

Об утверждении Методики построения индекса цен оптовых продаж

Приказ и.о. Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 16 февраля 2016 года № 36. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 15 марта 2016 года № 13452.

В соответствии с подпунктом 5) статьи 12 Закона Республики Казахстан от 19 марта 2010 года "О государственной статистике", и подпунктом 258) пункта 17 Положения о Министерстве национальной экономики Республики Казахстан, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 24 сентября 2014 года № 1011

, ПРИКАЗЫВАЮ:

Сноска. Преамбула - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

1. Утвердить прилагаемую Методику построения индекса цен оптовых продаж.

2. Управлению статистики цен совместно с Юридическим управлением Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан обеспечить в установленном законодательством порядке:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) в течение десяти календарных дней после государственной регистрации настоящего приказа направление его копии на официальное опубликование в периодических печатных изданиях и информационно-правовой системе "Эділет";

3) направление в печатном и электронном виде в течение пяти рабочих дней со дня получения зарегистрированного приказа в Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения "Республиканский центр правовой информации" для включения в Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан;

4) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсах Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан.

3. Управлению статистики цен Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан довести настоящий приказ до структурных подразделений и территориальных органов Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан для руководства и использования в работе.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан (Джаркинбаев Ж.А.).

5. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней со дня его первого официального опубликования.

Исполняющий обязанности

Председателя Комитета по
статистике Министерства
национальной экономики
Республики Казахстан

Б. Иманалиев

Утверждена
приказом исполняющего
обязанности Председателя
Комитета по статистике
Министерства национальной
экономики Республики Казахстан
от 16 февраля 2016 года № 36

Методика построения индекса цен оптовых продаж

Глава 1. Общие положения

Сноска. Заголовок главы 1 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

1. Настоящая Методика построения индекса цен оптовых продаж (далее – Методика) относится к статистической методологии, формируемой в соответствии с международными стандартами и утверждаемой в соответствии с Законом Республики Казахстан от 19 марта 2010 года "О государственной статистике" (далее – Закон).

2. Методика определяет основные аспекты и методы общегосударственного статистического наблюдения за уровнем цен оптовых продаж, охват и систему классификаций, отбор обследуемых выборочных совокупностей, формирование весовых составляющих и расчет индексов цен различного уровня агрегирования.

3. Настоящая Методика применяется Комитетом по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан и его территориальными органами при проведении общегосударственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж товаров, продукции и построении индекса цен оптовых продаж.

4. Методика разработана с учетом принципов и рекомендаций "Руководства по индексу цен производителей: теория и практика", подготовленного Международной организацией труда, Международным Валютным Фондом, Организацией

экономического сотрудничества и развития, Статистическим бюро Европейских сообществ, Европейской экономической комиссией Организации Объединенных Наций и Всемирным банком.

5. Индекс цен оптовых продаж характеризует изменение цен на товары (продукцию), предназначенные для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Целью построения индекса цен оптовых продаж является измерение величины изменения цен на товары (продукцию), реализуемые субъектами оптовой торговли.

Индекс цен оптовых продаж учитывает операции по продаже товаров (продукции) отечественного производства и поступивших по импорту, позволяющие определять различия в тенденциях изменения цен на товары (продукцию) различных стран производителей.

6. Данные об изменении цен оптовых продаж используются:

1) в качестве дефлятора переоценки объемов оптовой торговли и сектора внутренней торговли в системе национального счетоводства;

2) для расчета индекса физического объема оптового товарооборота;

3) для осуществления экономического мониторинга, анализа рынка производства и реализации конкретных товаров, продукции.

7. В настоящей Методике используются понятия в значениях, определенных в Законе, и следующие определения:

1) агрегированный индекс цен – относительный показатель, который характеризует изменение цен по отдельной подгруппе, группе или изучаемому явлению в целом и формируется на основе индивидуальных индексов цен;

2) агрегирование – объединение экономических показателей низкого уровня в более крупные совокупности на всех последующих уровнях;

3) регистрация цен – сбор первичных статистических данных о ценах (тарифах) на товары и услуги при проведении общегосударственных статистических наблюдений;

4) базовый объект – юридическое лицо, отобранное для наблюдения и регистрации в нем цен. Выборочная совокупность базовых объектов должна отвечать основному требованию – репрезентативному представлению в географическом и отраслевом разрезах;

5) спецификации – описание или перечень характеристик, которые используются для идентификации отдельного товара, отбираемого для регистрации цен;

6) индивидуальный (элементарный) индекс цен – изменение цен одного элемента изучаемой совокупности (конкретного товара, услуги);

7) классификация – разделение множества объектов на группы по сходству или различию в соответствии с принятыми признаками;

8) импутация – процесс замены пропущенных, некорректных или несостоятельных значений другими значениями;

9) вес индекса – это величина, отражающая значимость каждого индивидуального элемента в их общей совокупности;

