

Методические положения по расчету индексов цен производителей на промышленную продукцию

Методические положения по расчету индексов цен производителей промышленной продукции (далее – Методические положения) разработаны во исполнение Постановления Президента Республики Узбекистан от 4 марта 2024 года № ПП-114 «О мерах по организации деятельности Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан» на основе требований, предусмотренных «Типовой моделью процессов производства статистических данных» (Generic Statistical Business Process Model-GSBPM) и «Типовой моделью статистической информации» (GSIM – Generic Statistical Information Model).

Настоящие Методические положения подготовлены с целью дальнейшего совершенствования статистических наблюдений за уровнем и изменением цен производителей промышленной продукции и расчетов индексов цен.

При разработке данных положений использованы нормативно-правовые акты Республики Узбекистан, а также рекомендации «Руководства по индексу цен производителей: теории и практики» (ЕЭК ООН, МВФ, МОТ, ОЭСР, ЕВРОСТАТ, Всемирный банк), адаптированные к особенностям осуществления промышленной деятельности в нашей стране.

Эти Методические положения прежде всего предназначены для использования органами статистики в целях формирования достоверных статистических данных о средних ценах и расчета индексов цен предприятий–производителей промышленной продукции.

Глава 1. Общие положения

1. Разработка, согласование, утверждение и внедрение настоящего методического документа осуществлены на основе этапов, предусмотренных «Типовым методическим руководством по разработке и утверждению классификаций, методологий и форм наблюдения в сфере статистики» в соответствии с GSIM.

2. Статистическое наблюдение за ценами предприятий–производителей промышленной продукции организовано для получения информации о средних ценах на выпускаемые промышленные товары (услуги) и расчета индексов цен на производимую в республике промышленную продукцию с целью дальнейшего использования при расчете индекса физического объема промышленного производства,

в качестве дефлятора показателей национальных счетов, определения коэффициентов, связанных с переоценкой основных фондов, а также для осуществления анализа краткосрочных инфляционных тенденций в промышленной деятельности.

3. Наблюдением охватываются предприятия с основным видом экономической деятельности, относящимся к секциям В «Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров», С «Обрабатывающая промышленность», Д «Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование», Е «Водоснабжение; канализация, сбор и утилизация отходов» в соответствии с Общегосударственным классификатором видов экономической деятельности (ОКЭД, ред.2), утвержденным постановлением Агентства Узстандарт от 28.01.2011 г. № 05-268.

4. В настоящих Методических положениях используются следующие основные понятия и определения:

цена – выражение стоимости продукции в денежных единицах определенной валюты (национальной или международной) за количественную единицу товара (услуги);

цена производителя – цена единицы произведенной промышленной продукции в момент ее выхода из «ворот» предприятия без учета НДС, акцизов, прочих косвенных налогов, торговой, сбытовой наценки, транспортных и других расходов, связанных с движением продукции от производителя к покупателю;

базовая цена – цена декабря предыдущего года;

вид товара (услуги) – конкретизированная минимальная единица товара (услуги), обладающая определенными признаками, свойствами, спецификациями и атрибутами;

товар (услуга)-представитель – совокупность определенных видов товаров (услуг) в товарной группе (группе услуг), которые могут отличаться друг от друга незначительными особенностями, не влияющими на качество и основные потребительские свойства товаров (услуг), и однородны по своему потребительскому назначению;

базисный период индекса – период, для которого значения индекса цен принимаются равными 100 % и через который производится увязка месячных индексов цен;

базисный период весов – период, стоимостные показатели за который служат весами при исчислении индекса цен (в настоящих Методических положениях это год, предыдущий к базисному периоду, принятому для расчета индекса цен ($t-2$));

индивидуальный индекс цен - отражает изменение цен одного элемента изучаемой совокупности (конкретного товара, услуги) и используется для характеристики индивидуального явления;

агрегированный индекс – показатель, отражающий изменение цен по отдельной подгруппе, группе продукции или изучаемому явлению в целом и формируется на основе индивидуальных индексов цен;

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

выборка (выборочная совокупность) – совокупность ограниченного числа наблюдений, которая должна быть представительной (репрезентативной), полно и адекватно отражать свойства и пропорции генеральной совокупности (совокупности всех наблюдений). Представляет собой отдельные позиции из утвержденных классификаторов, номенклатур и справочников, используемые при сборе и обработке статистических данных;

базовое предприятие – отобранный объект наблюдения для регистрации цен, включенный в выборку;

удельный вес – мера относительной значимости отдельных элементов (товаров или услуг, классов и подклассов, групп, разделов, секций по видам экономической деятельности) в рамках сводного индекса цен.

Терминология, применяемая в данных Методических положениях, используется только органами статистики в статистических целях.

5. Достоверность и объективность при расчетах индексов цен производителей (ИЦП) обеспечивается путём соблюдения следующих условий:

- а) представительности товаров (услуг), отобранных для наблюдения за динамикой цен;
- б) регулярного обновления перечня базовых предприятий;
- в) обеспечения качества ценовой информации;
- г) использования структуры промышленного производства при формировании базы взвешивания.

Глава 2. Инструментарий обследования

6. Регистрация цен производителей промышленной продукции осуществляется на основе ежегодно утверждаемых Агентством статистики форм статистического наблюдения 12 парх «Вопросник о ценах производителей продукции (работ, услуг)».

Указанный вопросник разрабатывается и утверждается на основе требований, изложенных в Порядке разработки и утверждения Статистических программ, а также в Типовом методическом руководстве по разработке и утверждению классификаций, методологий и форм наблюдения в сфере статистики согласно GSIM.

7. При необходимости для проведения регистрации могут быть использованы другие документы и вопросники, утвержденные в установленном порядке.

Глава 3. Основные этапы построения ИЦП

8. Согласно «Типовой модели процессов производства статистических данных» (GSBPM) непосредственное формирование ИЦП осуществляется в несколько этапов, предусматривающих сбор (этап IV GSBPM), обработку (этап V GSBPM), анализ (этап VI GSBPM). Дальнейшее распространение сформированных данных осуществляется согласно этапу VII GSBPM.

9. Построение ИЦП состоит из следующих ступеней и процессов:

а) формирование выборки базовых промышленных предприятий, на которых проводится наблюдение за ценами производителей, и товаров (услуг)-представителей на основе генеральной совокупности (процесс 4.1 модели GSBPM);

б) организация, проведение и завершение сбора ценовой информации с обеспечением соблюдения основных принципов регистрации цен на промышленную продукцию (процессы 4.2 и 4.4 модели GSBPM);

с) обработка данных, предусматривающая интеграцию, классификацию и кодирование, валидацию, редактирование и импутацию данных, формирование системы взвешивания, агрегирование данных (процессы 5.1-5.8 модели GSBPM);

д) анализ данных, охватывающий подготовку предварительных данных, валидацию, подготовку толкований и пояснений к статистическим данным, применение мер противодействия идентификации первичных данных и завершение формирования ИЦП (процессы 6.1-6.5 модели GSBPM).

§1. Формирование выборки базовых промышленных предприятий

10. Наблюдение за изменением цен на промышленную продукцию осуществляется по выборочной сети базовых промышленных предприятий, которая формируется на основе целенаправленного отбора.

Формирование выборки базовых предприятий осуществляется совместно с Управлением статистики промышленности и энергетики в порядке, указанном в приложении №3 к настоящему Методическому положению.

11. При отборе базовых предприятий используется выборочный метод наблюдения, основанный на стоимости произведенной продукции, т.е. одним из приоритетных критериев является высокая доля стоимости производимой продукции в общем объеме промышленного производства.

