте расположения точек. На базаре или рынке более целесообразным может оказаться иной порядок сбора сведений о ценах, особенно там, где часы открытия, количество открытых палаток и ассортимент имеющихся в продаже товаров могут быть различными в разное время. В подобных случаях в перечень могут быть включены только те продукты, которые

заведомо имеются в продаже на рынке, а регистраторам может быть поручено определить фиксированное количество значений цены по каждому продукту. Количество значений при этом определяется местными сведениями об имеющихся в продаже товарах и разбросе цен. Для некоторых продуктов, таких как фрукты и овощи, может регистрироваться большее число наблюдений цены, чем для других, при этом данные о ценах на эти продукты приходится собирать через определенные промежутки времени в течение дня (например, три раза утром, три раза в обеденное время и три раза днем или вечером), чтобы учесть изменчивость цены в разное время дня. Возможно, придется также рассмотреть необходимость сбора информации о ценах у фермеров (которые приезжают на базар, чтобы продавать свои товары) и посредников (которые покупают у фермеров продукты питания и затем выставляют их на продажу).

6.36. Еще одно различие между странами возникает в тех случаях, когда значительная часть расходов совершается за границей, после чего приобретенные продукты импортируются частными лицами (например, автомобильные рынки в Литве часто посещают жители других прибалтийских государств). При таких обстоятельствах сбор информации о ценах необходимо рассматривать с учетом точного определения охвата индекса (например, следует ли учитывать цены в других странах), а также более сложной ежемесячной процедуры регистрации цен на машины такого же или подобного качества.

6.37. Общий обзор схемы сбора информации о ценах на местах для простых торговых точек представлен на рис. 6.1. При составлении данной схемы предполагалось, что торговые точки уже зарегистрированы и отобраны, что владелец магазина или руководитель головного отделения сети розничных магазинов согласен на регулярное посещение торговых точек регистраторами цен и что обычные формальности по установлению личности в связи с приходом и уходом регистратора будут выполнены. Кроме того, предполагается, что отбор продуктов-представителей был уже произведен в предыдущие месяцы. Это лучше всего сделать во время отдельного предварительного визита, в ходе которого регистраторы цен представляются, знакомятся с магазином и объясняют его владельцу процедуру сбора информации о ценах.

6.38. На данной схеме подробно представлены различные решения и меры, которые может принять регистратор цен, чтобы определить цену любого отдельного продукта. В начале схемы представлено прибытие регистратора цен в торговую точку во взаимно согласованное время, которое может совпадать или не совпадать с обычным временем ее открытия. Войдя в торговую точку (или замещающую торговую точку), регистратор пытается определить цену интересующего его продукта или продуктов. В самом простом

случае продукт имеется в продаже, и цена на него может быть определена непосредственно. Более сложная ситуация возникает, когда продукт в каком-либо отношении отличается от того, цена на который была зарегистрирована в прошлый раз (например, по размеру, описанию, весу или количеству). В этом случае обычная процедура заключается в том, чтобы определить цену продукта и сообщить об этом факте в центральное учреждение. Наконец, если продукт отсутствует в продаже, необходимо выбрать вместо него замещающий сопоставимый продукт или новый замещающий продукт. Определив цены на все необходимые продукты в данной торговой точке, регистратор цен может перейти в следующую точку.

6.39. Выбор сопоставимого продукта производится с помощью набора тех же важнейших характеристик, которые могут повлиять на формирование цены. Например, цена на стиральную машину определяется такими характеристиками, как торговая марка, количество циклов стирки, максимальная загрузка, потребление электроэнергии и скорость отжима.

6.40. Наиболее сложная ситуация возникает в том случае, когда необходимо определить цену продукта представителя, который не сопоставим по качеству с продуктом-представителем в другом периоде. Подход к такой оценке зависит от порядка корректировки цены с учетом изменения качества. Например, изменение качества можно учитывать в неявном виде, рассматривая продукт в качестве нового с условно исчисленной базисной ценой. Последняя может быть рассчитана персоналом центрального учреждения, которому могут потребоваться дополнительные данные, полученные в ходе сбора сведений о ценах, или регистратором цен в торговой точке при помощи торгового персонала.