10) вид деятельности – процесс создания однородного набора продукции (товаров и услуг), характеризующих наиболее разукрупненные категории классификации видов деятельности. Основным видом деятельности юридического лица – вид деятельности, добавленная стоимость которого превышает добавленную стоимость любого другого вида деятельности, осуществляемого юридическим лицом. Вторичный вид деятельности юридического лица – вид деятельности, который осуществляется помимо основного с целью производства продукции (работ, услуг) для третьих лиц;

11) товар-представитель – определенный вид товара в товарной группе, который отличается незначительными особенностями (детальями), не влияющими на качество и основные потребительские свойства товаров и однородны по своему потребительскому назначению;

12) взвешивание – процедура, применяемая в индексных расчетах для получения сводных показателей и обеспечивающая соизмеримость разных товаров, непосредственно не поддающихся суммированию;

13) схема взвешивания – совокупность весов конкретных видов продукции (товаров), услуг, определенная по всем степеням агрегации согласно стандартной классификации;

14) торговая скидка – скидка с цены товара, предоставляемая продавцом покупателю в связи с условиями внешнеторговой сделки и в зависимости от текущей конъюнктуры рынка;

15) торговая надбавка – элемент цены продавца, обеспечивающий ему возмещение затрат по продаже товаров и получение прибыли;

16) выборка – отдельные позиции из утвержденных классификаторов, номенклатур и справочников, используемые при сборе и обработке статистических данных.

Сноска. Пункт 7 с изменениями, внесенными приказами Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 20.06.2019 № 2 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Глава 2. Охват и система классификации

Сноска. Заголовок главы 2 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

8. Определение сферы охвата индекса цен и установление предельных границ или рамок выборки общегосударственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж товаров, продукции зависит от конечной цели составления индекса и основного направления его использования.

Для индекса цен оптовых продаж определяются рамки экономического, географического и отраслевого охвата, статистические единицы наблюдения (категории базовых объектов).

9. Экономическая сфера индекса цен оптовых продаж характеризуется охватом операций, по которым осуществляются ценовые сделки купли-продажи оптовых партий продукции, товаров.

Конечной целью хозяйственной деятельности любого предприятия является нахождение выгодного экономического пространства для реализации произведенной продукции, товаров. Производители осуществляют реализацию продукции, товаров через собственную систему сбыта и используя услуги посредников. Организация оптовой торговли подразделяется на торговлю за вознаграждение (или на договорной основе) и от собственного имени.

Оптовая торговля за вознаграждение осуществляется комиссионными агентами и другими посредниками, которые совершают сделки от имени фирм и других лиц, не устанавливая цены на реализуемые товары, работают за комиссионное вознаграждение.

Торговую деятельность от собственного имени ведут самостоятельные субъекты оптовой торговли. Они приобретают товары, продукцию в собственность, получают прибыль от их реализации и обладают самостоятельностью в вопросах установления маркетинговой системы продаж и ценообразования.

Экономической сферой охвата индекса цен оптовых продаж являются сделки, совершаемые только самостоятельными хозяйствующими субъектами оптовой торговли, что отражает реальные тенденции изменения цен.

10. В рамках географического охвата для построения индекса цен оптовых продаж обследуются оптовые торговые объекты во всех регионах республики. Региональные индексы имеют особую значимость из-за различий ассортимента оптовых рынков и существования межрегиональных различий в ценах на однородные разновидности реализуемых товаров, продукции.

Географический охват предусматривает учет торговых объектов, размещающихся как в зонах производства товаров, так и в центрах их массового потребления. В число базовых включаются объекты, осуществляющие оптовые продажи на данной территории региона по месту их нахождения независимо от места регистрации юридического лица.

11. Отраслевой охват индекса цен оптовых продаж учитывает изменение цен на товары, продукцию, реализуемые оптовыми торговыми объектами, относящимися к следующим видам экономической деятельности:

1) оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт. В этом виде деятельности в наблюдение за ценами включаются оптовые продажи новых и бывших в употреблении транспортных средств (легковые и грузовые автомобили), колесных тягачей, запчастей и аксессуаров для автомобилей;

2) оптовая торговля, за исключением автомобилей и мотоциклов. В этом виде деятельности в наблюдение за ценами включаются оптовые продажи сельскохозяйственного сырья, продуктов питания, древесины, строительных материалов, машин, оборудования, химических товаров, текстильных изделий, табачной продукции и других товаров.

Наблюдением охватываются две категории самостоятельных хозяйствующих субъектов:

1) субъекты, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности;

2) субъекты различных отраслей экономики, для которых оптовые продажи являются вторичным видом деятельности.

12. Классификационная система является основой для формирования выборки, определяет структуру индекса и какие товары, продукция им охватываются.

Существуют стандартные статистические классификации, применение которых позволяет получить содержательные ряды данных, пригодные для использования и сопоставимые на международном уровне.

Основными стандартными статистическими классификациями, используемыми для построения индекса цен оптовых продаж, являются:

1) для определения видов экономической деятельности и классов услуг оптовой торговли - классификация продукции по видам экономической деятельности;

2) для определения видов услуг оптовой торговли - статистическая классификация услуг внутренней торговли;

3) для определения видов, подвидов товаров, продукции:

статистическая классификация промышленной продукции (товаров, услуг);

статистическая классификация продукции (услуг) сельского, лесного и рыбного хозяйства;

статистическая классификация услуг.