12. Помимо этого, при отборе производителей для их включения в список базовых предприятий рекомендуется руководствоваться следующим:

предпочтение отдается наиболее типичным для каждого вида деятельности предприятиям (по технологическому процессу, используемому виду сырья и т.д.);

в выборку включаются предприятия, вырабатывающие виды продукции, включенные в перечень групп, классов и подклассов, необходимых для расчета индексов на республиканском уровне.

13. Оптимальный объем выборки достигается при отборе базовых объектов с наиболее полным, по возможности, охватом основных групп продукции, определенных для статистического наблюдения.

14. Рекомендуется постоянно следить за происходящими структурными преобразованиями базовых предприятий. На основе анализа регулярности представления данных о ценах на протяжении отчетного года каждым отчитывающимся предприятием, а также отчетности об объемах произведенной продукции, допускается актуализация и изменение перечня базовых предприятий.

15. В выборку включаются вновь образованные предприятия, которые осуществляют регулярный выпуск продукции.

16. При включении в наблюдение нового вида товара на базовом предприятии собирается информация об объеме его производства за предыдущий год, а также о цене производства за декабрь предыдущего года.

17. Из наблюдения исключаются предприятия, у которых выпуск наблюдаемой продукции не является постоянным (носит случайный или разовый характер), а также предприятия, на которых в текущем году остановлено производство и в будущем не предвидится его возобновление. При этом, по возможности, они заменяются на предприятия с той же товарной специализацией и близкими по значению объемами произведенной продукции.

§2. Формирование выборки товаров (услуг)-представителей

18. Отбор товаров (услуг)-представителей производится для наблюдения за уровнем цен на производимые виды товаров (услуг) по выборочной сети предприятий и расчета индивидуальных и агрегированных индексов цен.

19. Основным принципом отбора товаров (услуг) для регистрации цен является представительность отобранных видов для характеристики динамики цен по группам, классам, подклассам и видам экономической деятельности.

20. От правильного и репрезентативного отбора зависит достоверность рассчитываемых индексов цен всех уровней агрегирования. При расчете индекса цен производителей предполагается, что изменение цен на отобранные для наблюдения виды товаров (услуг)-представителей и на товары (услуги), не попавшие в выборку, но являющиеся продукцией той же конкретной товарной группы (группы услуг), идентично как на этом предприятии, так и на других, не попавших в обследование.

21. На республиканском уровне централизованно формируется перечень товаров (услуг)-представителей по группам, классам и подклассам, необходимых для расчета ИЦП и являющихся наиболее значимыми для характеристики видов экономической деятельности Узбекистана.

22. Выборочная совокупность продукции для наблюдения за ценами производителей промышленной продукции формируется поэтапно и на каждом из них используется определенный метод отбора.

23. На первом этапе изучается макроструктура промышленного производства республики, что предусматривает крупное деление товаров (услуг) на максимально возможное количество страт (отделы, группы, классы, виды, подвиды, позицию в подвиде) в отдельно взятом разделе экономической деятельности. Из каждого отдела с использованием метода основного массива выбираются группы, классы, затем виды товаров (услуг) с преобладающим удельным весом суммарного выпуска в общей структуре.

24. На втором этапе проводится отбор отдельных подвидов в видах, определенных к наблюдению с применением необходимых критериев. В качестве таковых выступают региональная представительность, разнообразие и ассортимент продукции, позволяющие судить о степени комплектности. В выборку включаются гомогенные (однородные) подвиды продукции, конкретизированные по определенным признакам, свойствам, спецификациям и выполняющим функциям.

25. На последнем этапе в составе отобранных подвидов товаров (услуг) осуществляется выбор конкретных позиций в подвиде товаров (услуг). Используются различные методы отбора в зависимости от особенностей подвида: значимость в группе, широта ассортимента, подвижность товаров (услуг) на рынке, сезонность их производства и др.

26. Для обеспечения репрезентативности стоимость отобранных товаров (услуг) должна, по возможности, составлять не менее 50 % в общем выпуске той товарной группы (группы услуг), которую они представляют.

27. При отборе конкретных изделий (сорта, класса, артикула и т.п.) необходимо обязательно учитывать следующее:

изделие (сорт, класс, артикул и т.п.) преобладает в общем выпуске данной группы, класса и подкласса, характеризуется относительной стабильностью свойств и отражает динамику цен той группы товаров (услуг), которую оно представляет;

если на предприятии выпускаются несколько видов данного изделия, каждый из которых не преобладает в общем выпуске, то следует регистрировать цены на несколько видов изделий, входящих в укрупненную товарную группу.

28. В отраслях с высокой степенью обновления продукции, а также с большим разнообразием ассортиментных групп, допускается включение в набор товаров (услуг)-представителей не конкретных изделий (сорта, класса, артикула и т.п.) или видов услуг, а малых однородных товарных подгрупп (подгрупп услуг) с примерно одинаковым уровнем цен. При этом дезагрегацию укрупненной товарной группы (группы услуг) рекомендуется производить как с учетом назначения товара или услуги (например, обувь детская и взрослая), так и вида использованного сырья.

29. По каждому товару (услуге)-представителю необходимо определить спецификации, где должны быть указаны основные характеристики, а также, в случае необходимости, условия поставки товара (оказания услуги), формы оплаты, применяемые скидки и прочие условия продажи.

30. Важно, чтобы спецификации отобранных товаров (услуг)-представителей оставались неизменными в течение отчетного года.

31. В тех случаях, когда невозможно отобрать конкретную разновидность товара или услуги, качественные и количественные спецификации которого неизменны в течение года, а также для отдельных товаров и услуг с длительным циклом производства, следует применять метод формирования «типовой модели» для учета изменения цен на нее. В этом случае в качестве цены производителя будет выступать сумма издержек, затраченная базовым предприятием в текущем периоде на производство продукции, принятой за «типовую модель».

32. Необходимо отметить, что в выборку для наблюдения за ценами производителей обязательно включаются те виды товаров (услуг), которые занимают значительный удельный вес в общем выпуске предприятия и представляют интерес для экономики независимо от их принадлежности к тому или иному виду деятельности, т.е. на одном базовом предприятии могут наблюдаться виды товаров (услуг), относящиеся к продукции как основного, так и второстепенного видов деятельности.

§3. Основные принципы регистрации цен на промышленную продукцию

33. Индексы цен производителей промышленной продукции рассчитываются на основании регистрации цен на товары-представители на обследуемых базовых предприятиях. Цены производителей промышленной продукции представляют собой фактически сложившиеся на момент регистрации цены на произведенную продукцию, предназначенную для реализации.

34. Регистрацию цен на базовых предприятиях рекомендуется проводить в период с 15 по 20 число каждого месяца. Эта рекомендация относится как к крупным базовым предприятиям, так и к базовым предприятиям малого предпринимательства. При этом день регистрации цен для каждого вида товара должен оставаться постоянным для всех месяцев текущего года и интервал между предыдущей и последующей регистрациями цен на эти виды товаров должен быть, по возможности, равен календарному месяцу.

35. Регистрация цен осуществляется специалистами базовых организаций на основе информации, содержащейся в документах на отгруженную продукцию. Если на момент регистрации отгрузка продукции не производилась, то в форме приводятся цены, по которым

отгружалась или будет отгружаться продукция в ближайший ко дню регистрации день в течение каждого месяца.

36. Если в документах информация о ценах и количестве товаров (услуг) отражается в единицах измерения, отличающихся от предусмотренных в номенклатуре товаров и известен коэффициент пересчета в требуемые единицы измерения, то в форме проставляются пересчитанные цена и количество.

37. Регистрации, как правило, подлежат фактические цены на произведенную и отгруженную в текущем месяце продукцию без налогов, которые взимаются сверх цены производителей и не включаются в себестоимость продукции (без НДС, акциза и других налогов, не входящих в себестоимость). Помимо этого, в цену не включаются торговая наценка (либо скидка) и транспортные расходы, связанные с передачей продукции от производителя к покупателю, а также затраты по упаковыванию, хранению, погрузке товаров в транспортные средства и др.