6.41. Сезонные продукты требуют особого внимания. Иногда возможность круглогодичного определения цен на некоторые виды сезонных продуктов, таких как фрукты, овощи или одежда, отсутствует. Один из способов, позволяющих учесть это обстоятельство при составлении индекса, заключается в использовании сезонных весов, которые отличаются для каждого месяца года и отражают данные о расходах, полученные путем обследования бюджетов домашних хозяйств или из других источников. В качестве иного варианта в разное время года можно определять цену разных сезонных продуктов с целью непосредственного замещения отсутствующих продуктов (например, в течение шести месяцев можно определять цены на купальные костюмы и шорты, а в течение следующих шести месяцев — на перчатки и шарфы).

6.42. При сборе данных о ценах существует возможность собирать данные по некоторым продуктам реже одного раза в месяц, что позволяет увеличивать совокупную

выборку. Информацию по многим продуктам-представителям, входящим в индекс потребительских цен (ИПЦ) США, собирают только раз в два месяца в данном районе; аналогичным образом, данные выборки по аренде жилищ подразделяются на шесть частей, цены по каждой из которых определяются два раза в год. Это усложняет расчет, но повышает эффективность, как с точки зрения статистики, так и деятельности регистраторов цен.

Методы сбора информации о ценах

6.43. Данные о ценах на многие продукты собирают в местах реализации продуктов агентства по сбору информации о ценах, привлеченные к работе национальным статистическим ведомством, или собственные сотрудники ведомства, которые посещают розничные торговые точки и регистрируют текущие цены на продукты, входящие в согласованный перечень. Однако часть информации о ценах может быть собрана централизованно с помощью каталогов, предприятий розничной торговли, предоставляющих прейскурантные цены по ряду торговых точек, а также получена по телефону, факсу, посредством писем, сообщений электронной почты или найдена на сайтах в Интернете. Все эти методы могут оказаться эффективными с точки зрения затрат или необходимыми для того, чтобы отразить различные аспекты поведения потребителей в отношении покупок, поэтому неудивительно, что многие органы статистики применяют разнообразные методы регистрации цен. Кроме того, такие методы позволяют персоналу центрального учреждения применять специальные методологические процедуры (например, в отношении изменений качества). Как регистраторы цен на местах, так и персонал центрального учреждения могут применять эти различные методы сбора сведений о ценах. Примерами могут служить следующие методы сбора информации о ценах.

- Информация о ценах может быть извлечена из каталогов торговли по почте, чтобы представить определенный тип розничных торговых точек, или из ведущих торговых каталогов товаров, распространяемых по всей стране и придерживающихся одинаковой ценовой политики во всех регионах. В некоторых странах посылочные торговые компании все чаще предлагают собственные интернет-услуги. В случае, когда покупки совершаются путем заказа товаров по почте и через Интернет, необходимо обеспечить согласованный и правильный учет платы за доставку и налогов с продаж.

- Данные о ценах могут быть получены через Интернет или в целях удобства (когда крупные магазины предлагают товары в Интернете по тем же ценам, что и при продаже в

самих магазинах), или в силу необходимости поддерживать репрезентативную выборку в случае возрастающего объема использования розничных торговых точек данного типа (например, для продажи книг).

- Некоторые предприятия розничной торговли придерживаются национальной ценовой политики, не допуская свободы установления цен даже в отношении распродажи и специальных предложений. В таких случаях можно ограничиться посещением единственного магазина или договориться с головным отделением фирмы розничной торговли о предоставлении единого прайс-листа (охватывающего все продукты или цены на специально отобранные продукты).

- Данные о ценах могут быть получены по телефону или факсу, когда не возникает неопределенности относительно цен, поскольку продукт, цена на который определяется, является стандартным, и подрядчик взимает за нее стандартную плату (например, у фирм по электротехническим услугам можно по телефону выяснить, какова плата за установку одной новой электрической розетки). Кроме того, получение информации о цене по телефону воспроизводит то, что на практике часто делают потребители. Дополнительным фактором является то обстоятельство, что многие поставщики услуг (такие как слесари-сантехники или мойщики окон) обычно не работают от розничных предприятий и их было бы трудно застать на месте для сбора информации, так как они часто выполняют заказы в разное время в течение рабочего дня в собственных помещениях заказчика.