Для обеспечения ценовой оценки товары, продукция оптовой торговли подразделяются на:

1) потребительские товары, в том числе продовольственные (продукты питания, напитки, табачные изделия) и непродовольственные (автомобили пассажирские, текстильные изделия, товары бытового назначения, фармацевтическая продукция и другое);

2) продукцию промежуточного потребления - товары и услуги, используемые в целях производства других товаров и услуг (зерно, лесоматериалы и строительные материалы, металлопродукция, топливо, химические товары и другое);

3) средства производства - машины, оборудование (автомобили грузовые, шины, компьютерное оборудование, офисная и сельскохозяйственная техника и другое).

Сноска. Пункт 12 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

13. На основе статистических классификаций и с учетом специализации оптовой торговли каждого региона формируются региональные перечни видов, подвидов товаров, продукции, являющиеся основой статистического наблюдения за ценами и составляющие структуру индекса цен оптовых продаж для них.

Сноска. Пункт 13 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Глава 3. Отбор базовых объектов

Сноска. Заголовок главы 3 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

14. Общегосударственное статистическое наблюдение за ценами оптовых продаж осуществляется по выборочной совокупности базовых объектов.

Базовым объектом в сфере оптовой торговли считается торговый объект, имеющий на праве собственности товары и осуществляющий их покупку с целью последующей перепродажи, а также оказывающий услуги по организации оптового оборота товаров.

Базовые объекты организуют приемку, сортировку, хранение, отпуск товаров покупателям, оказывают покупателям различные услуги: по подготовке продукции к потреблению, коммерческо-информационные, транспортные, транспортно-экспедиционные, лизинговые и другие. К ним относятся дистрибьюторы, совместные фирмы, ассоциации, товарные склады, закупочные конторы, базы, магазины и рынки, ведущие торговлю крупными и мелкими партиями товаров.

15. Генеральной совокупностью для выборки базовых объектов оптовой торговли являются данные статистического бизнес-регистра и первичные статистические данные обследования субъектов внутренней торговли, представляющих информацию об объемах оптовых продаж.

16. Отбор базовых объектов производится методом основного массива, при котором обследованию подвергаются наиболее значимые единицы изучаемой совокупности. Преимуществом данного метода является получение данных, характеризующих генеральную совокупность на основании детального обследования отдельных единиц, осуществление обработки информации и формирования результатов в более короткие сроки и с наименьшими затратами ресурсов.

В структуре действующих субъектов оптовой торговли доля крупных и средних, включенных в выборку, составляет более 60 процентов, остальная часть приходится на малые. Из-за подверженности малых субъектов оптовой торговли частой смене форм собственности, профиля специализации оптовой торговли и ассортимента товаров, продукции, предпочтение при отборе отдается крупным и средним субъектам оптовой торговли.

17. Основными критериями включения субъекта оптовой торговли в выборку являются:

1) масштабность – охват субъектов различных форм, видов собственности и организационно-правовых форм;

2) различная специфика оптовой торговли (универсальная или специализированная) и широта ассортимента товаров, продукции (широкая, ограниченная и узкая);

3) регулярные торговые сделки в течение отчетного года;

4) реализация видов товаров, продукции отечественного и импортного производства;

5) действующая маркетинговая система установления цен в зависимости от объемов поставки.

18. Оптимальный объем выборки достигается, если отобранные базовые объекты обеспечивают максимально возможный охват основных групп, классов, видов, подвидов товаров, продукции, определенных для обследования.

19. Выборочное наблюдение предусматривает ежегодную актуализацию и пересмотр отобранных базовых объектов в зависимости от инфраструктуры оптового рынка.

Актуализация осуществляется на основе анализа первичных статистических данных об объемах услуг оптовых продаж. В список базовых объектов включаются новые субъекты, имеющие регулярные объемы оптового товарооборота и отвечающие критериям отбора, указанным в пункте 17 настоящей Методики. Под пересмотром понимается преднамеренная замена наблюдаемого базового объекта на аналогичный со схожей товарной специализацией и условиями оптовой деятельности.

В течение отчетного года в выборку включаются новые субъекты оптовой торговли, предварительно анализируемые на соответствие действующим критериям отбора, приведенным в пункте 17 настоящей Методики.

Глава 4. Отбор товаров, продукции

Сноска. Заголовок главы 4 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

20. Общегосударственное статистическое наблюдение за ценами оптовой торговли осуществляется по выборочной совокупности товаров, продукции. Формирование выборки осуществляется в три этапа и на каждом используются определенные критерии для отбора.

На первом этапе определяется макроструктура услуг оптовой торговли, объединенная в классы услуг.