38. Если по товарам, производимым в упаковке (масла растительные, вино, шампанское и т.д.), стоимость тары входит в себестоимость продукции, то цены на них регистрируются, включая затраты на упаковку (тару). В случае, если на базовом предприятии произошли изменения упаковки (тары), то это рассматривается как качественное изменение товара и, по согласованию со специалистами таких предприятий, в цену вносятся соответствующие корректировки.

39. При регистрации цен следует исключить реализацию продукции «случайным разовым» потребителям с весьма низким или весьма высоким уровнем цен как не отражающих их реальную динамику. Такие случаи смены потребителей, повлекшие скачок цен, должны рассматриваться как изменения, не позволяющие напрямую сравнивать цену отчетного и предыдущего периодов регистрации.

40. В начале года для вновь включенных в выборку позиций товаров (услуг) должна быть зарегистрирована базовая цена декабря прошлого года. В случаях, когда ценовая информация за декабрь предыдущего года недоступна, в качестве базовой может быть использована цена за ближайший к декабрю месяц прошлого года. В ряде случаев (например, для сезонной продукции или при применении на предприятии сезонных предновогодних скидок) в качестве базовой может быть использована средняя цена за IV квартал предыдущего года. В каждом из возможных случаев решение о размере базовой цены должно приниматься совместно со специалистами базовых предприятий.

41. Важный принцип регистрации цен производителей – это обеспечение сопоставимости данных о ценах. Так, наблюдение за ценами на товары (услуги) с конкретным и подробным описанием их технических характеристик позволяет исключить влияние качественных изменений и отражать только ценовое изменение.

42. Замена одних видов продукции (сорта, класса, артикула и т.п.) на другие, однородные по потребительским свойствам, в отчетном периоде допускается в том случае, если ценовая информация по ранее выпускаемым видам продукции перестала быть доступной (прекращение выпуска, изменение номенклатуры выпуска и др.).

43. В том случае, если стало известно о полном прекращении производства наблюдаемых видов товаров, закрытии базового предприятия или получена иная информация о форс-мажорных обстоятельствах, не позволяющих осуществлять наблюдение за ценами на базовом предприятии, то рекомендуется проверить, есть ли в регионе/республике другое предприятие, выпускающее аналогичную продукцию. В данном случае следует произвести замену обследуемого предприятия и наблюдаемого вида товара на аналогичные. Если такой вид товара в регионе и/или республике не выпускается, то он исключается из наблюдения и, соответственно, пересчитываются сводные индексные ряды за предшествующие месяцы. Для оптимального осуществления процедуры замены исчезнувшего вида товара рекомендуется, помимо участвующего в расчетах товара, дополнительно осуществлять наблюдение за аналогичными видами товаров со сходными спецификациями на других предприятиях.

44. Если закрытие базового предприятия или прекращение производства какого-либо вида товара носит временный характер (2-3 месяца), то необходимо руководствоваться одним из возможных вариантов расчета «условных» цен (подробнее см. в §4.).

45. Для проверки правильности поступающих данных предусмотрена система контроля первичной информации, осуществляемая автоматически при получении форм отчетности и вопросников. Результаты проведенного контроля анализируются специалистами органов статистики, ответственными за прием данных.

46. При выявлении ошибок или неполноты данных сотрудники, ответственные за прием сведений, связываются со специалистами базовых предприятий для уточнения информации.

§4. Расчет «условных» цен при временном исчезновении товаров и специфика регистрации цен на сезонные товары

47. В условиях нестабильности промышленного производства отслеживание цен на один и тот же вид товара с определенными техническими параметрами в течение продолжительного периода затруднительно. Кроме того, сезонный характер производства отдельных видов продукции предполагает возможное отсутствие ценовой информации по сопоставимой продукции на протяжении длительного промежутка времени. В связи с этим для исчисления индексов цен может возникнуть необходимость использования расчетных («условных») цен, исключающих влияние качественных изменений при смене ассортимента (моделей, артикулов) выпускаемых товаров, а также позволяющих обеспечить непрерывность временного ряда для расчета индексов цен.

48. Для обеспечения непрерывности расчета индексных рядов при исчислении условно-расчетных цен используются:

изменение цен на аналогичный вид товара (услуги) на других базовых предприятиях (условный пример № 1 в Приложении № 1);

среднее изменение цен по товару-представителю, товарной группе, в которую входит временно исчезнувший вид товара – метод «условного среднего» (условный пример № 2 в Приложении № 1);

среднее изменение цен по соответствующему виду деятельности (условный пример № 3 в Приложении № 1);

оценка изменения затрат на производство товара (услуги) (условный пример № 4 в Приложении № 1);

перенос последней доступной цены предыдущего периода. Данный метод может быть использован исключительно для регулируемых государством цен (например, электроэнергия), если известно, что в отчетном периоде не было изменений в утвержденных прейскурантах.

49. Выбор конкретного метода расчета «условной» цены производится на основе анализа имеющейся ресурсной базы и, при необходимости, может осуществляться с привлечением специалистов базовых предприятий (например, при использовании метода оценки изменения затрат на производство товара (услуги)).

50. Производство некоторых наблюдаемых видов промышленных товаров носит сезонный характер и осуществляется только в определенные месяцы года. Это, например, относится к производству отдельных видов обуви и одежды, переработке фруктов, овощей и др. В период отсутствия производства таких товаров предприятия, как

правило, не отражают в отчетах данные о ценах на них. Однако в период временного прекращения производства их видов может продолжаться отгрузка (реализация) данных видов товаров. В таких случаях в отчетах предприятий должны быть представлены сведения о ценах на отпускаемые виды товаров. В остальных случаях применяется один из методов расчета «условных» цен.

§5. Регистрация цен при изменении качества товара (услуги)

51. Важнейшее требование при формировании ИЦП – отражение в показателе только изменения цен (инфляционного фактора) и исключение влияния такого фактора, как изменение качественных характеристик товара. Наблюдение за ценами на товары с конкретным, подробным описанием их спецификаций, позволяет исключить влияние качественных изменений и отражать только ценовое изменение.

52. В тех случаях, когда при регистрации цен на базовых предприятиях невозможно зафиксировать цену на сопоставимый по качеству товар (услугу), что и во время предыдущей регистрации цен, для получения «чистого» изменения цены в зарегистрированные данные вносятся соответствующие корректировки.

53. Для корректировки цен на качество применяются две следующие категории методов:

- неявные или косвенные («имплицитные») корректировки;
- явные или прямые («эксплицитные») корректировки.

54. В целях корректировок в неявном виде применяются следующие методы:

Метод «совмещения». Данный метод применяется в том случае, если есть возможность параллельной регистрации цены на старый и новый товар. Метод «совмещения» основан на предположении, что вся разница в цене между отсутствующим товаром с определенными качественными характеристиками и его заменителем связана с различием в качестве. Для этого используется ротация выборки. Старая выборка продукции применяется при исчислении индекса цен по данной категории продукции за предыдущий период ($t-1$) по сравнению с предшествующим ($t-2$), а новая выборка продукции используется для исчисления индекса цен в отчетный период (t) относительно предыдущего ($t-1$) (условный пример № 5 в Приложении № 1).

Метод «прямого сопоставления цен». Данный метод применяется в исключительных случаях для продукции **при небольшой разнице** в качестве и при отсутствии дополнительной информации для применения других методов корректировки. Метод «прямого сопоставления цен» предусматривает сравнение цены новой продукции с улучшенным

качеством с ранее зарегистрированной ценой продукции. Его применение возможно только при наличии полных спецификаций товаров (услуг)-представителей. Недостаток данного метода заключается в систематическом завышении индекса цен за счет постоянного игнорирования мелких изменений качества заменяющих видов (условный пример № 6 в Приложении № 1).

