

ПРИЛОЖЕНИЕ
к постановлению Государственного комитета
Республики Узбекистан по статистике
от « » _____ 2019 г. № ____

Методические положения
по расчету сводного индекса цен оптовых продаж товаров

Настоящие Методические положения разработаны и применяются Государственным комитетом по статистике Республики Узбекистан и его территориальными подразделениями при проведении общегосударственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж товаров и построении индекса цен оптовых продаж.

При разработке Методических положений использовались концептуальные основы, изложенные в «Руководстве по индексу цен производителей: теория и практика» (ЕЭК ООН, МВФ, МОТ, ОЭСР, ЕВРОСТАТ, Всемирный банк, 2004 год) в части формирования индексов цен оптовых продаж.

Настоящие Методические положения определяют основные аспекты и методы общегосударственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж, охват и систему классификаций, отбор обследуемых выборочных совокупностей, формирование весовых составляющих и расчет индексов цен различного уровня агрегирования.

1. Общие положения

1. Для целей настоящей Методики используются следующие основные термины и их определения:

базисный год – год, в котором объем оптовых продаж товаров в стоимостном выражении используется для отбора базовых организаций и товаров-представителей для выборочного государственного статистического наблюдения за ценами оптовых продаж товаров (далее – ценами оптовых продаж);

базовая организация – репрезентативно отобранная организация для наблюдения за ценами оптовых продаж;

товар-представитель – конкретный товар, относящийся к определенному виду товара, который в границах совокупности товаров данного вида товара может отличаться незначительными особенностями (детальями), не влияющими на качество и основные потребительские свойства, имеющий наибольший удельный вес объема продаж в общем объеме оптовых продаж данного вида товара;

удельный вес – доля стоимостного объема оптовой продажи товара (группы товаров) в общем объеме оптового товарооборота за базисный год. Это величина, отражающая значимость каждого элемента в общей совокупности;

базовый период индекса – период, для которого значения индекса цен принимается равным 100% и через который производится увязка месячных индексов цен;

индивидуальный индекс цен – относительный показатель, характеризующий изменение уровня цен на конкретный товар-представитель;

агрегированный (сводный) индекс цен – относительный показатель, характеризующий изменение уровня цен по отдельной подгруппе, группе или изучаемому явлению в целом и формируется на основе индивидуальных индексов цен;

цена оптовой продажи товара – цена товара без его видоизменения, реализуемого продавцом покупателю через торговые объекты (оптовые склады и базы, оптовые торговые центры и т.д.), с целью его последующей перепродажи или использования. Она включает налог на добавленную стоимость, акцизы и прочие налоги. Обязательным признаком операции, относимой к оптовой торговле, является наличие счета-фактуры или иного документа, подтверждающего отгрузку товара.

Терминология, применяемая в настоящих методических положениях, используется только органами государственной статистики в статистических целях.

2. Инструментарий для расчета сводного индекса цен оптовых продаж товаров

2. Исходной информационной базой для определения сводного индекса цен и средних цен оптовых продаж товаров являются данные государственного статистического наблюдения по анкете 11-пагх (квартальная) «Анкета обследования цен оптовых продаж товаров (продукции)».

3. Охват и система классификаций

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

4. В рамках географического охвата для построения индекса цен оптовых продаж обследуются предприятия, осуществляющие оптовую торговлю во всех регионах республики.

5. Отраслевой охват индекса цен оптовых продаж учитывает изменение цен на товары, реализуемые оптовыми торговыми субъектами, относящимися в соответствии с Общегосударственным классификатором видов экономической деятельности (ОКЭД-2), утвержденным постановлением Агентства Узстандарт от 28.01.2011 г. № 05-268 к разделам 45 «Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт» и 46 «Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами».

6. По отдельным позициям товаров в наблюдение за ценами для расчета индексов цен оптовых продаж могут подключаться субъекты, относящиеся в соответствии с классификатором ОКЭД-2 к другим видам деятельности, для которых оптовые продажи

являются не основным видом деятельности. Включение таких субъектов в выборку базовых организаций для наблюдения за ценами оптовых продаж осуществляется в случае, если их объем оптового товарооборота по отобранным товарам занимает долю в структуре товарооборота оптовой торговли по этому товару не менее 5 %.

7. На уровне товаров применяется товарная номенклатура оптовой торговли, утвержденная Приказом Государственного комитета Республики Узбекистан №59 от 30 декабря 2016 года.