На втором этапе отбираются виды, подвиды товаров, продукции, относящихся к определенному классу услуг оптовой торговли. Отобранные для ценового наблюдения классы услуг оптовой торговли отражают основные направления оптовых продаж в республике, а виды, подвиды товаров, продукции – их состав, как основу товарооборота. Первый и второй этапы формирования выборки осуществляются централизованно.

На третьем этапе отбираются конкретные позиции, ассортиментный состав, отражающий региональную дифференциацию оптового рынка и имеющий ценовую информацию по различным странам производства.

21. Для отбора классов услуг оптовой торговли используются данные общегосударственного статистического наблюдения об объемах оптовых продаж за определенный год, выбранный в качестве базового для построения схемы взвешивания.

Для включения в выборку классы услуг оптовой торговли анализируются на предмет соответствия целям статистического наблюдения. Задачей ежемесячного обследования цен оптовых продаж является построение индексов цен, имеющих непрерывный динамический ряд в течение нескольких лет. Выборкой не охватываются классы, товародвижение в которых в течение года носит ярко выраженный сезонный (временный) или эпизодический характер.

22. Для отбора видов, подвидов товаров, продукции оптовой торговли используются данные общегосударственного статистического наблюдения об объемах оптовых продаж за текущий год и год, предшествующий отчетному.

Подходы к отбору видов, подвидов товаров, продукции зависят от особенностей товарной группы – широты ассортимента и регулярности продажи на оптовом рынке.

Отбираются виды, подвиды товаров, продукции, имеющие более 50 процентов региональной представительности.

Среди товаров массового спроса применяется способ типического отбора, критерием которого является степень преобладания вида, подвида товара, продукции в общем объеме данного класса услуг оптовой торговли.

Среди товаров не массового спроса и специфических их видов, наряду с включением типичных представителей, используется целенаправленный отбор.

При выборке видов, подвидов товаров, продукции, относящихся к средствам производства и сырью для промежуточного потребления, учитывается фактор гомогенности входящих в них товаров, продукции. Отбираются виды и подвиды, конкретные разновидности в которых обладают свойством однородности по назначению и идентичности единиц измерения.

Во всех товарных группах обязательно отбираются виды, подвиды товаров, продукции, представленные на оптовом рынке товарами импортного производства, независимо от величины их товарооборота.

23. На основе отобранных классов услуг оптовой торговли и подобранных к ним видам, подвидам товаров, продукции определяется региональный перечень для ценового наблюдения, отражающий специализацию оптовой торговли каждого из регионов республики.

24. По каждому виду, подвиду товаров, продукции определяются конкретные товары-представители, по которым представляется информация о ценах оптовых продаж.

Обследуются товары-представители с неизменными качественными спецификациями, определенного размера оптовой партии поставки, при одинаковых условиях их продажи и оплаты. К спецификациям отобранного для наблюдения товара-представителя относятся: марка, сорт, модель, размер и вес, упаковка, тип потребителя и другое.

25. Товары-представители отбираются согласно следующим критериям:

1) отражают внутривидовые и ассортиментные особенности того или иного вида товара, продукции;

2) представляют наиболее массовые оптовые партии продажи данного вида товара, продукции (более 30 процентов общего объема продаж);

3) имеются в продаже в течение продолжительного времени и характеризуются высокой скоростью товарообращения;

4) доступны с точки зрения сбора ценовой информации и обеспечивают минимизацию существующей вариации цен между одноименными разновидностями.

По каждому виду, подвиду товаров, продукции регионального перечня подбираются не менее 3-5 разновидностей товаров-представителей, к примеру:

1) вид продукции – "Куры, индейки, утки, гуси и цесарки свежие, охлажденные, мороженые, части тушек";

2) товары-представители:

бедро куриное охлажденное, на подложке, производитель Усть-Каменогорская птицефабрика, Республика Казахстан (далее – РК);

бедро куриное замороженное, вакуумная упаковка 500 грамм, производитель Россия;

голень куриная замороженная, вакуумная упаковка 500 грамм, производитель РК и производитель Россия;

грудки куриные, замороженная, вакуумная упаковка 500 грамм, производитель РК и производитель Украина;

филе утки, замороженная, вакуумная упаковка 500 грамм, производитель Китай.

26. Определенный для ценового наблюдения набор товаров-представителей остается неизменным в течение отчетного года. В случаях невозможности наблюдения по уже отобранным товарам-представителям, допускается включение новых товаров-представителей внутри вида, подвида товара, продукции. Новые товары-представители должны быть той же страны производства, что и выбывшие, иметь близкие по характеристикам спецификации и незначительно отличаться по уровню цены (отклонение не более 10 процентов).

Глава 5. Регистрация цен

Сноска. Заголовок главы 5 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

27. Регистрация цен оптовых продаж осуществляется на ежемесячной основе путем заполнения базовыми объектами статистической формы общегосударственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж (поставок) товаров, продукции и представления в органы государственной статистики.

Сноска. Пункт 27 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

28. Основанием для заполнения статистической формы общегосударственного статистического наблюдения являются документы (счета-фактуры, договора, платежные поручения и иные документы бухгалтерского учета), а также утвержденные прайс-листы.