В ряде случаев при условии, что изменения в цене связаны только с теми факторами, которые не влияют на потребительские свойства товара, также может применяться прямое сопоставление цен старого и нового товара. Например, если в предыдущем периоде базовое предприятие осуществляло выпуск жидкого лекарственного средства в стеклянных ампулах, а в текущем – в полиэтиленовых капсулах, однако дозировка и иные качественные характеристики были сохранены, то можно провести прямое сопоставление цен предыдущего и текущего периодов.

Метод «условного исчисления общего среднего». Метод «условного исчисления общего среднего» предусматривает применение «условных» цен для продукции с **сильно выраженным изменением** в качестве, а также для исчезнувшей продукции в случае, когда нет возможности применить метод «совмещения». Он предусматривает расчет «условной» цены на основе изменения цен на аналогичные виды продукции внутри группы, или на аналогичную продукцию у других базовых предприятий (условный пример № 2 в Приложении № 1).

55. При явных или прямых корректировках оценивается стоимость качественных изменений между старым и новым товаром и осуществляется корректировка одной из цен (как правило, базисной), исходя из разницы между издержками производства двух товаров разного качества.

56. В целях явных или прямых корректировок могут применяться следующие методы:

Метод «корректировки на количество». Этот метод применяется к продукции, замещаемой продукцией иного размера (объема) по сравнению с ранее доступной при условии, что различия в количестве не влияют на качество продукции. Данный метод применим, например, в производстве напитков, некоторых видов пищевых продуктов. При этом, если имеется возможность оценить изменение цены продукта за счет изменения затрат на упаковку (тару), то, совместно со специалистами базовых предприятий, проводится такая оценка. В противном случае осуществляется простая корректировка цены с учетом изменения расфасовки товара. При этом, если известно, что новый товар взамен

старого будет производиться длительный период времени, то корректируется цена предыдущей регистрации. Если же производство нового товара носит кратковременный характер и планируется возврат к производству старого товара, то корректируется цена нового товара.

Метод «учета различий в издержках производства». Данный метод предусматривает оценку изменения качества продукции исходя из степени изменения издержек на производство двух аналогичных видов продукции разного качества. Для поправки к цене старого товара добавляется (вычитается) величина стоимости затрат на внедрение (исключение) дополнительных характеристик нового товара. Этот метод применим, например, в автомобилестроении, когда имеется подробное описание всех опций выпускаемых автомобилей и есть возможность провести, совместно со специалистами базовых предприятий, подробную оценку и корректировку на качество и изменение комплектации.

§6. Формирование системы взвешивания показателей для исчисления сводных индексов цен

57. Основным информационным источником для определения стоимости служат статистические данные годового обследования промышленных предприятий о стоимости произведенной промышленной продукции. Лаг базового периода составляет два года от текущего периода, что обусловлено сроками разработки сводных данных о стоимостном объеме производства продукции.

Формирование системы взвешивания осуществляется совместно с Управлением статистики промышленности и энергетики в порядке, указанном в приложении №3 к Методическому положению.

58. Построение системы взвешивания ИЦП осуществляется с использованием специального программного обеспечения в следующей последовательности:

а) на первоначальном этапе данные о стоимости произведенной промышленной продукции в фактических ценах за год, принятый за базисный для весов, распределяются между базовыми предприятиями, подклассами, классами, группами, разделами, секциями согласно иерархической структуре Статистического классификатора продукции (товаров, работ, услуг) по видам экономической деятельности Республики Узбекистан (СКП) и Общегосударственного классификатора видов экономической деятельности (ОКЭД, ред.2);

б) на основе данных об общем объеме производства промышленной продукции, произведенной за год, принятый за базисный для весов, рассчитывается удельный вес (доля) для каждой позиции согласно иерархической структуре, при этом для каждого уровня агрегации должно выполняться условие:

$$\sum W_{0i} = 1; \quad \sum W_{0j} = 1; \quad \sum W_{0k} = 1, \quad \sum W_{0g} = 1, \quad \sum W_{0r} = 1, \quad \sum W_{0s} = 1,$$

где

W_0 – базисные стоимостные веса;

i – входящие в подкласс товарные позиции по базовым предприятиям;

j – входящие в класс подклассы;

k – входящие в группу классы;

g – входящие в раздел группы;

r – входящие в секцию разделы;

s – входящие в промышленную деятельность секции;

в) на следующем этапе осуществляется увязка (согласованность) с переходом от среднегодовой структуры промышленного производства к аналогичной структуре в ценах декабря предыдущего года. Такая увязка осуществляется с помощью поправочного коэффициента, который определяется как соотношение индекса цен за декабрь предыдущего года к среднему индексу цен за тот год, по которому выводятся значения весов. Средний индекс цен рассчитывается как среднеарифметическое значение индексов цен месяцев базисного года к декабрю предшествующего ему года. В результате полученные значения используются в качестве удельных весов при дальнейших расчетах индексов цен.

59. Система взвешивания остается постоянной на определенный период времени (не менее года) с тем, чтобы индекс отражал только изменение цен.

60. Для определения индекса цен на строительные материалы формируется дополнительный агрегированный индекс цен. Он рассчитывается, исходя из данных об изменении цен на отдельные строительные материалы, входящие в другие группы по Общегосударственному классификатору видов экономической деятельности (ОКЭД, ред.2). При этом для формирования удельных весов используются соответствующие данные о стоимости произведенной продукции по отобранным позициям за год, принятый за базисный для весов. Методика и формула для расчета индекса аналогична той, что используется для расчета остальных групповых индексов цен.

§7. Расчет индексов цен производителей и определение их среднемесячного значения

61. Расчет индекса цен предприятий-производителей промышленной продукции осуществляется на основании полученной от базовых предприятий ценовой информации. По каждому виду наблюдаемой продукции определяются цена за отчетный период и относительная величина изменения цены по сравнению с предыдущим периодом (индивидуальный индекс), которая агрегируется на более высокий уровень.

62. Краткосрочный индивидуальный индекс цен рассчитывается для отдельных видов товаров по каждому предприятию и представляет собой отношение цены определенного вида товара в текущем месяце к его цене в предыдущем месяце:

$$STR_{i(t)} = \frac{P_{i(t)}}{P_{i(t-1)}},$$

где

$STR_{i(t)}$ – краткосрочный индекс цен товара (i) за текущий месяц (t) к предыдущему месяцу ($t-1$);

$P_{i(t)}$ – цена товара (i) в текущем месяце (t);

$P_{i(t-1)}$ – цена товара (i) в предыдущем месяце ($t-1$).

63. Долгосрочный индивидуальный индекс цен к декабрю предыдущего года рассчитывается по формуле:

$$LTR 2_{i(t)} = \prod_{m=1}^t STR_{i(m)},$$

где

$LTR 2_{i(t)}$ – долгосрочный индекс цен к декабрю предыдущего года для товара (i) за текущий месяц (t);

m – порядковый номер месяца (1-для января, 2-для февраля и т.д.).

64. На основе индивидуальных индексов цен, рассчитанных по видам товаров, определяются агрегированные индексы цен.

65. Индексы цен производителей промышленных товаров исчисляются по группам различной степени агрегации (по товарам-представителям, подклассам, классам, группам, разделам, секциям и, в целом, по промышленной деятельности).

66. Для расчета агрегированных индексов цен производителей используются два массива статистической информации:

а) структура весов базисного года;

б) индивидуальные индексы цен по наблюдаемым видам продукции.

67. Для расчета агрегированных индексов цен применяется модифицированная формула Ласпейреса.

68. Расчет ИЦП проводится по приведенным ниже формулам, только уже с участием всех позиций.