4. Основные этапы формирования сводного индекса цен оптовых продаж товаров

8. Наблюдение за ценами и расчет индексов цен оптовых продаж осуществляется по следующей схеме:

- отбор товаров-представителей для наблюдения за ценами оптовых продаж;
- отбор базовых организаций, в которых проводится регистрация цен оптовых продаж;
- определение порядка регистрации цен;
- формирование системы взвешивания для расчета индексов цен различного уровня агрегации;
- выбор формулы и расчет индекса цен.

5. Отбор товаров

9. Государственное статистическое наблюдение за ценами оптовой торговли осуществляется по выборочной совокупности товаров.

10. Формирование выборки осуществляется в три этапа и на каждом используются определенные критерии для отбора. На всех этапах отбора используются данные государственной статистической отчетности об объемах оптовых продаж за базисный год.

Этап I. Определяется общая макроструктура услуг оптовой торговли, объединенная в группы и классы услуг. 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 длительного периода (не менее года). Выборкой не охватываются классы, товародвижение в которых в течение года носит ярко выраженный сезонный (временный) или эпизодический характер.

Этап II. Отбираются виды, подвиды товаров, 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 – их состав, как основу товарооборота. Первый и второй этапы формирования выборки осуществляются централизованно.

Этап III. Отбираются конкретные позиции, ассортиментный состав, отражающие специфику оптового рынка республики.

11. Подходы к отбору видов, подвидов товаров зависят от особенностей товарной группы (широты ассортимента, регулярности продажи на оптовом рынке и т.д.).

12. Среди товаров массового спроса (одежда, бытовая техника, товары гигиены и т.д.) применяется способ типического отбора, критерием которого является степень преобладания вида, подвида товара в общем объеме данного класса услуг оптовой торговли.

13. Среди товаров не массового спроса и специфических их видов (оборудование, сельскохозяйственная техника, руды металлов и т.д.), наряду с включением типичных представителей, используется целенаправленный отбор.

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

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

16. Для наблюдения за ценами с целью расчета индексов цен оптовых продаж максимально исключается неинфляционная составляющая изменения цен. С этой целью 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. Более подробно о сопоставимости разъясняется в разделе 6 настоящих Методических положений.

17. Товары-представители отбираются согласно следующим критериям:

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

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

3) отобранные товары должны иметься 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;

5) отбираются товары, поставляемые на одинаковых условиях и одним и тем же потребителям.

18. По каждому виду, подвиду товара перечня подбираются не менее 3-х разновидностей товаров-представителей, к примеру (условные данные):

вид товара (код 46.49.01) – «Столовые приборы и кухонная металлическая посуда»;
товары-представители:

набор столовых ложек в картонной упаковке (6 шт), страна производства – Китай;

набор столовых приборов на 12 персон (ложки, вилки, ножи – всего 36 предметов),
страна производства – Россия;

набор кастрюль из нержавеющей стали (комплект из 3 шт. – 1,5 л, 2,5 л., 5 л.),
страна производства – Австрия;

эмалированная кастрюля вместимостью 5 л., страна производства – Узбекистан

19. Выборка товаров-представителей, отобранных для наблюдения за ценами оптовых продаж, остается неизменной в течение отчетного года.

20. В случаях невозможности наблюдения цен по уже отобранным товарам-представителям, допускается включение новых товаров-представителей внутри вида, подвида товара. 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 5-10 процентов).

21. Суммарное количество отобранных товаров по республике должно быть не меньше 75 % от общего количества товарных позиций за предыдущий год.

5. Отбор базовых организаций

22. Государственное статистическое наблюдение за ценами оптовых продаж осуществляется по выборочной совокупности базовых организаций.

23. Генеральной совокупностью для выборки базовых организаций оптовой торговли являются данные Единого Государственного Регистра предприятий и организаций, функционирующего в соответствии с Постановлением Кабинета Министров №274 от 25 сентября 2012 года «Об утверждении положения о Едином Государственном Регистре предприятий и организаций» и первичные статистические данные субъектов внутренней торговли, представляющих информацию об объемах оптовых продаж.

24. Отбор базовых организаций осуществляется методом основного массива, при котором обследованию подвергаются наиболее значимые единицы изучаемой совокупности.

25. Оптимальный объем выборки достигается, если отобранные базовые организации обеспечивают максимально возможный охват основных групп, классов, видов, подвидов товаров определенных для обследования. Для каждой товарной позиции суммарный объем оптового товарооборота базовых организаций должен составлять не менее 60 % от общего объема товарооборота по этой позиции.