- Данные о ценах могут быть получены письмом, по факсу или электронной почте, к которым прилагаются для заполнения и последующего возврата бланки центрального учреждения, в тех случаях, когда сбор информации через центральное учреждение считается более эффективным или сбор на месте реализации товаров невозможен (например, данные о ценах по тарифу). Примером являются цены, полученные от входящих в выборку местных органов управления, страховых компаний, коммунальных предприятий и телефонных компаний.

- Данные о ценах могут быть получены от других государственных учреждений или регулирующих органов, которые выступают в качестве посредников в процессе сбора ценовой информации. В некоторых странах, например, именно так обстоит дело со сбором данных о тарифах на электричество.

- В некоторых случаях данные о ценах на конкретные товары могут быть получены из вторичных источников. В качестве двух примеров такого ряда, взятых из практики составления ИПЦ США, но ни в коей мере не являющихся присущими только этой стране, можно привести плату за проезд авиатранспортом и подержанные автотранспортные средства. Выборка регулярных авиарейсов составляется на основе

подробных данных об авиабилетах, полученных от Министерства транспорта США. Ежемесячная регистрация цен осуществляется после этого в диалоговом режиме путем обращения к компьютерной базе данных пассажирских тарифов частного сектора, широко используемой туристическими агентами и другими лицами. В случае подержанных легковых и грузовых автомобилей как для составления выборки, так и для определения цены используются данные, публикуемые профессиональной ассоциацией дилеров. К преимуществам использования данных из вторичных источников относятся возможность составления выборки большего размера, более быстрый или менее дорогостоящий доступ к данным и возможность избежать наиболее сложных проблем связанных с получением информации о ценах.

6.44. При получении данных о ценах с помощью других источников, таких как каталоги или Интернет, необходимо обращать особое внимание на то, чтобы обеспечить правильность их регистрации, включая или исключая налоги с продаж или плату за доставку. В подобных случаях процедура сбора должна включать проверку того, что цены относятся к периоду индекса.

6.45. Важно помнить, что все обычно применяемые принципы сбора информации о ценах и вопросы обеспечения качества остаются актуальными по отношению к ценам, сведения по которым получены с помощью Интернета (включая требование предоставить подробное описание, непосредственное наличие продукта в продаже, учет специальных предложений и возможность замещения сопоставимыми или новыми продуктами).

6.46. В случае сбора информации о ценах по телефону рекомендуется, когда это практически возможно, время от времени посещать розничное предприятие с целью поддержания личных контактов и обеспечения необходимой доли ответов, а также во избежание недоразумений при выборе продуктов-представителей и определении цен. Насколько возможно, следует стремиться получить письменное подтверждение информации о ценах, собранной по телефону, для реализации процедур гарантии качества.

6.47. У многих домашних хозяйств может отсутствовать возможность доступа в Интернет, при этом следует иметь в виду, что покупка товаров через Интернет позволяет воспользоваться некоторыми дополнительными услугами, такими как доставка товаров на дом. Из этого следует, что сбор информации о ценах через Интернет можно рассматривать как ввод либо нового типа торговой точки, либо нового продукта. В обоих случаях принимаемая мера должна представлять собой часть процедуры поддержания репрезентативной выборки во время регулярного обновления информации о продуктах и выбора мест реализации, обычно при выполнении сцепления индексов. Следует отметить,

что необходимо также проверять, предполагает ли обращение к покупкам через Интернет изменения в качестве. Например, в случае покупки продуктов питания, бесплатная доставка может включаться, если сумма оплаты превышает определенный уровень, или средний оставшийся срок годности может отличаться от того, который характерен для традиционных торговых точек.

6.48. Возможности для повышения эффективности сбора данных могут возрастать по мере появления на рынке новых технологий. Постоянно появляются новые методы сбора информации, особенно в технологически развитых странах. К будущим методам сбора информации относятся средства тонального набора и данные сканирования. Оба метода предлагают предприятиям новые способы, которые позволяют уменьшить расходы или неудобства, связанные с предоставлением данных.

6.49. Следует помнить, что для поддержания репрезентативности индекса может оказаться целесообразным собирать данные о ценах на тот или иной продукт несколькими способами. Например, люди могут покупать книги, пользуясь каталогами, посещая различные магазины (книжные магазины, газетные киоски, супермаркеты, универсальные магазины и так далее), а также через Интернет. При таких обстоятельствах целесообразно собирать данные о ценах по всем типам торговых точек, которые имеют значительный объем операций.