Сноска. Пункт 28 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

29. При регистрации в состав оптовой цены не включаются стимулирующие скидки и надбавки, используемые для привлечения потребителей и их стимулирования с целью увеличения товарооборота и ускорения товарообращения.

Основными средствами стимулирования потребителей являются:

- 1) предоставление скидок с цены за объемы (кумулятивные, некумулятивные скидки);
- 2) предоставление скидок за включение нового товара в закупаемый ассортимент (старый товар плюс образец нового бесплатно);
- 3) скидка-сконто со стоимости товара при расчете за него до наступления срока платежа;
- 4) предоставление дистрибьюторских скидок и другое.

Стимулирование покупателей товаров промышленного назначения осуществляется за счет предложения к товару поставки запасных частей, монтажа, наладки, ремонта оборудования, гарантийного и послегарантийного обслуживания, приема износившегося оборудования, обучения персонала и другое.

30. Регистрация цен осуществляется дифференцированно в зависимости от размера оптовой поставки товара-представителя:

- 1) стандартный опт – наиболее типичная, стандартная по объему поставки оптовая партия;
- 2) крупный опт – наиболее крупная по объему поставки оптовая партия;
- 3) мелкий опт – наиболее мелкая по объему поставки оптовая партия.

31. Регистрируются цены на товары-представители по каналам поставки различных производителей республики (далее - канал РК), Содружества Независимых Государств (далее - канал СНГ) и других стран (далее - канал вне СНГ). Страна производителя определяется согласно маркировке изготовителя на упаковке товара-представителя.

Для обеспечения сопоставимости в графе "характеристика" статистической формы общегосударственного статистического наблюдения указывается конкретный город страны производителя, а также определенный завод, фабрика.

Сноска. Пункт 31 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

32. Регистрируются цены за установленную стандартную единицу измерения. В случаях, когда товары-представители имеют другую единицу измерения при продаже, цены пересчитываются, а расфасовка является элементом спецификации товара-представителя.

33. Для отражения "чистого" изменения цены в течение отчетного года регистрация осуществляется на сопоставимые виды товаров-представителей. Не являются сопоставимыми цены на товары-представители:

- 1) разных поставщиков в пределах одного канала поставки (страны СНГ – производитель Беларусь или производитель Россия);
- 2) разных партий поставки (стандартный опт или мелкий опт);
- 3) с измененными условиями оплаты их поставки (оплата наличными или предварительное перечисление) и сроков поставки (немедленно или через один-два месяца).

Не подлежат регистрации:

- 1) максимально высокие и демпинговые (низкие) цены, устанавливаемые, при сделках разового характера;
- 2) цены на товары, продукцию, предлагаемые на конкурсах, лотереях с целью побуждения к увеличению объемов закупок;
- 3) усредненные цены на товарную группу без указания их спецификаций. Изменение цен в этих случаях вызвано изменением ассортимента товаров-представителей в группе;
- 4) низкие цены на товары-представители в связи с истечением срока их годности или его приближением.

34. В целях выявления и устранения необоснованного изменения цен на товары-представители проводится логический контроль ценовой информации:

1) между партиями поставки:

- цены при крупном опте меньше или равны ценам при стандартном опте и значительно меньше, чем при мелком опте;
- цены при мелком опте больше или равны ценам при стандартном опте и значительно больше, чем при крупном опте.

2) между аналогичными товарами-представителями у различных базовых объектов одного региона;

3) между одноименными товарами-представителями согласно устоявшимся ценовым пропорциям в зависимости от качества. Логически верно, что молоко 6 процентов жирности дороже молока 3,2 процента жирности, бензин АИ-95 дороже бензина АИ-80 и тому подобное;

4) между аналогичными видами, подвидами и разновидностями товаров-представителей у отечественных предприятий-производителей промышленной, сельскохозяйственной продукции и в розничной торговле. Уровень цен у предприятий-производителей ниже, чем уровень цен оптовых продаж, за счет отсутствия в составе цены производителя налога на добавленную стоимость, а уровень цен розничной торговли – выше, за счет добавления к оптовой цене торговой наценки магазина и транспортных расходов.

35. При регистрации цен оптовых продаж встречаются случаи непредставления информации на отдельные товары-представители из-за временного отсутствия их в продаже. В течение отчетного года для обеспечения непрерывности динамического

ряда индексов цен осуществляется замещение цен на временно отсутствующие товары-представители путем использования "условных" цен.

Применяются следующие методы замещения:

- 1) использование "условной" цены, равной цене предыдущего месяца;
- 2) использование "условной" цены, скорректированной на изменение цен по этим же товарам-представителям, но другой партии поставки или страны производства;
- 3) использование "условной" цены, скорректированной на изменение цен на аналогичные товары-представители других базовых объектов.

При построении индекса цен оптовых продаж используется первый метод замещения, основанный на факте продажи товаров, продукции и достоверно отражающий их ценовые изменения.

