



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu3.2016.3.13>

УДК 311.41

ББК 60.6

## ИННОВАЦИИ В СТАТИСТИЧЕСКОМ НАБЛЮДЕНИИ ЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ЦЕНАМИ

**Ольга Степановна Олейник**

Доктор экономических наук, профессор,  
Руководитель Территориального органа  
Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области  
vcomstat@avtlg.ru  
ул. Володарского, 1, 400066 г. Волгоград, Российская Федерация

**Лариса Евгеньевна Комочкина**

Начальник отдела статистики цен и финансов Территориального органа  
Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области  
vcomstat@avtlg.ru  
ул. Володарского, 1, 400066 г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья посвящена анализу инновационных изменений в методологии статистического наблюдения за потребительскими ценами. Данные изменения отражены в «Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индекса потребительских цен», утвержденной приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734. Суть инноваций заключается в использовании математических методов при определении круга обследуемых объектов торговли и сферы услуг, при расчете достаточного количества наблюдаемых ценовых котировок, исходя из дисперсии цен, удельного веса наблюдаемого товара (услуги)-представителя в потребительских расходах населения, а также показателя сложности регистрации цен.

Авторами были проанализированы математические расчеты необходимого числа котировок для наблюдения в Волгоградской области в 2016 г., результаты расчетов сопоставлены с числом котировок, включенных в наблюдение. Авторы считают, что внедрение данных математических моделей позволило принципиально снизить влияние субъективного фактора при организации наблюдения за потребительскими ценами, и, следовательно, повысить объективность получаемой статистической информации о потребительских ценах и уровне инфляции. В то же время предложенная методология нуждается в дальнейшем совершенствовании в части расчетов по товарам (услугам)-представителям, имеющим незначительный удельный вес в потребительских расходах населения.

**Ключевые слова:** инфляция, потребительская цена, статистическое наблюдение, структура потребительских расходов, товар (услуга)-представитель, условная дисперсия, ценовая котировка.

шающих ориентиров политики, способствует объективному обсуждению конкретных вопросов и удовлетворяет потребности в информации всех лиц и учреждений, вовлеченных в процессы политической жизни [3].

Статистическое наблюдение за потребительскими (или розничными) ценами на товары и услуги является информационной основой для расчета одного из наиболее значимых экономических индикаторов – индекса потребительских цен (ИПЦ), характеризующего уровень инфляции. Данные официальной статистики потребительских цен применяются в целях осуществления государственной финансовой политики, анализа и прогноза ценовых процессов в экономике, пересмотра минимальных социальных гарантий населению, для расчета прожиточного минимума, в решении правовых споров [4; 5]. В связи с отсутствием каких-либо альтернативных источников оценки инфляции в России, важность достоверности данной статистической информации особенно высока [1].

По оценке миссии Международного Валютного Фонда, в России соблюдается большинство требований к порядку расчета инфляции, обеспечению точности и надежности оценок. Тем не менее Росстатом признавалось наличие определенных проблем в организации и методологии наблюдения [2].

В целях совершенствования наблюдения за потребительскими ценами была разработана и утверждена приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734 новая версия «Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индекса потребительских цен».

Потребительской ценой является конечная цена потребления, которая включает помимо

стоимости производства налог на добавленную стоимость, акциз, другие прямые и косвенные налоги, а также доходы и расходы товаропроводящей сети (торговую наценку).

В соответствии с официальной методологией наблюдение за потребительскими ценами строится на выборочной основе по выборочному кругу:

- городов;
- объектов торговли и сферы услуг;
- товаров и услуг-представителей;
- товаров и услуг с конкретными потребительскими свойствами (ценовых котировок) (рис. 1).

Именно поэтому практические проблемы в организации наблюдения за потребительскими ценами связаны, прежде всего, с методом отбора. «Нередко подвергается критике подход, при котором отбор товарных групп и цен-представителей... не является случайным, то есть не проводится реальный отбор выборочной совокупности операций по купле-продаже...» [8].