Разработка анкеты

6.50. Хорошо разработанная анкета (или ее электронный эквивалент) играет важнейшую роль в обеспечении успешного сбора информации о ценах. Важно не только сделать анкету удобной для использования регистраторами цен, но и составить ее таким образом, чтобы формат и структура анкеты облегчали извлечение данных (цена, описание продуктов, комментарии и так далее) сотрудниками центрального учреждения в целях эффективного обеспечения гарантии качества.

6.51. Первый шаг при разработке анкеты заключается в определении информации, которую необходимо собрать, а также способов сбора этой информации. Каждому из применяемых методов сбора, например, посещению розничных предприятий или получению данных по почте, будет соответствовать своя форма анкеты. Вместе с тем существует ряд общих принципов. Анкета должна быть удобной для регистратора цен, занимающегося сбором информации на местах, а кроме того, должна содействовать обеспечению гарантии базового качества. Именно по этой последней причине был выдвинут довод о том, что в анкете следует указывать цену, зарегистрированную в

последний раз во время обследования продукта, так как это подскажет регистратору, что необходимо задать соответствующие вопросы, если предыдущая цена слишком сильно отличается от текущей. Возражением против этого довода является тот факт, что регистрация последней цены может ошибочно подтолкнуть регистратора к мысли об идентификации продукта, цена которого определяется, исходя скорее из цены, чем из описания продукта, или, как крайний случай, к тому, чтобы дать оценку новой цены или повторно указать прежнюю цену, не посещая в действительности магазин.

6.52. Следует помнить о том, что во время сцепления индекса в анкету приходится вносить перечень всех продуктов, входящих как в старую, так и в новую корзину. Например, для ежегодного построения цепного индекса на базе январских цен требуется как старая, так и новая выборка мест реализации и продуктов-представителей для базисного месяца.

6.53. Пример формы для сбора информации о ценах приведен в приложении 6.1. Эта форма используется регистратором для регистрации цен при посещении торговой точки и может быть представлена в бумажной или электронной версии. Можно также попросить опрашиваемых владельцев магазинов заполнить форму самостоятельно и направить ее в национальное статистическое ведомство. Подобная форма может, таким образом, служить как для представления данных, так и для сбора информации. Если в форме достаточно места для регистрации цен на протяжении всей последовательности месяцев, регистратор может сохранить форму и переносить цены по каждому месяцу в отдельную форму, которая направляется в национальное статистическое ведомство. В тех случаях, когда применяемая для сбора информации форма используется также для представления данных, существует две основные возможности: либо в форме достаточно места для регистрации цен на протяжении всей последовательности месяцев, и она ежемесячно передается регистратором цен в офис, а затем возвращается обратно; либо новые формы для сбора информации и представления данных распечатываются компьютером каждый месяц. В последнем случае, если это считается целесообразным, форма может включать цены, зарегистрированные в предыдущем месяце, рядом с которыми предусматривается место для регистрации цен текущего месяца. Следует отметить, что перенос цен в другую форму или систему, выполняемый с помощью компьютера или вручную, может привести к появлению ошибок переноса.

6.54. Использование электронной версии анкеты, размещенной в памяти портативного компьютера или «электронного секретаря» и снабженной встроенными средствами проверки достоверности, все чаще рассматривается как наиболее предпочтительный способ сбора информации на местах регистраторами цен. Затем

регистраторы могут переслать собранные данные в электронной форме в центральное учреждение через ряд промежуточных этапов, позволяющих службе по сбору информации о ценах произвести дополнительные проверки достоверности.

6.55. Рекомендуется, чтобы регистраторы цен были обязаны представлять полные описания продуктов, цена которых определяется. Это позволяет ввести в действие проверки, обеспечивающие надлежащее выполнение инструкций регистраторами цен, особенно в части отбора соответствующих продуктов. Это также обеспечивает надлежащую идентификацию любых изменений, включая изменение качества продуктов, при этом предоставляется достаточно подробная информация, позволяющая принимать решения в отношении поправки на качество. В распоряжении регистраторов цен должен быть контрольный перечень или набор кодов для регистрации информации об изменениях, относящихся к торговым точкам, продуктам-представителям или ценам. Информацию необходимо собирать систематически. Например, коды, помогающие ввести поправку на качество, должны отражать те характеристики, которые влияют на качество в наибольшей степени. Предварительное исследование, например, основанное на гедоническом методе, может помочь заранее определить эти характеристики.