26. При отборе предпочтение отдается крупным организациям. В случае, если по конкретной товарной позиции доля оптового товарооборота отобранных крупных организаций составляет менее 60 % от товарооборота оптовой торговли по этому товару, то выборка расширяется за счет субъектов малого бизнеса для достижения условия представительности, указанных в пункте 25 настоящих Методических положений.

27. По отдельным позициям, где получение сопоставимой информации о ценах затруднено, доля товарооборота по базовым организациям может быть ниже.

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

1) максимально возможный охват субъектов различных форм, видов собственности и организационно-правовых форм;

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

3) регулярные торговые сделки в течение отчетного года;

4) реализация видов товаров отечественного и импортного производства.

29. Актуализация и пересмотр выборки базовых объектов оптовой торговли осуществляется ежегодно на основе анализа статистических данных об объемах оптового товарооборота и регулярности осуществления оптовых продаж.

6. Регистрация цен

30. Регистрация цен оптовых продаж осуществляется специалистами базовых организаций ежемесячно. Информация предоставляется в органы статистики ежеквартально на основе анкеты 11-пагх (квартальная) «Анкета обследования цен оптовых продаж товаров (продукции)» (далее Анкета).

Анкета содержит сведения о ценах за каждый месяц квартала и кумулятивном объеме реализации товара в натуральном выражении за квартал.

31. Основанием для заполнения Анкеты являются документы бухгалтерского учета (счет-фактуры, договора, платежные поручения и другие), а также утвержденные прайс-листы.

32. Регистрируется цена по состоянию на 15 число каждого месяца квартала, а в случае отсутствия информации о ценах оптовых продаж на эту дату, указывается цена оптовых продаж на ближайший к этому числу день. При проведении регистрации ценовой информации необходимо придерживаться установленных сроков с тем, чтобы выдерживать интервал между двумя смежными регистрациями в один месяц.

33. В анкете указываются цены с учетом налога на добавленную стоимость, других косвенных налогов и торговых наценок, но без учета транспортных расходов по доставке товаров до потребителей.

34. 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.

35. При регистрации цен необходимо обеспечить сопоставимость цен с позиции размера оптовой поставки (крупный опт, мелкий или средний опт). Если цена оптовой продажи дифференцируется в зависимости от величины партии, то в целях наблюдения за ценами отбирается наиболее типичная по объему поставки партия (стандартный опт).

36. Регистрируются цены на товары-представители по каналам поставки внутриреспубликанских производителей и других стран. Страна производителя определяется согласно маркировке изготовителя на упаковке товара-представителя.

37. Для обеспечения сопоставимости в графе «Наименование обследуемых товаров с указанием полной их спецификации» Анкеты указывается конкретный город страны производителя, а для товаров промышленного производства – конкретный производитель.

38. Для отражения «чистого» изменения цены, исключая влияние структурных, ассортиментных сдвигов и других неинфляционных факторов, 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 (например, реализация цемента разных внутриреспубликанских производителей - АО «Ахангаранцемент» и АО «Кизилкумцемент» и т.д.);

2) разных партий поставки, если это влияет на размер цены (крупный опт или мелкий опт);

3) с измененными условиями оплаты их поставки (частичная или полная предоплата и т.д.) и сроков поставки.

39. Регистрируются цены за установленную стандартную единицу измерения (согласно перечню, приведенному в Приложении №1). В случаях, когда товары-представители имеют другую единицу измерения при продаже, цены пересчитываются, а расфасовка является элементом спецификации товара-представителя.

40. Не подлежат регистрации:

1) максимально высокие и демпинговые (низкие) цены, устанавливаемые, при сделках разового характера;

2) цены на товары, предлагаемые на конкурсах, лотереях с целью побуждения к увеличению объемов закупок;

3) средние цены на товарную группу без указания их спецификаций, т.к. в таком случае при расчете индексов цен учитываются неинфляционные факторы (изменение ассортимента, качества и т.д.), что приведет к искажению показателя;

4) сниженные цены на товары-представители в связи с истечением срока их годности или его приближением.

41. В целях выявления и устранения необоснованного изменения цен на товары-представители органами статистики осуществляется логический контроль ценовой информации и при возникших вопросах информация о ценах уточняется совместно со специалистами базовых организаций.