в январе краткосрочные индексы к предыдущему месяцу и долгосрочные индексы к декабрю предыдущего года совпадают по значению и имеют вид:

$$STR_{j(\text{январь})} = LTR\ 2_{j(\text{январь})} = \frac{\sum_{i=1}^n STR_{i(\text{январь})} \times W_{0i}}{\sum_{i=1}^n W_{0i}} - \text{по подклассам},$$

$$STR_{k(\text{январь})} = LTR\ 2_{k(\text{январь})} = \frac{\sum_{j=1}^n STR_{j(\text{январь})} \times W_{0j}}{\sum_{j=1}^n W_{0j}} - \text{по классам},$$

$$STR_{g(\text{январь})} = LTR\ 2_{g(\text{январь})} = \frac{\sum_{k=1}^n STR_{k(\text{январь})} \times W_{0k}}{\sum_{k=1}^n W_{0k}} - \text{по группам},$$

$$STR_{r(\text{январь})} = LTR\ 2_{r(\text{январь})} = \frac{\sum_{g=1}^n STR_{g(\text{январь})} \times W_{0g}}{\sum_{g=1}^n W_{0g}} - \text{по разделам},$$

$$STR_{s(\text{январь})} = LTR\ 2_{s(\text{январь})} = \frac{\sum_{r=1}^n STR_{r(\text{январь})} \times W_{0r}}{\sum_{r=1}^n W_{0r}} - \text{по секциям},$$

$$STR_{L(\text{январь})} = LTR\ 2_{L(\text{январь})} = \frac{\sum_{s=1}^n STR_{s(\text{январь})} \times W_{0s}}{\sum_{s=1}^n W_{0s}} - \text{в целом по промышленной}$$

деятельности,

где

$STR_{(\text{январь})}$ – краткосрочный индекс цен в январе по отношению к предыдущему месяцу;

$LTR\ 2_{(\text{январь})}$ – долгосрочный индекс цен в январе по отношению к декабрю предыдущего года;

i – товар;

j – подкласс;

k – класс;

g – группа;

r – раздел;

s – секция;

L – промышленная деятельность;

W_{0i} , W_{0j} , W_{0k} , W_{0g} , W_{0r} , W_{0s} , W_{0L} – удельные веса соответственно по товару (i), подклассу (j), классу (k), группе (g), разделу (r), секции (s), промышленной деятельности (L);

n – количество позиций, входящих соответственно в подкласс, класс, группу, раздел, секцию, промышленную деятельность

69. Начиная с февраля, расчет индексов цен осуществляется по той же схеме, что и в январе, но формулы расчета долгосрочных агрегированных индексов к декабрю предыдущего года ($LTR\ 2$) принимают вид:

$$LTR\ 2_{j(t)} = \frac{\sum_{i=1}^n STR_{i(t)} \times V_{i(t-1)}}{\sum_{i=1}^n W_{0i}}, \quad \text{при этом } V_{i(t-1)} = W_{0i} \times \prod STR_{i(t-1)} \quad - \text{ по}$$

подклассам;

$$LTR\ 2_{k(t)} = \frac{\sum_{j=1}^n STR_{j(t)} \times V_{j(t-1)}}{\sum_{j=1}^n W_{0j}}, \quad \text{при этом } V_{j(t-1)} = W_{0j} \times \prod STR_{j(t-1)} \quad - \text{ по}$$

классам;

$$LTR\ 2_{g(t)} = \frac{\sum_{k=1}^n STR_{k(t)} \times V_{k(t-1)}}{\sum_{k=1}^n W_{0k}}, \quad \text{при этом } V_{k(t-1)} = W_{0k} \times \prod STR_{k(t-1)} \quad - \text{ по}$$

группам;

$$LTR\ 2_{r(t)} = \frac{\sum_{g=1}^n STR_{g(t)} \times V_{g(t-1)}}{\sum_{g=1}^n W_{0g}}, \quad \text{при этом } V_{g(t-1)} = W_{0g} \times \prod STR_{g(t-1)} \quad - \text{ по}$$

разделам;

$$LTR\ 2_{s(t)} = \frac{\sum_{r=1}^n STR_{r(t)} \times V_{r(t-1)}}{\sum_{r=1}^n W_{0r}}, \quad \text{при этом } V_{r(t-1)} = W_{0r} \times \prod STR_{r(t-1)} \quad - \text{ по}$$

секциям,

$$LTR\ 2_{L(t)} = \frac{\sum_{s=1}^n STR_{s(t)} \times V_{s(t-1)}}{\sum_{s=1}^n W_{0s}}, \quad \text{при этом } V_{s(t-1)} = W_{0s} \times \prod STR_{s(t-1)} \quad - \quad \text{по}$$

промышленной деятельности;

с февраля формула расчета **краткосрочных индексов** к предыдущему месяцу принимает вид:

$$STR_{j(t)} = \frac{LTR\ 2_{j(t)}}{LTR\ 2_{j(t-1)}} \quad - \quad \text{по подклассам;}$$

$$STR_{k(t)} = \frac{LTR\ 2_{k(t)}}{LTR\ 2_{k(t-1)}} \quad - \quad \text{по классам;}$$

$$STR_{g(t)} = \frac{LTR\ 2_{g(t)}}{LTR\ 2_{g(t-1)}} \quad - \quad \text{по группам;}$$

$$STR_{r(t)} = \frac{LTR\ 2_{r(t)}}{LTR\ 2_{r(t-1)}} \quad - \quad \text{по разделам;}$$

$$STR_{s(t)} = \frac{LTR\ 2_{s(t)}}{LTR\ 2_{s(t-1)}} \quad - \quad \text{по секциям;}$$

$$STR_{L(t)} = \frac{LTR\ 2_{L(t)}}{LTR\ 2_{L(t-1)}} \quad - \quad \text{по промышленной деятельности.}$$

Кроме долгосрочного индекса цен к декабрю предыдущего года, также формируются следующие долгосрочные индексы:

Индексы цен отчетного месяца текущего года к соответствующему месяцу предыдущего года – $LTR\ 3$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 3_{(t)} = \frac{LTR\ 1_{t(y)}}{LTR\ 1_{t(y-1)}},$$

где

$LTR\ 3_{(t)}$ – долгосрочный индекс цен за текущий месяц (t) отчетного года (y) к соответствующему месяцу (t) предыдущего года ($y-1$);

$LTR\ 1_{t(y)}$ – долгосрочный индекс за текущий месяц (t) отчетного года (y), рассчитанный к единому базовому периоду;

$LTR\ 1_{t(y-1)}$ – долгосрочный индекс за соответствующий месяц (t) предыдущего года ($y-1$), рассчитанный к единому базовому периоду.

Индексы цен периода с начала года к соответствующему периоду прошлого года – $LTR\ 4$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 4_{(t)} = \frac{\sum_{n=1}^t LTR\ 1_{n(y)}}{\sum_{n=1}^t LTR\ 1_{n(y-1)}},$$

где ,

$LTR\ 4_{(t)}$ – долгосрочный индекс цен за период с января по текущий месяц (t) отчетного года (y) к соответствующему периоду предыдущего года $(y-1)$;

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

Кроме того, ежеквартально формируются индексы цен за текущий квартал отчетного года к предыдущему кварталу и к соответствующему кварталу предыдущего года. С этой целью применяются следующие формулы:

индексы цен текущего квартала отчетного года к предыдущему кварталу – $LTR\ 5$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 5_{(q)} = \frac{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(q)}}{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(q-1)}},$$

где

$LTR\ 5_{(q)}$ – индекс цен текущего квартала (q) к предыдущему кварталу $(q-1)$;

m – порядковый номер месяца квартала (1-для первого месяца, 2-для второго и 3- для третьего месяца);

индексы цен текущего квартала отчетного года по отношению к соответствующему кварталу предыдущего года – $LTR\ 6$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 6_{(q)} = \frac{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(y)}}{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(y-1)}},$$

где

$LTR\ 6_{(q)}$ – индекс цен текущего квартала (q) отчетного года (y) к соответствующему кварталу предыдущего года $(y-1)$;

m – порядковый номер месяца квартала (1-для первого месяца, 2-для второго и 3- для третьего месяца).