6.56. Для управления выборкой торговых точек могут использоваться следующие коды:

- закрыта: точка постоянно закрыта или ликвидирована;
- временно недоступна: точка временно закрыта, но, вероятно, откроется в следующем месяце;
- отказ: собственник или персонал отказываются сотрудничать;
- изменение сведений: смена собственника, названия или изменение цели деятельности.

6.57. Непрерывность является одним из важнейших принципов сбора ценовой информации. Поскольку индекс определяет изменения цены, необходимо, чтобы каждый месяц определялась цена одного и того же продукта с целью установления истинной картины ее изменения. Так, например, если в качестве продукта-представителя была выбрана банка клубничного джема, выпускаемого под собственной торговой маркой супермаркета, следует продолжать собирать данные о джеме именно этой марки и разновидности; если он отсутствует на складе, не следует собирать данные о джеме другой марки и разновидности, не выяснив предварительно, является ли эта ситуация временной, или, скорее всего, будет иметь постоянный характер. В последнем случае, если, кроме того, в продаже имеются банки джема той же марки, размера и качества, но другой разновидности, то, как правило, следует выбрать такой продукт в качестве

«сопоставимого» и внести соответствующие поправки в его описание. Если же в продаже имеется продукт под другой торговой маркой, другого размера или качества, следует зарегистрировать его в качестве «нового» продукта, но только в случае отсутствия сопоставимых продуктов. Те же принципы применяются к другим продуктам, таким как одежда, свежие фрукты и овощи. В отношении одежды важно указать ее цвет, ткань, страну происхождения, логотипы и размер, чтобы каждый месяц гарантированно определялась цена того же самого продукта. Что касается свежих фруктов и овощей, полезными характеристиками при регистрации продукта могут быть «страна происхождения», «класс» и сорт. При регистрации электрического оборудования важными характеристиками могут быть технические данные и функции, указанные в каталоге производителя.

6.58. Невозможно дать здесь директивные указания, поскольку концепция эквивалентности в разных странах неодинакова; но в практическом плане важно регистрировать подробное описание продуктов, цена которых определяется. Описания продуктов помогут регистраторам цен и сотрудникам центрального учреждения выбрать или подтвердить пригодность отобранного продукта для замещения изъятого из продажи, а также будут полезны для правильной идентификации изменений качества. Основное внимание следует уделять регистрации характеристик, определяющих цену.

6.59. Если постоянный регистратор цен по каким-либо причинам не сможет заниматься сбором ценовой информации, полные и точные описания позволят заменяющему его сотруднику собрать данные о ценах без каких бы то ни было сомнений в отношении правильности отбора продуктов.

6.60. В большинстве случаев данные о продукте будут в точности такими же, как в предыдущем месяце, и единственной регистрируемой информацией будет новая цена. Однако в случае каких-либо изменений или неопределенности в отношении продуктов-представителей регистраторам цен придется принимать решение самостоятельно и информировать об этой ситуации центральное учреждение, не забывая о том, что именно сотрудники центрального учреждения несут ответственность за окончательное решение. Спецификация, которая заранее содержит коды данных, обеспечит экономию времени и позволит регистратору цен лучше ориентироваться в том, какую информацию следует включить в отчет. Спецификация может содержать следующие коды.

Сопоставимый (С): исходный продукт исключен из ассортимента, однако собрана информация об альтернативном аналоге, который имеет те же самые основные характеристики. Цена, вероятно, останется в том же диапазоне, хотя так случается не всегда.

Новый (Н): исходный продукт заменен каким-либо новым продуктом, который не может считаться сопоставимым с ним, но является в равной степени репрезентативным для данной товарной группы. Если это возможно, регистратор цен должен постараться выяснить цену «нового продукта» в периоде сцепления или базисном периоде.

Распродажа или специальное предложение (П): снижение цены в связи с настоящей распродажей или специальным предложением при наличии ценника с пометкой о распродаже или ценника с указанием скидки. В эту категорию не входят дефектные или устаревшие товары со склада или выставленные для ликвидационной распродажи товары. Последний вид товаров не включается ни при каких обстоятельствах. Снижение цены без объявления предложения о продаже или специального предложения не является «распродажей»; цену элемента следует определить и в этом случае, но без кода-индикатора П.