42. Для осуществления логического контроля органами статистики применяются следующие методы сопоставления:

- с данными о ценах за предыдущие периоды;
- между аналогичными товарами-представителями у различных базовых организаций;
- между одноименными товарами-представителями согласно устоявшимся ценовым пропорциям в зависимости от качества. Например, цена пакетированного молока при повышении жирности увеличивается и т.д.;
- 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, транспортных расходов, а уровень цен розничной торговли – выше, за счет добавления к оптовой цене торговой наценки магазина и транспортных расходов.

43. В случае временного отсутствия товаров-представителей в продаже информация о ценах для обеспечения непрерывности динамического ряда индексов цен осуществляется замещение цен на временно отсутствующие товары-представители путем использования «условных» цен.

44. Расчет «условных» цен производится следующими методами:

- использование «условной» цены на уровне цены, зарегистрированной в предыдущие периоды. Эта процедура осуществляется до следующего факта продажи товара-представителя, но не более двух месяцев подряд;
- при отсутствии фактической цены товара-представителя по одной базовой организации более двух месяцев подряд «условная» цена рассчитывается исходя из изменения цены аналогичного товара-представителя других базовых организаций вплоть до получения фактической цены реализации;
- при полном прекращении реализации товара в базовой организации осуществляется замена товара-представителя. В этом случае для введенного товара рассчитывается «условная» цена предыдущего периода исходя из среднего изменения цены аналогичного товара-представителя других базовых организаций.

7. Формирование системы взвешивания для расчета индексов цен различного уровня агрегации

45. Для формирования системы весов индексов цен оптовых продаж товаров (далее – система весов) используется официальная статистическая информация об объемах оптовых продаж товаров в стоимостном выражении за базисный период.

46. Система весов, используемая при расчете сводного индекса цен оптовых продаж, представляет собой совокупность удельных долей стоимостных величин, распределенных по классам, группам и разделам в соответствии с Общегосударственным классификатором видов экономической деятельности Республики Узбекистан (ОКЭД, ред. 2, О'zDT 005:2011), включенным в наблюдение за ценами оптовых продаж и отражающих свою значимость в общереспубликанском объеме оптового товарооборота.

47. Построение системы весов осуществляется в целом по республике и в целях соблюдения условия соответствия базисного периода весов и индексов осуществляется корректировка среднегодового объема оптового товарооборота за базисный год в цены декабря предыдущего года с использованием поправочного коэффициента актуализации.

48. Поправочный коэффициент актуализации рассчитывается по формуле:

$$K_{актуал} = \frac{STR_{дек, G-1}}{\sum_{n=1}^{12} (STR_{n, G-1}) / 12}, \text{ где:}$$

$STR_{дек}$ – краткосрочный индекс цен к предыдущему месяцу за декабрь соответственно по товару, подклассу, классу, группе, разделу и в целом по оптовой торговле¹;

STR_n – краткосрочный индекс цен за n -ый месяц к предыдущему месяцу соответственно по товару, подклассу, классу, группе, разделу и в целом по оптовой торговле;

n – номер месяца (для января – 1, для февраля – 2 и т.д.);

$G-1$ – год, являющийся предыдущим относительно года, в котором будут рассчитываться индексы и использоваться удельные веса.

49. Умножением объемов оптового товарооборота на поправочный коэффициент актуализации по всем позициям согласно применяемой классификации рассчитывается скорректированный объем товарооборота, который используется непосредственно в расчете удельных весов.

$$d_i = t_i \times K_{актуал}, \quad d_j = t_j \times K_{актуал}, \text{ где:}$$

¹ Методика расчета краткосрочных индексов цен приведена в разделе 8 «Расчет индексов цен оптовых продаж»

- d_i – скорректированный объем товарооборота i -го товара за базисный год;
- d_j – скорректированный объем товарооборота по подклассам (классам, группам, разделам) j за базисный год;
- t_i – объем оптовых продаж в стоимостном выражении i -го товара за базисный год;
- t_j – объем оптовых продаж в стоимостном выражении по подклассам (классам, группам, разделам) за базисный год.

50. Удельный вес по конкретным видам товаров, подклассам, классам, группам, разделам рассчитывается по формуле:

$$W_i = \frac{d_i}{\sum d_i}, \quad W_j = \frac{d_j}{\sum d_j},$$

где:

- W_i – удельный вес товара i ;
- W_j – удельный вес подкласса (класса, группы или раздела) j ;
- d_i – скорректированный объем товарооборота i -го товара за базисный год;
- d_j – скорректированный объем товарооборота по подклассам (классам, группам, разделам) j за базисный год.