Кроме того, в статистических целях формируются следующие дополнительные дискретные индексы цен:

индексы цен текущего квартала отчетного года по отношению к среднегодовым ценам базового года – $LTR\ 7$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 7_{(q)} = \frac{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(y)} / 3}{\sum_{n=1}^{12} LTR\ 1_{n(z)} / 12},$$

где

$LTR\ 7_{(q)}$ – индекс цен текущего квартала (q) отчетного года (y) к среднегодовым ценам базового года (z);

$LTR\ 1_{(y)}$ – долгосрочный индекс отчетного года (y), рассчитанный к единому базовому периоду;

$LTR\ 1_{(z)}$ – долгосрочный индекс базового года (z), рассчитанный к единому базовому периоду;

m – порядковый номер месяца в квартале (1-для первого месяца квартала, 2-для второго и 3- для третьего месяца);

n – порядковый номер месяца базового года (1-январь, 2-февраль..., 12-декабрь);

индексы цен текущего квартала отчетного года по отношению к среднегодовым ценам отчетного года – $LTR\ 8$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 8_{(q)} = \frac{\sum_{m=1}^3 LTR\ 1_{m(y)} / 3}{\sum_{n=1}^{12} LTR\ 1_{n(y)} / 12},$$

где

$LTR\ 8_{(q)}$ – индекс цен текущего квартала (q) отчетного года (y) к среднегодовым ценам текущего года (y);

m – порядковый номер месяца в квартале (1-для первого месяца квартала, 2-для второго и 3- для третьего месяца);

n – порядковый номер месяца отчетного года (1-январь, 2-февраль..., 12-декабрь);

индексы цен текущего месяца отчетного года по отношению к среднегодовым ценам базового года – $LTR\ 9$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR\ 9_{(t)} = \frac{LTR\ 1_{t(y)}}{\sum_{n=1}^{12} LTR\ 1_{n(z)} / 12},$$

где

$LTR\ 9_{(t)}$ – индекс цен текущего месяца (t) отчетного года (y) к среднегодовым ценам базового года (z);

n – порядковый номер месяца базового года (1-январь, 2-февраль..., 12-декабрь);

индексы цен текущего месяца отчетного года по отношению к среднегодовым ценам отчетного года – $LTR\ 10$ (формула актуальна для всех уровней агрегирования):

$$LTR10_{(t)} = \frac{LTR1_{t(y)}}{\sum_{n=1}^{12} LTR1_{n(y)} / 12},$$

где

$LTR\ 10_{(t)}$ – индекс цен текущего месяца (t) отчетного года (y) к среднегодовым ценам отчетного года (y);

n – порядковый номер месяца (1-январь, 2-февраль..., 12-декабрь).

Индексы цен текущего квартала и текущего месяца отчетного года к среднегодовым ценам отчетного года ($LTR\ 8$ и $LTR\ 10$) формируются в конце отчетного года после завершения расчета индексов цен за декабрь. Составление индексов осуществляется ретроспективно за каждый квартал (для $LTR\ 8$) и месяц (для $LTR\ 10$) отчетного года.

70. Расчет среднемесячных значений индексов цен осуществляется 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.

71. 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 -го месяца;

$LTR\ 2_n$ – индекс цен n -го месяца текущего года по отношению к декабрю предыдущего года;

n – порядковый номер месяца.

§8. Расчет средних цен производителей

72. Важный показатель, характеризующий ценовую ситуацию в промышленном производстве, – это уровень средней цены на производимую промышленными предприятиями продукцию. Расчет средних цен по товарным позициям осуществляется на основе формулы среднегеометрического значения:

$$\bar{P}_t = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n P_{i(t)}},$$

где

$\bar{P}_t$ – средняя цена по товарной позиции (позиции услуг) за текущий месяц (t);

$P_{i(t)}$ – цена производителя товара или услуги (i) по каждому базовому предприятию, вошедшему в выборку по данной товарной позиции (позиции услуг) за текущий месяц (t);

n – количество базовых предприятий, вошедших в выборку по данной товарной позиции (позиции услуг).

Приведенная формула применяется для расчета среднего уровня цен за конкретный месяц.

73. При расчете средних цен за квартал и за период с начала года используется формула среднеарифметического среднего значения из средних цен каждого месяца, входящего в квартал или период с начала года.

Важно отметить, что, с учетом регулярного обновления выборки базовых предприятий и товаров (услуг)-представителей для наблюдения за ценами и расчета ИЦП, ежегодная динамика средних цен отражает как инфляционные (связанные с прямым повышением цен производителями), так и неинфляционные (связанные с изменением выборки предприятий и товаров (услуг)-представителей) факторы.

§9. Анализ данных

74. На этапе анализа данных осуществляются производство статистических материалов об ИЦП, их подробная проверка и подготовка к распространению в качестве официальных статистических данных.

75. В ходе анализа данных осуществляются работы по рассмотрению результатов выходных таблиц, а также необходимой информации, полученной из базы данных, построению диаграмм, графиков и аналитических таблиц на основе сформированных данных.

При анализе качества ИЦП данный показатель рассматривается на предмет достоверности и точности (обоснованность, отсутствие ошибок и др.), целостности (полнота охвата, соблюдение статистической методологии), непротиворечивости, сопоставимости (территория, круг охватываемых объектов, единица измерения и др.), однородности (наличие или отсутствие случаев исключения данных, резкого изменения в них, пропуска).

76. Осуществляемые в ходе анализа данных работы по валидации включают в себя проверку соответствия установленным требованиям показателя охвата первичных данных и коэффициентов представления ответов на вопросники, сопоставление статистических данных с предыдущими периодами, а также текущими трендами.

77. При необходимости, в ходе анализа могут быть подготовлены различные пояснительные материалы, направленные на обеспечение правильной интерпретации данных об ИЦП.

78. На этом же этапе осуществляется применение мер по противодействию идентификации первичных данных, что подразумевает проверку того, что все выходные таблицы, файлы и иные статистические материалы не позволяют прямо или косвенно идентифицировать базовые организации и индивидуальные данные по ним.

Глава IV. Заключительные положения

79. Распространение ИЦП осуществляется согласно процессам, предусмотренным на этапе VII GSBPM.

В соответствии с международным расширенным общим стандартом распространения данных (р-ОСРД), разработанным МВФ, ИПЦ публикуется ежемесячно, согласно срокам графика выпуска информации. Сведения распространяются одновременно для всех пользователей в форме табличного материала путем размещения на официальном сайте Агентства статистики. Детализированная по подклассам, классам, группам, разделам и секциям информация об индексах цен публикуется в статистических бюллетенях и сборниках.

В помощь пользователям публикация ИЦП сопровождается краткими методологическими пояснениями.

В публикациях и официальных сообщениях данные об ИЦП размещаются с одним десятичным знаком после запятой.

80. Информация об индексе цен для отраслевых подразделений (внутренних пользователей) Агентства будет предоставлена на основании графика, разработанного в соответствии с Статистической программой.