Возвращение (Вз): возврат к нормальной продажной цене, например, после распродажи или специального предложения. Возврат к той же самой цене, которая была установлена до распродажи или специального предложения, при этом необязателен.

Временно отсутствует (ВО): регистратору цен необходимо дать рекомендации в отношении смысла слова «временно» (с точки зрения ожидаемой продолжительности отсутствия, которая может быть различной для разных продуктов). Возможно, целесообразной окажется немедленная замена продуктов (например, модной одежды, если маловероятно, что такой же продукт снова поступит на склад). Как правило, индикаторы ВО не следует использовать дольше двух месяцев подряд — на третий месяц необходимо выбрать замещающий продукт. Для продовольственных торговых точек постоянное отсутствие каких-либо продуктов в наличии крайне необычно. В любом случае регистратор цен должен попытаться выяснить перспективы будущего наличия товаров у розничного торговца.

Отсутствует (О): используется в том случае, когда в торговой точке никогда не было или больше не планируется продажа данного продукта, при этом какойлибо подходящий альтернативный продукт также отсутствует. При подобных обстоятельствах рекомендуется в ходе последующего сбора информации о ценах проверять наличие данного продукта с целью убедиться в том, что подходящий замещающий продукт не поступил в продажу.

Вес (В): изменение постоянного веса или количества продукта.

Запрос (З): такой код можно использовать для того, чтобы представить в центральное учреждение дополнительную информацию о розничной продаже (такую как «дополнительные 10 процентов бесплатно», «три предмета по цене двух» или странная

разница в цене, не учитываемая другими признаками, например, специальный выпуск журнала по повышенной цене). В центральном учреждении должны быть предусмотрены процедуры, позволяющие реагировать на подобные замечания и соответствующим образом учитывать сведения о ценах.

6.61. Даже если по сведениям, представленным розничным предприятием, с прошлого месяца не произошло никакого изменения цен, регистратор цен должен в любом случае проверить это утверждение. Такая проверка требует определенной дипломатичности, в то же время она имеет большое значение, поскольку владелец магазина легко может упустить несколько случаев повышения цены, забыть, когда имело место последнее повышение, или даже намеренно ввести регистратора цен в заблуждение. Использовать коды важно по соображениям удобства работы. Например, если маловероятно, что продукт останется в продаже в следующем месяце, это позволяет заранее подобрать продукт-заменитель и собрать данные за период совмещения.

6.62. Как правило, цену следует регистрировать только в том случае, если именно тот продукт, цена на который подлежит определению, выставлен на прилавок и может быть немедленно продан. Не следует регистрировать цену, если продукт временно отсутствует в продаже. Тем не менее на некоторые крупные товары, такие как предметы мебели, которые обычно заказывают, цену все же следует регистрировать, если розничный торговец подтвердит, что данный продукт может быть доставлен в течение «приемлемого» времени.

6.63. Некоторые продукты питания, такие как мясо, рыба и сыр, могут продаваться в упаковках разного веса, поэтому разумно регистрировать данные о ценах за единицу веса. Эти данные могут быть взяты с этикетки на упаковке или рассчитаны самим регистратором цен. Каждый месяц следует использовать упаковку примерно одного размера и типа, так как цена единицы товара может снижаться в случае упаковки большего размера или отличаться в зависимости от типа упаковки. Другие продукты, такие как яйца, часто продаются в определенном количестве. В подобных случаях важно регистрировать цены, установленные именно на это определенное количество, поскольку совокупная цена и цена единицы товара обычно зависят от купленного количества продукта. Если необходимо определить цену X яиц, а цена этого количества не указана непосредственно, можно узнать цену одного яйца и, умножив ее на X , получить необходимую цену. Однако при этом необходимо убедиться, что цена единицы товара не уменьшается с увеличением количества покупаемого товара. В качестве другого примера может служить мята. Эта трава часто продается пучками различного размера, поэтому

нужно взвесить и определить цену нескольких пучков, чтобы рассчитать цену за килограмм.