51. Для определения поправочных коэффициентов актуализации по вновь введенным позициям используются имеющиеся поправочные коэффициенты актуализации по родственным или групповым позициям.

52. Пересмотр системы весов осуществляется ежегодно одновременно с актуализацией выборки товаров и базовых организаций.

8. Расчет индексов цен оптовых продаж

53. Расчет индексов цен оптовых продаж осуществляется в конце каждого квартала ретроспективно для каждого месяца квартала (например, в конце I квартала – за январь, февраль и март).

54. На основе первичных статистических данных о ценах оптовых продаж рассчитывается индивидуальный индекс цен оптовых продаж по конкретному товару-представителю по формуле:

$$STR_{t,i} = \frac{P_{t,i}}{P_{t-1,i}} \times 100\%,$$

где:

- $STR_{t,i}$ – индивидуальный индекс цен на i -ый товар-представитель за отчетный месяц (t) по сравнению с предыдущим месяцем ($t-1$), в процентах;
- $P_{t,i}$ – цена на i -ый товар-представитель за отчетный месяц (t), в сумах;
- $P_{t-1,i}$ – цена на i -ый товар-представитель за предыдущий месяц ($t-1$), в сумах.

55. Расчет агрегированных индексов цен осуществляется на основе модифицированной формулы Ласпейреса с применением структуры удельных весов базисного периода. Модификация состоит в том, что в каждый период времени базовые веса умножаются на последнее значение индекса цен. Такой подход позволяет сохранить непрерывную цепь вычислений, что облегчает задачу замены товаров при их нестабильной реализации.

56. Расчет осуществляется по следующему алгоритму:

1.
$$LTR_{t,i} = \prod_{n=1}^t STR_{n,i},$$
2.
$$V_{t,i} = W_i \times \prod_{n=1}^t STR_{n,i},$$
3.
$$LTR_{t,j} = \frac{\sum_{i=1}^g V_{t,i}}{\sum_{i=1}^g W_i} = \frac{V_{t,j}}{W_j},$$
4.
$$STR_{t,j} = \frac{LTR_{t,j}}{LTR_{t-1,j}},$$

где:

- $LTR_{t,i}$ – долгосрочный индекс цен к декабрю базового года по товару i в текущем месяце t ;
- STR_i – краткосрочный индекс цен отчетного месяца по отношению к предыдущему месяцу по товару i ;
- $STR_{t,j}$ – краткосрочный индекс цен в текущем месяце t к предыдущему месяцу $t-1$ по подклассу (классу, группе, разделу) j ;
- $LTR_{t,j}$ – долгосрочный индекс цен в текущем месяце t к декабрю базового года по подклассу (классу, группе, разделу) j ;
- $V_{t,i}$ – стоимостной вес товара i в текущем месяце t ;
- $V_{t,j}$ – стоимостной вес по подклассу (классу, группе, разделу) j в текущем месяце t ;

- W_i – удельный вес товара i ;
- W_j – удельный вес по подклассу (классу, группе, разделу) j ;
- n – номер месяца (1-январь, 2-февраль и т.д.);
- g – количество позиций, входящих в подкласс (класс, группу, раздел) j .

57. Помимо индекса цен к предыдущему месяцу исчисляются также индексы цен к декабрю предыдущего года, к соответствующему месяцу предыдущего года, за период с начала года к соответствующего периоду предыдущего года.

58. Для расчета указанных индексов используются следующие формулы:

к декабрю предыдущего года:

$$LTR_{2,t} = \prod_{n=1}^t STR_n,$$

где:

- $LTR_{2,t}$ – индекс цен текущего месяца t по отношению к декабрю предыдущего года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);
- STR – краткосрочный индекс цен за n -ый месяц по сравнению с предыдущим месяцем (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);
- t – текущий месяц;
- n – порядковый номер месяца.

к соответствующему месяцу предыдущего года:

$$LTR_{3,t} = \frac{LTR_{t,G}}{LTR_{t,G-1}},$$

где:

- $LTR_{3,t}$ – индекс цен текущего месяца t по отношению к соответствующему месяцу предыдущего года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);
- LTR_t – индекс цен за текущий месяц t по отношению к декабрю базового года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);
- t – текущий месяц;
- G – текущий год;
- $G-1$ – предыдущий год.