В каждом субъекте России в наблюдение за ценами включается, как правило, 2–4 города. В целом по России обследуется в настоящее время 279 городов. В Волгоградской области в наблюдение включены 2 города – Волгоград и Камышин.

Формирование совокупности объектов наблюдения в соответствии с новой методологией производится отдельно в каждом городе при сочетании элементов вероятностной и направленной выборок. Объем выборки зависит от количества торговых организаций в городе и осуществляется в соответствии с процентом выборки, утвержденным официальной методологией, отдельно по крупным, средним и малым предприятиям (см. табл. 1).

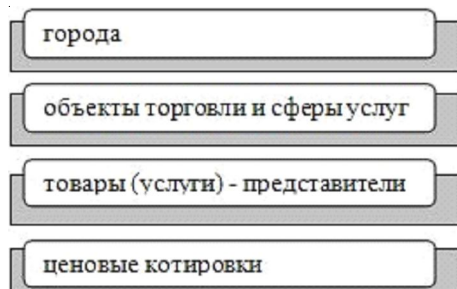


Рис. 1. Выборочные совокупности для организации наблюдения за потребительскими ценами  
Примечание. Составлено авторами.

**Объем выборки крупных, средних и малых организаций торговли (сферы услуг)  
в зависимости от их числа в городе**

№ п/п	Группы по количеству организаций торговли (сферы услуг) в городе	Заданный объем выборки – $n$ , в % от $N_i^1, N_i^2, N_i^3$
1	До 10	100
2	От 11 до 300	30
3	От 301 до 1 000	20
4	Более 1 000	10

*Примечание.* Составлено по: [6].

Шаг отбора для каждой основы выборки определяется делением числа организаций в основе выборки на расчетный объем каждой выборки. Последний объект в шаге включается в выборку.

На следующем этапе осуществляется анализ соответствия объектов торговли и услуг требованиям для наблюдения, проводится коррекция выборки. В наблюдение обязательно добавляются сетевые магазины, розничные рынки, ярмарки, если они не вошли в совокупность методом случайного отбора. Исключаются из наблюдения организации, реализующие товары (услуги), уровень цен на которые в 2 и более раза превышает средний сложившийся их уровень на аналогичные товары [6].

В 2016 г. для наблюдения цен в Волгоградской области была отобрана 921 организация сферы торговли и услуг, в том числе в г. Волгограде – 645, в г. Камышине – 276. В выборку были включены все сетевые магазины, рынки, а также торговые предприятия различных типов, форм собственности, расположенные как в центральной части города, так и на его окраинах, то есть в наблюдение попали организации с различными условиями торговли.

Потребительский набор товаров и услуг, на основании которого осуществляется наблюдение за ценами, представляет собой единую для всех субъектов Российской Федерации выборку групп товаров и услуг, наиболее часто потребляемых населением [4; 6].

Данный набор разрабатывается Росстатом с учетом предложений заинтересованных экономических ведомств и остается неизменным в течение определенного времени (не

менее года). Последние три года структура набора практически не меняется.

В него включены практически все товары и услуги массового потребительского спроса: основные продукты питания (молочные, мясные, рыбные, хлебобулочные, кондитерские, крупы, картофель, овощи и фрукты), алкогольные напитки и ряд деликатесных продуктов. Из непродовольственных товаров наблюдаются: одежда и обувь, мебель и предметы интерьера, бытовая и вычислительная техника, игрушки и школьные принадлежности, парфюмерия и моющие средства, бензин и легковые автомобили, табачные и ювелирные изделия и т. д. В перечень наблюдаемых услуг для населения входят бытовые, жилищно-коммунальные услуги, услуги различных видов транспорта, туризма, в том числе зарубежного, медицины, образования, культуры, банковские и страхования, ритуальные. Каждая из перечисленных групп в свою очередь представлена подгруппами товаров и услуг, включающими в себя один или несколько товаров (услуг)-представителей.