6.64. Труднее определить цену на некоторые продукты питания, такие как фрукты и овощи, поскольку в одних торговых точках цена может устанавливаться в зависимости от приобретаемого количества, а в других — по весу. Например, цена на перец может устанавливаться за единицу веса или за штуку независимо от размера. Цена на чеснок может устанавливаться за головку, дольку или единицу веса. Цена на различные виды ягод может устанавливаться за единицу веса или за корзинку, при этом корзины могут отличаться размерами и степенью заполнения. В подобных случаях необходимо внимательно относиться к описанию продукта. Регистраторы должны понимать, что очень важно каждый месяц собирать данные по одному и тому же продукту, чтобы регистрировать истинные изменения цены, а не изменения цены в зависимости от количества или качества продукта.

6.65. Применение портативных компьютеров для сбора информации о ценах в местах реализации дает больше возможностей для обеспечения гарантии качества как на месте сбора, так и в центральном учреждении, избавляя от некоторых недостатков, связанных с использованием бумажных форм. Сбор информации о ценах с помощью портативных компьютеров обсуждается ниже более подробно. Использование электронных форм, переносимых на дискетах или передаваемых по электронной почте, например, для централизованного сбора информации о ценах по крупной сети розничных магазинов, предоставляемой головным отделением сети, может оказаться более экономичным, чем отправка регистраторов цен по отдельным торговым точкам. Но в этом случае необходимо внимательно следить за тем, чтобы не было разброса цен между различными торговыми точками сети и чтобы принимались во внимание все специальные местные предложения. При наличии таких местных факторов воздействия необходимо точно их учитывать; в противном случае цены, регистрируемые для расчета индекса, могут вводить составителей в заблуждение.

6.66. Необходимо принять решение о том, следует ли помещать крупные сети розничных магазинов в отдельные страты (рассматривая в качестве элемента выборки всю сеть, а не отдельную торговую точку), или составлять выборку торговых точек из каждой сети (принимая, таким образом, за элемент выборки торговую точку из конкретной сети). Как правило, сеть розничных магазинов, которая не придерживается национальной ценовой политики, нельзя рассматривать как отдельный элемент выборки, однако можно ограничиться посещением только нескольких торговых точек этой сети, если считается установленным, что информация, собранная в каждой из таких точек, отражает цены сети

магазинов на обширной территории. В такой ситуации обычно обращаются к руководству головного отделения сети с просьбой подтвердить принципы своей ценовой политики и получить у него разрешение на сбор информации. Каждый год руководство, к которому снова обращаются за разрешением на продолжение сбора информации, должно подтвердить неизменность своей региональной ценовой политики. Собранным ценам присваивается вес, отражающий долю соответствующих продуктов на рынке, тем же способом, каким веса присваиваются централизованно собранным ценам в сети, где отсутствует разброс цен между отдельными торговыми точками. Проблемы, связанные с централизованным сбором информации у местных предприятий и торговых точек (например, по телефону персоналом национального статистического ведомства) и получением информации о ценах для сети розничных магазинов из головного отделения сети, обсуждаются ниже.

Порядок сбора данных на местах

6.67. Для того чтобы качество индекса цен не было дискредитировано в результате ошибок при сборе информации о ценах, необходимо разработать надлежащий порядок сбора данных на местах. Следует обеспечить тщательное планирование и руководство сбором информации, а регистраторы цен должны получить действенные инструкции и пройти соответствующую подготовку. Большая часть данных о ценах, вероятно, будет собрана регистраторами путем посещения отдельных торговых точек.

6.68. В некоторых случаях получение данных о ценах из одного источника может оказаться более эффективным, чем проведение обследований на местах.

...

Снижение цен

6.80. Один из принципов, применяемых за редким исключением (таким как затраты на жилищные услуги, производимые владельцами жилых помещений для собственного потребления) к составлению индексов потребительских цен, состоит в том, что в индекс следует включать только цены операций, то есть цены, фактически уплачиваемые отдельными лицами или домашними хозяйствами. Такая цена может отличаться от официально объявленной цены, если, например, потребителю предлагается дисконт. Однако на практике дискриминационные скидки, предоставляемые только ограниченной группе домашних хозяйств (в отличие от недискриминационных, предоставляемых всем), обычно исключаются по принципиальным соображениям. Например, дисконтные купоны

и вознаграждение за лояльность покупателей, учитывающие предыдущие расходы, как правило, игнорируются, при этом регистрируется цена без скидки. Также бывает нелегко выяснить уплаченную цену, если она установлена в результате отдельных торгов. Поэтому не должно вызывать удивления то, что, хотя приведенное общее правило выглядит простым, существует ряд ситуаций, требующих особого подхода либо по концептуальным соображениям, либо в связи с практическими трудностями. Приведенные ниже рекомендации отражают практические методы, принятые в ряде стран. Они не представляют собой некоего набора правил, поскольку процедуры, которым приходится следовать на практике, определяются конкретными условиями, которые могут быть различными в разных странах.