за период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года:

$$LTR_{4,t} = \frac{\sum_{n=1}^t LTR_{n,G}}{\sum_{n=1}^t LTR_{n,G-1}},$$

где:

$LTR_{4,t}$ – индекс цен с января по текущий месяц t по отношению к соответствующему периоду предыдущего года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

LTR_n – индекс цен за n -ый месяц по отношению к декабрю базового года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

t – текущий месяц;

G – текущий год;

$G-1$ – предыдущий год.

59. Индексы цен за квартал к предыдущему кварталу и квартал к соответствующему кварталу предыдущего года формируются согласно следующим формулам:

квартал к предыдущему кварталу:

$$LTR_{5,кв} = \frac{\sum_{к=1}^3 LTR_{к,кв}}{\sum_{к=1}^3 LTR_{к,кв-1}},$$

где:

$LTR_{5,кв}$ – индекс цен текущего квартала ($кв$) по отношению к предыдущему кварталу (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

LTR_k – индекс цен за $к$ -ый месяц квартала по отношению к декабрю базового года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

$к$ – порядковый номер месяца для каждого квартала (с января по март, с апреля по июнь и т.д.);

$кв$ – текущий квартал;

$кв-1$ – предыдущий квартал.

квартал к соответствующему кварталу предыдущего года:

$$LTR_{6,кв} = \frac{\sum_{к=1}^3 LTR_{к,G}}{\sum_{к=1}^3 LTR_{к,G-1}},$$

где:

$LTR_{6,кв}$ – индекс цен текущего квартала (*кв*) по отношению к соответствующему кварталу предыдущего года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

LTR_k – индекс цен за *к*-ый месяц квартала по отношению к декабрю базового года (по товару, подклассу, классу, группе, разделу, в целом по оптовым продажам);

к – порядковый номер месяца для каждого квартала (с января по март, с апреля по июнь и т.д.);

G – текущий год;

G-1 – предыдущий год.

60. Кроме вышеперечисленных индексов рассчитываются также среднемесячные значения индексов цен оптовых продаж с использованием формулы средней геометрической величины:

$$\overline{I_p} = \sqrt[n]{STR_1 \times STR_2 \times \dots \times STR_n},$$

где:

$\overline{I_p}$ – среднемесячный индекс цен за период с первого месяца до *n*-го месяца;

STR – краткосрочные индексы цен за каждый месяц к предыдущему месяцу;

n – количество месяцев.

61. При расчете среднемесячных индексов цен за период с начала года предпочтительнее использовать формулу:

$$\overline{I_p} = \sqrt[n]{LTR_{2,n}},$$

где:

$\overline{I_p}$ – среднемесячный индекс цен за период с января до *n*-ного месяца;

LTR_2 – индекс цен *n*-го месяца текущего года по отношению к декабрю предыдущего года;

n – порядковый номер месяца.

Заключительные положения

62. Сводный индекс цен оптовых продаж отражает динамику цен оптовых продаж при неизменных условиях товародвижения и постоянстве качественных характеристик товаров.

63. Расчет индекса цен оптовых продаж по видам экономической деятельности и по видам товаров осуществляется Государственным комитетом Республики Узбекистан по статистике в целом по республике.

64. Сводный индекс цен оптовых продаж применяется органами статистики для пересчета объемов оптового товарооборота в сопоставимые цены.

65. Сводный индекс цен оптовых продаж в дополнение к индексу цен производителей промышленной продукции и индексу потребительских цен позволяет улучшить экономический анализ реального сектора экономики и проследить изменение цен при товародвижении на рынках конкретных товаров.

66. В публикациях и официальных сообщениях данные об индексах цен размещаются с одним десятичным знаком после запятой.

Приложение №1
к «Методическим положениям по расчету
сводного индекса цен оптовых продаж товаров»