Перечень использованной справочной литературы

1. «Руководство по индексу цен производителей: теория и практика»// (ЕЭК ООН, МВФ, МОТ, ОЭСР, Евростат, Всемирный банк), 2004 г. (<http://www.imfbookstore.org>, <http://www.cisstat.org>);
2. «Руководство по квартальным национальным счетам». Изд. 2017 года// МВФ – 2018.
3. Отчет миссии МВФ в рамках оказания технической помощи Узбекистану по индексу цен производителей (26 октября – 6 ноября 2020 г.) // Б. Граф, 25 марта 2021 г.
4. Отчет миссии МВФ в рамках оказания технической помощи Узбекистану по индексу цен производителей (12-16 июля 2021 г.) // Б. Граф, 12 ноября 2021 г.;
5. «Методика по расчету сводного индекса цен производителей промышленной продукции»//Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 11.01.2018 г. (<https://www.belstat.gov.by/metodologiya/metodiki-po-formirovaniyu-i-raschetu-statistichesk/>);
6. «Официальная статистическая методология по организации статистического наблюдения за ценами производителей промышленных товаров и расчету индексов цен производителей»// утверждена приказом Росстата от 17 ноября 2016г. № 729, Федеральная служба государственной статистики. (https://gks.ru/bgd/free/meta_2010/Main.htm).
7. Государственный стандарт Республики Узбекистан О'зДТ 005: 2011. Общегосударственный классификатор видов экономической деятельности (ОКЭД, ред. 2).

Приложение №1

к «Методическим положениям по расчету
индексов цен производителей на
промышленную продукцию»

Условный пример №1

**Условный расчет «отсутствующей» цены одного и того же вида товара (услуги) на
основе данных об изменении цен на других базовых предприятиях**

Предприятия	Декабрь пр. года	Январь	Февраль	Март
Предприятие 1	10000	10000	11000	11000
Предприятие 2	10000	10000	10000	10000
Предприятие 3	9000	10000	11000	12000
Предприятие 4	12000	12000	12000	(12353)

Сравниваемые средние:

текущий месяц	10970	$a=(11000 \times 10000 \times 12000)^{1/3}$
предыдущий месяц	10656	$b=(11000 \times 10000 \times 11000)^{1/3}$
изменение цен	1,0294	$c=a/b$

Расчет «условной» цены осуществляется до появления фактической цены товара.

Условная цена = цена «отсутствующего товара» предыдущего месяца × среднее изменение цен по другим базовым предприятиям.

Условный пример №2

Условный расчет «отсутствующей» цены на основе «условного среднего»

Продукция	Предприятия	Апрель	Май	Июнь	Изменение цен, %
Футболки, майки и прочие нательные фуфайки, трикотажные машинного или ручного вязания		2173438	2198863	2266562	
Майка нательная женская белая	предприятие 1	2100000	2100000	2200000	104,8
Майка нательная женская голубая	предприятие 2	2200000	2200000	2300000	104,5
Майка нательная мужская белая	предприятие 1	2100000	2200000	2200000	100,0
Майка нательная мужская голубая	предприятие 2	2300000	2300000	(2370813)	(103,1)

Сравниваемые средние:

текущий месяц	2232841	$a=(2200000 \times 2300000 \times 2200000)^{1/3}$
предыдущий месяц	2166848	$b=(2100000 \times 2200000 \times 2200000)^{1/3}$
изменение цен	1,0308	$c=a/b$

Расчет «условной» цены осуществляется до появления фактической цены товара.

Условная цена = цена «отсутствующего товара» предыдущего месяца × среднее изменение цен по другим базовым предприятиям.

Условный пример №3

**Условный расчет изменения цены на основе среднего изменения цены по
соответствующему виду деятельности**

Вид деятельности	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Класс Б	100,3	100,7	100,2	100,8
Подкласс Б1	100,0	100,8	100,2	100,7
Подкласс Б2	101,0	100,3	99,8	100,9
Подкласс Б3	100,0	101,1	100,5	(100,8)

Сравниваемые средние:

текущий месяц	100,8	$a=(100,7 \times 100,9)^{1/2}$
предыдущий месяц	100,0	$b=(100,2 \times 99,8)^{1/2}$
изменение цен	1,008	$c=a/b$

Условный пример №4

**Условный расчет изменения цены на основе оценки изменения затрат на производство
1 единицы продукции**

Элементы затрат	Ноябрь	Декабрь	Изменение затрат, %
Сырьё	12000000	14000000	116,7
Амортизация	500000	500000	100,0
Зарплата	4000000	4000000	100,0
Прочие	2000000	2000000	100,0
Прибыль	2200000	2200000	100,0
Всего	20700000	22700000	109,7

Сравниваемые средние:

текущий месяц	22700000	$a=(14000000+500000+4000000+2000000+2200000)$
предыдущий месяц	20700000	$b=(12000000+500000+4000000+2000000+2200000)$
изменение	109,7	$c=a/b$

Расчет «условной» цены осуществляется до появления фактической цены товара.

Условный расчет «отсутствующей» цены на основе «метода совмещения»

Продукция	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Изменение цены, %
Продукция №1 (старая)	90 000	90 000	(91980)	102,2
Продукция №2 (новая)	-	91 000	93 000	102,2

изменение цен

$$1,022 = 93\,000 / 91\,000$$

условная цена продукции №1

$$91980 = 90000 \times 1,022$$

Расчет «условной» цены осуществляется до появления фактической цены товара.

Условный расчет «отсутствующей» цены на основе «метода прямого сопоставления»

Продукция	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Изменение цены, %
Продукция №1 (старая)	90 000	90 000	(90 500)	100,6
Продукция №2 (новая)	-	-	90 500	-

изменение цен

$$1,0061 = 90\,500 / 90\,000$$

Приложение №2
к «Методическим положениям по расчету
индексов цен производителей на
промышленную продукцию»

Условный пример №1

**Условный расчет индексов цен к предыдущему месяцу
по товару-представителю (сахар)**

	Цена, в сумах за кг		Индексы цен к предыдущему месяцу, %	
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыду - щий год (G-1)	за текущий год (G)
А	Б	В	Г	Д
декабрь года (G-2)	5200	х	х	х
январь	5300	6000	101,92 (5300/5200×100%)	100,00 (6000/6000×100%)
февраль	5300	6200	100,00 (5300/5300×100%)	103,37 (6200/6000×100%)
март	5500	6200	103,77 (5500/5300×100%)	100,00 (6200/6200×100%)
апрель	5500	6500	100,00 (5500/5500×100%)	104,84 (6500/6200×100%)
май	5600	6500	101,82 (5600/5500×100%)	100,00 (6500/6500×100%)
июнь	5600	6600	100,00 (5600/5600×100%)	101,54 (6600/6500×100%)
июль	5700	6600	101,79 (5700/5600×100%)	100,00 (6600/6600×100%)
август	5700	6700	100,00 (5700/5700×100%)	101,52 (6700/6600×100%)
сентябрь	5800	6700	101,75 (5800/5700×100%)	100,00 (6700/6700×100%)
октябрь	5800	6800	100,00 (5800/5800×100%)	101,49 (6800/6700×100%)
ноябрь	6000	6800	103,45 (6000/5800×100%)	100,00 (6800/6800×100%)
декабрь	6000	7000	100,00 (6000/6000×100%)	102,94 (7000/6800×100%)

Условный пример №2

**Условный расчет индексов цен к декабрю предыдущего года
по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к предыдущему месяцу, %		Индексы цен к декабрю предыдущего года, %	
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыдущий год (G-1)	за текущий год (G)
А	Б	В	Г	Д
январь	101,92	100,00	101,92	100,00
февраль	100,00	103,37	101,92 (101,92×100,00/100%)	103,33 (100,00×103,33/100%)
март	103,77	100,00	105,76 (101,92×103,77/100%)	103,33 (103,33×100,00/100%)
апрель	100,00	104,84	105,76 (105,76×100,0/100%)	108,33 (103,33×104,84/100%)
май	101,82	100,00	107,69 (105,76×101,82/100%)	108,33 (108,33×100,00/100%)
июнь	100,00	101,54	107,69 (107,69×100,00/100%)	110,00 (108,33×101,54/100%)
июль	101,79	100,00	109,61 (107,69×101,79/100%)	110,00 (110,00×100,00/100%)
август	100,00	101,52	109,61 (109,61×100,00/100%)	111,67 (110,00×101,52/100%)
сентябрь	101,75	100,00	111,53 (109,61×101,75/100%)	111,67 (111,67×100,00/100%)
октябрь	100,00	101,49	111,53 (111,53×100,00/100%)	113,34 (111,67×101,49/100%)
ноябрь	103,45	100,00	115,38 (111,53×103,45/100%)	113,34 (113,34×100,00/100%)
декабрь	100,00	102,94	115,38 (115,38×100,00/100%)	116,67 (113,34×102,94/100%)

— данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №1 (см. гр. Г и гр. Д).