6.81. Дисконтные цены следует учитывать только в том случае, если они предоставляются любому потребителю без каких-либо специальных условий; в противном случае регистрируется цена без дисконтов или субсидий. В частности, общепринятой практикой является игнорирование дисконтных купонов и вознаграждений за лояльность покупателей. Однако необходимо с осторожностью подходить к интерпретации термина «общедоступный». Например, снижение цен за оплату путем прямого дебетования счета может учитываться в зависимости от того, какая часть потребителей имеет доступ и пользуется данной услугой. В последнем случае необходимо принять решение о том, какой порог доступа, выше которого данная операция включается в индекс, следует установить. В качестве другого подхода можно отдельно определять цену для каждого из различных способов оплаты (например, отдельно собирая данные об оплате электроэнергии наличными, путем прямого дебетования счета и предоплаты), а затем взвешивать их совместно, создавая единый индекс цен для данного продукта.

6.82. Дискриминация в ценах. Дисконты, доступные только ограниченной группе домашних хозяйств, следует игнорировать, поскольку они являются дискриминационными, если только не составляют значительную долю и доступны либо большей части всех хозяйств совокупности, либо четко идентифицируемым подгруппам, скидки которым предоставляются исходя из демографических или других характеристик и не требуют каких-либо действий со стороны рассматриваемых лиц во время совершения покупки. В последнем случае при составлении выборки для данной единицы их следует рассматривать с точки зрения стратификации или охвата. Здесь требуется некоторая субъективная оценка. В качестве примеров допустимой дискриминации в ценах можно привести более низкие цены, предлагаемые пенсионерам (например, проезд на транспорте или стрижка в парикмахерской со скидкой), и дисконты для людей, которые получают государственные пособия. Другая ситуация, когда цены не являются полностью

общедоступными и поэтому необходима субъективная оценка, возникает в том случае, когда для покупки в розничной торговой точке требуется уплата номинальных или символических членских взносов. В подобных случаях оплату такого членства, широко доступного для всех, необходимо рассматривать с учетом пороговых значений и общей структуры расходов потребителей, а также с учетом условий получения членства, которые могут иметь ограничительный характер (например, минимальный размер покупки). Удобство доступа к рассматриваемым торговым точкам также может быть актуальным фактором, если, например, на практике покупателям необходимо воспользоваться для этого индивидуальным автотранспортом.

6.83. Цены распродаж или специальных предложений следует регистрировать, если они представляют собой либо временное снижение цен на товары, которые, вероятно, снова будут продаваться по обычным ценам, либо относятся к категории распродажи для освобождения складов (таких как январские или летние распродажи). Однако прежде чем обозначить цену как «цена распродажи», следует удостовериться в том, что имеет место истинная продажа со снижением цены на нормальные запасы. Иногда запасы постоянно продаются по цене ниже рекомендуемой розничной цены или рекламируются в качестве специального предложения, даже если эти цены предлагаются в течение всего года. В подобных случаях цены не следует рассматривать в качестве цен распродажи, тем не менее они могут быть зарегистрированы. При специальной покупке товарных остатков, поврежденных, потерявших товарный вид или дефектных товаров цены обычно не следует принимать во внимание для расчетов индекса, поскольку маловероятно, что эти товары имеют такое же качество или сопоставимы с товарами, цена которых была определена ранее, и, кроме того, вряд ли появятся в продаже в будущем. Если специальное предложение предназначено только для первых покупателей, цена на продукт не принимается во внимание для расчетов индекса, поскольку данное предложение доступно не каждому потребителю. Специальные начальные предложения могут быть учтены, если они доступны всем. Однако в действительности, учитывая необходимость каждый месяц определять цены на продукты одной и той же корзины, такие специальные предложения не рассматриваются как репрезентативные, если только они не вводятся во время обновления корзины или в тот момент, когда необходимо выбрать замещающий продукт. Дисконты на товары, срок хранения которых заканчивается, следует игнорировать или учитывать как изменения спецификации или качества.