**ТОВАРНАЯ НОМЕНКЛАТУРА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ РАСЧЕТА
ИНДЕКСОВ ЦЕН ОПТОВЫХ ПРОДАЖ**

Наименование товаров	Код строки	Единица измерения*
А	Б	В
Автомобили легковые отечественного производства	45.11.11	штука
Автомобили легковые прочие (кроме отечественного производства)	45.11.12	штука
Прочие легкие моторные транспортные средства	45.11.19	штука
Грузовые автомобили	45.19.11	штука
Автобусы	45.19.12	штука
Прочие моторные транспортные средства, не включенные в другие категории	45.19.19	штука
Автомобильные детали, узлы и принадлежности	45.31.00	штука
Мотоциклы и мопеды	45.40.11	штука
Детали, узлы и принадлежности мотоциклов и мопедов	45.40.12	штука
Зерно	46.21.11	тонна
Семена и корма для животных (комбикорма)	46.21.12	тонна
Прочее сельскохозяйственное сырье, не включенное в другие категории	46.21.19	тонна
Необработанный табак	46.21.20	тонна
Цветы и другие растения	46.22.00	тыс. штук
Живые животные	46.23.00	штук
Шкуры и кожа	46.24.00	тыс. кв.м.
Арбузы и дыни (свежие)	46.31.01	тонна
Прочие фрукты (свежие)	46.31.02	тонна
Тыква (свежая)	46.31.03	тонна
Прочие овощи (свежие)	46.31.04	тонна
Овощи переработанные	46.31.05	тонна
Фрукты переработанные	46.31.06	тонна
Мясо, включая мясо птицы	46.32.01	тонна
Мясные консервы	46.32.02	тонна
Колбасные изделия и копчености	46.32.03	тонна
Прочие продукты из мяса	46.32.09	тонна
Сухое молоко	46.33.01	тонна
Сыр	46.33.02	тонна
Масло сливочное	46.33.03	тонна
Мороженое	46.33.04	тонна
Молоко и прочие молочные продукты, не включенные в другие категории	46.33.05	тонна
Масло растительное	46.33.06	тонна
Жир пищевой топленый и прочие животные пищевые жиры	46.33.07	тонна

Наименование товаров	Код строки	Единица измерения*
А	Б	В
Мargarиновая продукция	46.33.08	тонна
Яйца	46.33.09	тысяч штук
Водка и ликеро-водочные изделия	46.34.11	дал
Вино	46.34.12	дал
Коньяк	46.34.13	дал
Шампанское	46.34.14	дал
Пиво	46.34.21	дал
Безалкогольные напитки	46.34.22	дал
Табачные изделия	46.35.00	пачка (20 шт.)
Сахар	46.36.01	тонна
Шоколад, кондитерские изделия из шоколада и сахара	46.36.02	тонна
Хлеб и хлебобулочные изделия (в т.ч. мучные кондитерские изделия)	46.36.03	тонна
Кофе	46.37.01	тонна
Чай	46.37.02	тонна
Какао и пряности	46.37.03	тонна
Мука	46.38.01	тонна
Макаронные изделия	46.38.02	тонна
Соль	46.38.03	тонна
Рыба и морепродукты пищевые	46.38.04	тонна
Консервы рыбные	46.38.05	тонна
Рис	46.38.06	тонна
Прочие крупы (кроме риса)	46.38.07	тонна
Детское питание	46.38.08	тонна
Прочие продукты питания	46.38.09	тонна
Пряжа	46.41.01	тонна
Ткани	46.41.02	тыс. пог. м
Галантерейные товары	46.41.03	штука
Столовое и постельное белье, занавески и прочие текстильные изделия	46.41.09	тонна
Одежда	46.42.11	штук
Головные уборы	46.42.12	штук
Чулочно-носочные изделия	46.42.13	тыс. пар
Аксессуары для одежды	46.42.19	тыс. штук
Обувь	46.42.90	тыс. пар
Телевизоры	46.43.11	штука
Радио- и телеаппаратура прочие (бытовые)	46.43.19	штука
Компакт-диски, цифровые диски, оптические диски (CD и DVD) и прочие носители с записями (кроме чистых носителей)	46.43.20	тыс. штук
Стиральные машины бытовые	46.43.91	штука
Электропылесосы	46.43.92	штука
Электроутюги	46.43.93	штука
Кондиционеры	46.43.94	штука
Холодильники и морозильники	46.43.95	штука
Фотооборудование и оптические товары	46.43.96	тыс. штук
Прочие бытовые электротовары	46.43.99	штука