Использование "условной" цены на уровне цены предыдущего месяца осуществляется до следующего факта продажи товара-представителя. В случаях невозможности регистрации цены на товар-представитель более трех месяцев, применяется процедура замены старой разновидности товара новым товаром-представителем в базовом объекте.

36. По отдельным видам, подвидам товаров, продукции, по которым трудно провести различие между оптовой и розничной продажей, допускается регистрация цен розничной торговли. К таким видам товаров, продукции относятся:

- 1) автомобили;
- 2) радио и телевизионная аппаратура;
- 3) товары электрические бытовые мелкие и крупные;
- 4) компьютеры, машины вычислительные цифровые портативные;
- 5) оборудование периферийное (принтеры, клавиатура и другое);
- 6) оборудование и машины офисные и другое.

Оптовые цены на эти товары определяются экспертным путем: регистрируется розничная цена, из нее исключается величина розничных надбавок и транспортных расходов, размер которых уточняется у консультантов-продавцов в базовом объекте наблюдения. При расчете из розничной цены первично исключается торговая надбавка, затем из промежуточного результата вычитаются транспортные расходы. Если розничная цена составляет 23 546 тенге, торговая надбавка 20 процентов, транспортные расходы 15 процентов, то оптовая цена определяется: $(23\ 546 / 1,20) / 1,15 = 17\ 062$ тенге.

Глава 6. Веса индекса

Сноска. Заголовок главы 6 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в

действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

37. Построение индекса цен оптовых продаж предусматривает формирование схемы взвешивания, отражающей структуру оптового товарооборота. С использованием схемы взвешивания рассчитываются средние цены по видам, подвидам товаров, продукции и агрегированные индексы цен по региону и республике в целом.

Формирование схемы взвешивания для индекса цен оптовых продаж осуществляется на основе среднегодовых данных о стоимости услуг оптовой торговли за определенный базовый год. Схема взвешивания формируется централизованно отдельно по каждому региону и в целом по республике.

38. Для формирования схемы взвешивания составляется "Справочник дополнительных весовых составляющих" (далее – СПРдвс). Его необходимость обусловлена выборочным методом ценового обследования сферы услуг оптовой торговли, применяемым при сборе первичных данных.

В СПРдвс определяются удельные веса товаров, продукции в каждом обследуемом классе услуг оптовой торговли. Для этого стоимость по полному набору товаров, продукции оптовых продаж перераспределяется по видам товаров, продукции, отобранным для ценового наблюдения. При перераспределении учитываются первоначально сложившиеся структурные пропорции. По перераспределенной стоимости видов, подвидов товаров, продукции находится их удельный вес в соответствующем классе услуг оптовой торговли.

В отдельных случаях для определения удельных весов СПРдвс используются другие информационные потоки. Удельный вес оптовых продаж некоторых продовольственных товаров определяется исходя из потребительских расходов населения на них, для разделения группы услуг оптовых продаж по видам нефтепродуктов используется структура их производства отечественными промышленными предприятиями.

В СПРдвс также фиксируется доля каналов поставки стран СНГ и стран вне СНГ в объеме оптовых продаж. Доли определяются по данным о структуре импорта в республику товаров различных стран.

39. Процесс построения схемы взвешивания включает:

1) определение предварительной стоимости по классам услуг оптовой торговли и по видам, подвидам товаров, продукции;

2) корректировка стоимости по классам услуг оптовой торговли и по видам, подвидам товаров, продукции в регионах;

3) формирование окончательных стоимостей по классам услуг оптовой торговли, видам, подвидам товаров, продукции.

40. Определение предварительной стоимости по классам услуг оптовой торговли осуществляется на основе заполнения данных по классам услуг оптовой торговли,

отобранным для наблюдения. Стоимость по неохваченным ценовым обследованием классам услуг оптовой торговли объединяется с отобранными, исходя из их однородности по назначению, или пропорционально перераспределяется. Согласно долям стран в СПРдвс стоимость оптовой торговли импортными товарами распределяется на стоимость оптовых продаж товаров стран СНГ и стран вне СНГ.

Найденные стоимости по классам услуг оптовых продаж различаются по регионам, зависят от специализации и сложившейся структуры оптового товарооборота в регионе

Определение предварительной стоимости по видам, подвидам товаров, продукции осуществляется путем распределения стоимостей классов услуг оптовой торговли и стран производства по входящим в класс видам, подвидам товаров, продукции согласно их удельному весу в СПРдвс.

На данном этапе предварительные стоимости по видам, подвидам товаров, продукции не отражают региональную специализацию из-за применения единых для всех регионов удельных весов СПРдвс и использования единого отобранного перечня видов, подвидов товаров, продукции.

41. Для формирования стоимостей по видам, подвидам товаров, продукции предварительные стоимостные данные каждого региона приводятся в соответствие с отобранным региональным перечнем видов, подвидов товаров, продукции.

Корректировка или добавление стоимости осуществляется по каждой входящей товарной позиции по графам, соответствующим стране производства – РК, страны СНГ, страны вне СНГ.

При удалении стоимости по одному из каналов данные пропорционально распределяются между оставшимися каналами, с тем, чтобы исключенная стоимость не нарушила сложившиеся структурные пропорции.