Всего в набор входит 508 товаров (услуг)-представителей, в том числе 125 – продуктов питания, 260 – непродовольственных товаров, 123 вида услуг для населения (см. рис. 2).

Под товаром-представителем понимается совокупность товаров, отличающихся незначительными особенностями. Например, группа товаров «Сыр» представлена товарами-представителями «Сыры твердые и мягкие», «Сыры плавленые», «Национальные сыры»; группа «Обувь женская» включает товары-представители «Туфли модельные кожаные», «Босоножки летние кожаные», «Туфли закрытые из искусственной кожи» и т. д.

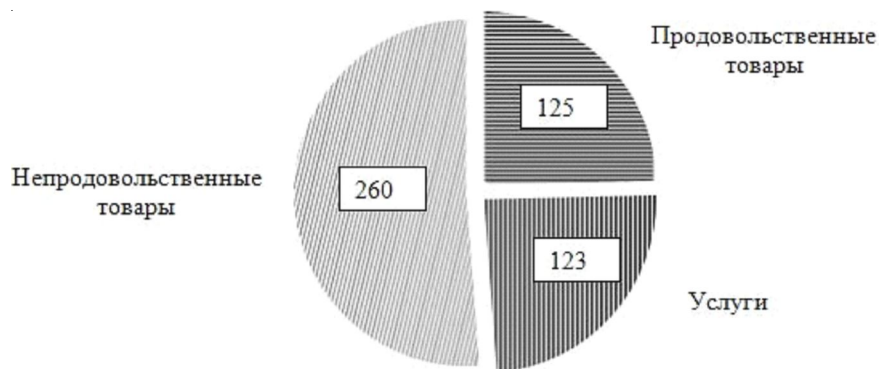


Рис. 2. Потребительский набор товаров (услуг)-представителей

Примечание. Составлено по: [6].

По указаниям, действовавшим до 2015 г., весь набор обследовался только в региональных центрах, в других городах наблюдалось в разные периоды от 268 до 329 наименований [4].

В свете новой методологии в каждом городе должен быть максимально охвачен весь перечень товаров (услуг)-представителей. В г. Волгограде в 2016 г. регистрируется 501 товар-представитель из 508 возможных, в г. Камышине набор расширен до 440 позиций. Не обследуются товары и услуги, отсутствующие на потребительском рынке городов или имеющиеся в продаже не систематически (рис. 3).

По каждому товару (услуге) в каждом наблюдаемом городе специалисты органов статистики (регистраторы) отбирают для наблюдения товары с конкретными потребительскими свойствами или ценовые котировки из имеющегося в продаже ассортимента товаров или услуг, учитывая спрос и регулярность

наличия в продаже в наблюдаемых организациях. При этом уровень ценовых котировок, включаемых в выборку, должен быть доступен для массового потребителя.

До 2015 г. по каждому товару рекомендовалось наблюдать не менее 5 (как правило, 5–10) ценовых котировок [4]. То есть специалист-регистратор самостоятельно, нередко на основе личного представления о спросе на те или иные товары, осуществлял подбор котировок для наблюдения. По продовольственным товарам обычно регистрировалось большее число котировок, чем по непродовольственным, при том что именно для непродовольственных товаров характерен более широкий ассортимент и диапазон цен. Наименьшее число котировок регистрировалось, как правило, по услугам [2].

В соответствии с новой официальной статистической методологией данный процесс был поставлен в зависимость не от субъективных предпочтений регистраторов, а от кон-



Рис. 3. Количество товаров (услуг), включенных в наблюдение в 2016 г. в Волгоградской области

Примечание. Составлено авторами.

кретных статистических данных. Количество необходимых для наблюдения ценовых котировок с 2015 г. определяется расчетным путем. При этом на каждый товар (услугу)-представитель в каждом городе также рекомендуется регистрировать не менее 5 ценовых котировок. Исключения составляют отдельные регулируемые на государственном или местном уровне виды услуг, на которые в городе действуют единые тарифы.