Наименование товаров	Код строки	Единица измерения*
А	Б	В
Изделия из стекла, керамики и фарфора	46.44.01	тыс. штук
Синтетические моющие средства	46.44.02	тонна
Мыло хозяйственное	46.44.03	тонна
Чистящие и полирующие средства прочие	46.44.09	тонна
Мыло туалетное	46.45.01	тонна
Парфюмерно-косметическая продукция	46.45.02	штука
Фармацевтические, медицинские средства и препараты	46.46.01	упаковка
Медицинские, хирургические и ортопедические инструменты и приспособления	46.46.02	штука
Бытовая мебель	46.47.11	штука
Ковры и ковровые изделия	46.47.12	тыс. кв.м.
Осветительное оборудование	46.47.20	штука
Часы	46.48.01	тыс. штук
Ювелирные изделия	46.48.02	грамм
Столовые приборы и кухонная металлическая посуда	46.49.01	штука
Книги, журналы и газеты	46.49.02	тыс.экзем- пляров
Канцелярские принадлежности	46.49.03	тыс.штук
Музыкальные инструменты	46.49.04	штука
Игры и игрушки	46.49.05	тыс. штук
Велосипеды и запчасти и аксессуары к ним	46.49.06	штука
Спортивные товары, включая специальную спортивную обувь, такую как лыжные ботинки	46.49.07	тыс. штук (тыс. пар)
Прочие потребительские товары, не включенные в другие группировки	46.49.09	тыс. штук
Компьютеры	46.51.01	штука
Периферийное компьютерное оборудование и программное обеспечение	46.51.02	тыс. штук
Телефоны для сотовых и прочих беспроводных сетей связи	46.52.01	тыс. штук
Телекоммуникационное оборудование прочее и его части	46.52.02	тыс. штук
Компакт-диски, цифровые диски, оптические диски (CD и DVD) и прочие чистые носители информации (без записей)	46.52.03	тыс. штук
Электронное оборудование и его части	46.52.04	штука
Уборочные машины	46.61.01	штука
Тракторы, используемые в сельском и лесном хозяйстве	46.61.02	штука
Машины и оборудование для лесного и сельского хозяйства прочие и их части (кроме уборочных машин и тракторов, используемых в сельском и лесном хозяйстве)	46.61.03	штука
Машины и оборудование для садов и парков и их части	46.61.04	штука
Станки	46.62.00	штука
Техника для горнодобычи и гражданского строительства	46.63.00	штука
Техника для текстильного, швейного и трикотажного производства	46.64.00	штука
Офисная мебель	46.65.00	штука
Офисная техника и оборудование	46.66.00	штука

Наименование товаров	Код строки	Единица измерения*
А	Б	В
Электрические провода и шнуры, электроустановочные изделия	46.69.01	тыс. м./ тыс. штук
Прочая техника и оборудование	46.69.09	штука
Твердое топливо	46.71.01	тонна
Автомобильный бензин	46.71.02	тонна
Дизельное топливо	46.71.03	тонна
Газ сжиженный	46.71.04	тонна
Смазочные вещества и материалы, масла и прочее топливо	46.71.09	тонна
Железные руды	46.72.01	тонна
Руды цветных металлов	46.72.02	тонна
Черные металлы в первичных формах	46.72.03	тонна
Цветные металлы в первичных формах	46.72.04	тонна
Необработанная древесина	46.73.01	куб.м.
Продукты первичной обработки древесины	46.73.02	куб.м.
Санитарно-техническое оборудование	46.73.03	штука
Лаки и краски	46.73.04	тонна
Цемент	46.73.05	тонна
Песок и гравий, камень, глина	46.73.06	тонна
Кирпич	46.73.07	тыс. штук
Черепица, плитки	46.73.08	тыс. кв. м
Прочие строительные материалы, не включенные в другие группировки	46.73.09	тонна
Металлические изделия, водопроводное и отопительное оборудование и инвентарь	46.74.00	тонна
Удобрения и агрохимические продукты	46.75.01	тонна
Промышленные химические вещества	46.75.02	тонна
Бумага и картон	46.76.01	тонна
Пластмасса и резина в первичных формах	46.76.02	тонна
Продукты промежуточные прочие, не включенные в другие категории	46.76.09	тонна
Отходы и лом	46.77.00	тонна

**) в исключительных случаях по отдельным товарным позициям, включающим в себя широкий ассортимент товаров с разными единицами измерения (например, "Прочие строительные материалы, не включенные в другие группировки" (тонна, куб. метр, кв. метр и т.д.), по согласованию со специалистами базовых организаций при проведении статистических наблюдений могут быть внесены изменения в действующую товарную номенклатуру в части единиц измерения. При этом для обеспечения сопоставимости показателей на протяжении всего периода наблюдения за ценами информация предоставляется базовыми организациями по товарам в согласованных единицах измерения.*