С учетом проведенной корректуры, определяется окончательная стоимость по видам, подвидам товаров, продукции и пересчитываются итоговые позиции региональной схемы взвешивания. По тем позициям, где предусмотрена стоимость, осуществляется ценовое наблюдение.

42. Формирование схемы взвешивания по республике производится:

1) на уровне видов, подвидов товаров, продукции – как суммы стоимостей по регионам;

2) на уровне классов, групп, разделов услуг оптовой торговли – как суммы входящих, последовательно по всем ступеням агрегации.

43. Сформированная схема взвешивания применяется в течение нескольких лет. Полная замена схемы взвешивания осуществляется по мере значительных структурных изменений оптового товарооборота настоящего времени и периода, используемого за базовый.

Схема взвешивания пересматривается на предстоящий отчетный год в случаях необходимости подключения для обследования новых видов услуг оптовой торговли и существенном пересмотре ранее отобранных видов, подвидов товаров, продукции в регионах. Одновременно переформируется СПРдвс.

Глава 7. Расчет средних цен и индексов цен

Сноска. Заголовок главы 7 - в редакции приказа Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК от 08.09.2020 № 36 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

44. Расчет индекса цен оптовых продаж включает следующие этапы:

1 этап – определение средних цен по региону по товарам, продукции по различным каналам поставки и по республике по товарам, продукции по различным каналам поставки;

2 этап – определение индивидуальных индексов цен на товары, продукцию отчетного периода к предыдущему месяцу по региону и республике;

3 этап – определение агрегированных индексов цен на продукцию отчетного периода к предыдущему месяцу по каждой ступени агрегации;

4 этап – определение индивидуальных и агрегированных индексов цен отчетного периода ко всем остальным периодам сравнения (декабрю предыдущего года, соответствующему месяцу, кварталу, периоду предыдущего года).

45. Средние цены по региону по товарам, продукции по каналу РК, СНГ и вне СНГ определяются по формуле средней геометрической:

$$\overline{P}_{jt} = \sqrt[K]{P_1 \times P_2 \times \dots \times P_K}$$

(1)

где,

$$\overline{P}_{jt}$$

– средняя цена по товару, продукции j в отчетном периоде t ,

$$P_1 \times P_2 \times \dots \times P_K$$

– цены на товары-представители (котировки цен) по товару, продукции j в отчетном периоде n ;

$$K$$

– количество цен (котировок цен).

При расчете средней цены во внимание принимается равенство количества котировок цен в сравниваемых периодах.

Исчисленные средние цены по регионам не считаются репрезентативными, отражающими уровень цен всей совокупности изучаемого явления, если они формируются из цен менее чем трех различных базовых объектов, отчитавшихся в отчетном периоде.

В этих случаях, средние цены оптовых продаж по региону в отчетном периоде не публикуются, но используются для дальнейших расчетов средних цен по республике и индексов цен.

46. Средние цены по республике по товарам, продукции формируются как средневзвешенная величина из уровня цен по регионам и их весов (стоимостей).

Расчет осуществляется в следующем порядке:

1) определяется средневзвешенная цена по каждому каналу – РК, СНГ и вне СНГ:

$$P_{wj} = P_j \times W_j$$

(2)

где,

P_{wj} – средневзвешенная цена по позиции j ;

P_j – цена, соответственно, по РК, СНГ и вне СНГ по позиции j ;

W_j – вес (стоимость), соответственно, по РК, СНГ и вне СНГ по позиции j .

2) полученные средневзвешенные цены суммируются;

3) средняя цена по республике находится делением суммы средневзвешенных цен на сумму весов базисного периода:

$$P_j = \frac{\sum P_{wj}}{\sum W_j}$$

(3)

где,

P_j – средняя цена по республике по позиции j ;

$$\sum P_{wj}$$

– сумма средневзвешенных цен по позиции j ;

$$\sum W_j$$

– базисный вес (стоимость) по позиции j .

47. Индивидуальный индекс цен по товару-представителю является простой относительной величиной сравнения фактической цены оптовых продаж базовым объектом каждого вида товара, продукции в текущем и предыдущем периоде:

$$I_p = \frac{P_t}{P_{t-1}},$$

(4)

где,

I_p

– индивидуальный индекс цен;

P_t

– цена товара-представителя в отчетном периоде t ;

P_{t-1}

– цена товара-представителя в предыдущем периоде $t-1$.

Индивидуальный индекс цен по товарам, продукции по региону рассчитывается по формуле Джевонса, как соотношение невзвешенных средних геометрических цен двух периодов:

$$I_j = \frac{\sqrt[k]{\prod_{j=1}^k p_t}}{\sqrt[k]{\prod_{j=1}^k p_{t-1}}}$$

(5)

где,

i – индивидуальные индексы;

$t, t-1$ – соответственно, отчетный и предыдущий периоды сравнения;

p_t, p_{t-1} – цена за единицу товара в соответствующем периоде;

j – вид товара, имеющий вес и который объединяет несколько конкретных товаров-представителей (от одного до k);

k – количество товаров-представителей, определяющих вид товара.

