

## **Обзор опыта наблюдения цен на товары сезонного характера в странах СНГ**

Во исполнение рекомендаций совещания специалистов статистических служб стран СНГ по статистике цен, состоявшегося 18-20 октября 2016 г. в г. Минске (Республика Беларусь) Статкомитет СНГ разработал и направил в статистические службы стран СНГ краткий вопросник «Опыт наблюдения цен на товары сезонного характера в странах СНГ». На основе полученных ответов сформирован краткий обзор опыта наблюдения цен на товары сезонного характера.

Большинство статистических служб в рамках методологических рекомендаций по организации статистического наблюдения за **ценами на потребительские товары и услуги** имеют специальный раздел по учету сезонных товаров с целью устранения воздействия сезонных факторов на индекс потребительских цен.

Значительная доля сезонных товаров приходится на плодоовощную продукцию, для которой в большинстве стран оговорены конкретные сроки (периоды в течение года), когда осуществляется регистрация цен. Составлен для каждого конкретного товара график регистрации цен с учетом времени появления товара на рынке и времени исчезновения товара. При этом для исключения резких скачков цен, как правило, регистрации не подлежит цена первого появления товара, поскольку по этой цене реализуется незначительные объемы товара.

В целях обеспечения качественной сбалансированности ИПЦ, для товаров, сезонно отсутствующих на рынке (в межсезонный период) формируется вмененная оценка на основе т.н. метода «сезонного сглаживания».

Кроме плодоовощной продукции ярко выраженный сезонный характер имеют отдельные виды одежды и обуви. Для этих товаров также применяется метод «сезонного сглаживания». В этих целях на отсутствующий товар применяется либо условно исчисленная цена, либо сохраняется цена последней регистрации.

К сезонным товарам относятся также отдельные виды товаров для спорта и туризма, отдельные виды топлива, а также такие виды услуг как отопление, услуги международного туризма, услуги высшего и среднего образования, услуги горячего водоснабжения, ритуальные услуги.

Для более детального изучения опыта учета сезонных товаров в индексе потребительских цен в отдельных странах в Приложении №1 приводятся ссылки на методологические указания и сайты национальных статистических служб.

Порядок учета сезонного фактора при расчете **индексов цен производителей сельскохозяйственной продукции** так же, как и при расчете индекса потребительских цен, в большинстве стран изложен в методологических указаниях по расчету индексов цен производителей сельскохозяйственной продукции.

В период отсутствия сезонных товаров производителей сельскохозяйственной продукции большинство статистических служб применяет метод расчета условной цены. При кратковременном (межсезонном) исчезновении продукции может использоваться цена последней реализации (без изменения). При более длительном отсутствии товара рассчитывается условная цена путем умножения цены реализации за последний период на индекс цен сложившийся на группу аналогичных товаров-представителей.

Применение специальных моделей, процедур и программного обеспечения (таких как ARIMA, TRAMO/SEATS, DEMETRA) для нейтрализации фактора сезонности и повышения качества сезонной корректировки при расчете индексов цен изложено в материалах Статкомитета СНГ «Методологические рекомендации по формированию системы индексов цен производителей сельскохозяйственной продукции в условиях сезонного производства и использования (переработки)», которые размещены на сайте Статкомитета СНГ в разделе «Статистика цен».

**Наиболее интересное и качественное описание опыта наблюдения цен на товары сезонного характера** предоставили статистические службы Азербайджана, Армении, Кыргызстана и Таджикистана. Интересное описание предоставлено также статистическими службами Беларуси и Казахстана, которое охватывает всю плодоовощную продукцию, учитываемую в индексе потребительских цен и индексе цен производителей сельскохозяйственной продукции, вне зависимости от периода наблюдения цен в течение года. Эти описания также приводятся в приложении.