**Условный расчет индексов цен к декабрю базового года
по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к предыдущему месяцу, %		Индексы цен к декабрю базового года (G-2), %	
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыдущий год (G-1)	за текущий год (G)
А	Б	В	Г	Д
декабрь базового года (G-2)	100,00	х	100,00	х
январь	101,92	100,00	101,92 (100,00×101,92/100%)	115,38 (115,38×100,00/100%)
февраль	100,00	103,37	101,92 (101,92×100,00/100%)	119,22 (115,38×103,33/100%)
март	103,77	100,00	105,76 (101,92×103,77/100%)	119,22 (119,22×100,00/100%)
апрель	100,00	104,84	105,76 (105,76×100,0/100%)	124,99 (119,22×104,84/100%)
май	101,82	100,00	107,69 (105,76×101,82/100%)	124,99 (124,99×100,00/100%)
июнь	100,00	101,54	107,69 (107,69×100,00/100%)	126,92 (124,99×101,54/100%)
июль	101,79	100,00	109,61 (107,69×101,79/100%)	126,92 (126,92×100,00/100%)
август	100,00	101,52	109,61 (109,61×100,00/100%)	128,85 (126,92×101,52/100%)
сентябрь	101,75	100,00	111,53 (109,61×101,75/100%)	128,85 (128,85×100,00/100%)
октябрь	100,00	101,49	111,53 (111,53×100,00/100%)	130,77 (128,85×101,49/100%)
ноябрь	103,45	100,00	115,38 (111,53×103,45/100%)	130,77 (130,77×100,00/100%)
декабрь	100,00	102,94	115,38 (115,38×100,00/100%)	134,61 (130,77×102,94/100%)

– данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №1 (см. гр. Г и гр. Д).

**Условный расчет индексов цен за месяцы текущего года к соответствующим
месяцам предыдущего года по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к декабрю базового года (G-2), %		Индексы цен за месяц текущего года (G) к соответствующему месяцу предыдущего года (G-1), %
	за предыдущий год (G-1)	за текущий год (G)	
А	Б	В	Г
январь	101,92	115,38	113,21 (115,38/101,92×100%)
февраль	101,92	119,22	116,97 (119,22/101,92×100%)
март	105,76	119,22	112,73 (119,22/105,76×100%)
апрель	105,76	124,99	118,18 (124,99/105,76×100%)
май	107,69	124,99	116,06 (124,99/107,69×100%)
июнь	107,69	126,92	117,86 (126,92/107,69×100%)
июль	109,61	126,92	115,79 (126,92/109,61×100%)
август	109,61	128,85	117,55 (128,85/109,61×100%)
сентябрь	111,53	130,77	115,53 (128,85/111,53×100%)
октябрь	111,53	130,77	117,25 (130,77/111,53×100%)
ноябрь	115,38	130,77	113,34 (130,77/115,38×100%)
декабрь	115,38	134,61	116,67 (134,61/115,38×100%)

– данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №3 (см. гр. Г и гр. Д).

**Условный расчет индексов цен за период с начала текущего года к
соответствующему периоду предыдущего года по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к декабрю базового года (G-2), %		Сумма индексов цен с января		Индексы цен за период с начала текущего года (G) к соответствующему периоду предыдущего года (G-1), %
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыдущий год (G-1)	за текущий год (G)	
А	Б	В	Г	Д	Е=Д/Г
январь	101,92	115,38	101,92	115,38	113,21
февраль	101,92	119,22	203,84 (101,92+101,92)	234,60 (115,38+119,22)	115,09
март	105,76	119,22	309,60 (203,84+105,76)	353,82 (234,60+119,22)	114,28
апрель	105,76	124,99	415,36 (309,6+105,76)	478,81 (353,82+124,99)	115,28
май	107,69	124,99	523,05 (415,36+107,69)	603,80 (478,81+124,99)	115,44
июнь	107,69	126,92	630,74 (523,05+107,69)	730,72 (603,80+126,92)	115,85
июль	109,61	126,92	740,35 (630,74+109,61)	857,64 (730,72+126,92)	115,84
август	109,61	128,85	849,96 (740,35+109,61)	986,49 (857,64+128,85)	116,06
сентябрь	111,53	130,77	961,49 (849,96+111,53)	1115,34 (986,49+128,85)	116,00
октябрь	111,53	130,77	1073,02 (961,49+111,53)	1246,11 (1115,34+130,77)	116,13
ноябрь	115,38	130,77	1188,40 (1073,02+115,38)	1376,88 (1246,11+130,77)	115,86
декабрь	115,38	134,61	1303,78 (1188,40+115,38)	1511,49 (1376,88+134,61)	115,93

– данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №3 (см. гр. Г и гр. Д).

**Условный расчет индексов цен за квартал текущего года к предыдущему
кварталу
по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к декабрю базового года (G-2), %		Сумма индексов цен с 1-го по 3-й месяцы квартала		Индекс за квартал текущего года (G) к предыдущему кварталу, %
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	
А	Б	В	Г	Д	Е
январь	101,92	115,38			
февраль	101,92	119,22			
март	105,76	119,22		353,82 (115,38+119,22+ 119,22)	103,37 (353,82/342,29× 100%)
апрель	105,76	124,99			
май	107,69	124,99			
июнь	107,69	126,92		376,90 (124,99+124,99+ 126,92)	106,52 (376,9/353,82× 100%)
июль	109,61	126,92			
август	109,61	128,85			
сентябрь	111,53	130,77		384,62 (126,92+128,85+ 128,85)	102,05 (384,62/376,9× 100%)
октябрь	111,53	130,77			
ноябрь	115,38	130,77			
декабрь	115,38	134,61	342,29 (111,53+115,38+ 115,38)	396,15 (130,77+130,77+ 134,61)	103,00 (396,15/384,62× 100%)

– данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №3 (см. гр. Г и гр. Д).

**Условный расчет индексов цен за квартал текущего года к соответствующему
кварталу предыдущего года по товару-представителю (сахар)**

	Индексы цен к декабрю базового года (G-2), %		Сумма индексов цен с 1-го по 3-й месяцы квартала		Индекс за квартал текущего года (G) к соответствующему кварталу предыдущего года (G-1), %
	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	за предыду- щий год (G-1)	за текущий год (G)	
А	Б	В	Г	Д	Е=Д/Г
январь	101,92	115,38			
февраль	101,92	119,22			
март	105,76	119,22	309,60 (101,92+101,92+ 105,76)	353,82 (115,38+119,22+ 119,22)	114,28
апрель	105,76	124,99			
май	107,69	124,99			
июнь	107,69	126,92	321,14 (105,76+107,69+ 107,69)	376,90 (124,99+124,99+ 129,92)	117,36
июль	109,61	126,92			
август	109,61	128,85			
сентябрь	111,53	130,77	330,75 (109,61+109,61+ 111,53)	384,62 (126,92+128,85+ 128,85)	116,29
октябрь	111,53	130,77			
ноябрь	115,38	130,77			
декабрь	115,38	134,61	342,29 (111,53+115,38+ 115,38)	396,15 (130,77+130,77+ 134,61)	115,74

– на данные гр. Б и гр. В таблицы рассчитаны в условном примере №3 (см. гр. Г и гр. Д).