48. Индивидуальные индексы цен по товарам, продукции по республике по каждому каналу поставки рассчитываются на основе относительных показателей оптовых цен, полученных из регионов, и региональных удельных весов по формуле:

$$I_{p_j} = \frac{\sum I1_j \times W_1 + I2_j \times W_2 + \dots + IR_j \times W_R}{W_1 + W_2 + \dots + W_R}$$

(6)

где,

I_{p_j} – индивидуальный индекс цен оптовых продаж на товар j по республике;

$I_{1j}, I_{2j}, \dots, I_{Rj}$ – индивидуальный индекс цен оптовых продаж на товар j в регионах;

R – количество регионов, участвующих в расчете;

W_1, W_2, \dots, W_R – региональные удельные веса.

49. На всех последующих этапах построения индекса цен оптовых продаж используются агрегированные индексы.

Для расчета применяется формула Ласпейреса, позволяющая исчислять индексы цен на основе последовательных наблюдений цен, взвешенных через постоянную схему взвешивания:

$$I_L = \frac{\sum \frac{P_t}{P_{t-1}} (P_{t-1} \times Q_0)}{\sum P_0 \times Q_0} \times 100$$

при

$$P_{t-1} \times Q_0 = P_0 \times Q_0 \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{P_2}{P_1} \times \dots \times \frac{P_{t-1}}{P_{t-2}}$$

(7)

где,

I_L – индекс цен за отчетный период t по сравнению с предыдущим периодом $t-1$;

$$\frac{P_t}{P_{t-1}}$$

– индивидуальный индекс цен по виду товара, продукции за отчетный период t к периоду $t-1$;

$$P_0 \times Q_0$$

– стоимость товаров, продукции в ценах базисного периода, используемая в качестве стандартных весов для агрегирования;

$$P_{t-1} \times Q_0$$

– стоимость видов товаров, продукции в отчетном периоде;

$$\frac{P_1}{P_0} \times \frac{P_2}{P_1} \times \dots \times \frac{P_{t-1}}{P_{t-2}}$$

– произведение индивидуальных индексов цен по виду товара, продукции к предыдущему периоду.

50. Формирование индексов цен к соответствующим периодам предыдущего года (месяц, квартал, период с нарастающим итогом) осуществляется базисным методом,

предусматривающим увязку (сцепление) месячных индексов цен за ряд лет между собой для образования последовательного динамического ряда, имеющего в качестве базы зафиксированную точку отсчета или базовый период.

Расчет месячного индекса цен отчетного года к соответствующему месяцу предыдущего года осуществляется делением месячного индекса цен в индексном ряду отчетного года на месячный индекс цен в этом же ряду предыдущего года:

$$I_t = \frac{I_{t\ g}}{I_{t\ (g-1)}}$$

(8)

где,

I_t – индекс цен за месяц t отчетного года g к соответствующему месяцу предыдущего года $g-1$;

$I_{t\ g}$ – индекс цен месяца t отчетного года g в индексном ряду;

$I_{t\ (g-1)}$ – индекс цен месяца t предыдущего года $g-1$ в индексном ряду.

Индексы цен нарастающим итогом к соответствующему периоду предыдущего года определяются делением суммы месячных индексов цен индексного ряда сравниваемого периода с аналогичной суммой месячных индексов цен в этом же ряду предыдущего года:

$$I_{12}^1 = \frac{I_{1\ g} + I_{2\ g} + \dots + I_{12\ g}}{I_{1\ (g-1)} + I_{2\ (g-1)} + \dots + I_{12\ (g-1)}}$$

(9)

где,

I_{12}^1

– индекс цен за январь-декабрь отчетного года к январю-декабрю предыдущего года;

$I_{1\ g}, I_{2\ g}, \dots, I_{12\ g}$

- индексы цен за январь, февраль, ..., декабрь отчетного года g в индексном ряду;

$I_{1\ (g-1)}, I_{2\ (g-1)}, \dots, I_{12\ (g-1)}$

– индексы цен за январь, февраль, ..., декабрь предыдущего года $g-1$ в индексном ряду.

Аналогично рассчитываются индексы цен за квартал, полугодие и девять месяцев отчетного года к соответствующему периоду предыдущего года. Индексы цен за квартал к предыдущему кварталу рассчитываются как отношение суммы месячных индексов цен в индексном ряду, определяющих отчетный квартал, к сумме месячных индексов цен в индексном ряду предыдущего периода:

$$I_k \frac{2}{1} = \frac{I4_g + I5_g + I6_g}{I1_g + I2_g + I3_g}$$

(10)

где,

$$I_k \frac{2}{1}$$

– индекс цен второго квартала отчетного года к первому кварталу;

$I4_g, I5_g, I6_g$ – индексы цен за апрель, май, июнь отчетного года g индексного ряда;

$I1_g, I2_g, I3_g$ – индексы цен за январь, февраль, март отчетного года g индексного ряда.