Расчет достаточного количества ценовых котировок по городам Волгоградской области на 2016 г. состоял из двух этапов.

На первом этапе был определен перечень регулируемых услуг, для которых количество ценовых котировок принимается равным единице.

В г. Волгограде таких услуг 28, в г. Камышине – 23. К ним относятся:

- проезд в муниципальном транспорте (автобус, трамвай, троллейбус, пригородный поезд);
- услуги электросвязи и федеральной почтовой связи;
- все коммунальные услуги;
- жилищные услуги в домах государственного и муниципального жилищного фондов;
- посещение детского ясли-сада;
- услуги ЗАГСа.

На втором этапе было рассчитано количество ценовых котировок ( $K_j$ ) для всех остальных товаров (услуг)-представителей, исходя из дисперсии цен, удельного веса товара в структуре потребительских расходов населения и показателя условной сложности регистрации по формуле:

$$K_j = \frac{U_j \cdot W_j}{R_j} \cdot 1000,$$

где  $K_j$  – количество ценовых котировок  $j$ -го товара (услуги), ( $N_j \geq 5$ );  $U_j$  – условная дисперсия цен  $j$ -го товара (услуги);  $W_j$  – вес  $j$ -го товара (услуги) в структуре потребительских расходов;  $R_j$  – показатель, оценивающий сложность регистрации ценовой котировки  $j$ -го товара (услуги).

Условная дисперсия позволяет при отсутствии сплошного обследования оценить степень колебания цен на отдельные товары с конкретными потребительскими свойствами (ценовые котировки) в городе.

Для определения значения дисперсии по каждому товару (услуге) было рассчитано среднее арифметическое из зарегистрированных в предыдущем году ценовых котировок, затем определено среднее квадратическое отклонение от средней величины по формуле:

$$y_j = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2},$$

где  $\bar{x}_j$  – среднее арифметическое выборки ценовых котировок было рассчитано по формуле:

$$\bar{x}_j = \frac{x_{1j} + x_{2j} + \dots + x_{nj}}{n} = \frac{\sum_{j=1}^n x_j}{n},$$

где  $x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$  – ценовые котировки  $j$ -го товара (услуги)-представителя (элемент выборки);  $n$  – количество зарегистрированных ценовых котировок.

Далее по каждому товару (услуге)-представителю был произведен расчет коэффициента вариации как отношение среднего квадратического отклонения к средней арифметической величине:

$$v_j = \frac{y_j}{\bar{x}_j} \cdot 100 \%,$$

где  $v_j$  – коэффициент вариации по  $j$ -му товару (услуге)-представителю;  $y_j$  – среднее квадратическое отклонение цен на товары (услуги) от средней величины;  $\bar{x}_j$  – среднее арифметическое выборки ценовых котировок.

Для определения значения условной дисперсии ( $U_j$ ) Росстатом экспертно была принята шкала однородности совокупности. При коэффициенте вариации цен до 30 % условная дисперсия принимается равной 1, от 30 до 60 % – 2, от 60 до 90 % – 3, более 90 % – 4 (табл. 2).

Пример определения показателя условной дисперсии по отдельным видам товаров (услуг)-представителей на 2016 г. по городу Волгограду представлен в таблице 3.

По данным проведенных расчетов по большинству регистрируемых в городах Волгоградской области товаров условная дисперсия составила 1 (59 % товаров) и 2 (33 %). Условная дисперсия, равная 3–4, сложилась по 34 товарам (8 %): это отдельные лекарства, медицинские и стоматологические услуги, парфюмерно-косметические товары,

Таблица 2

## Шкала однородности совокупности на основе коэффициента вариации

Коэффициент вариации $v_j$ , %	Степень однородности совокупности	Принимаемое значение показателя условной дисперсии $U_j$
До 30	Однородная	1
30–60	Слабо разнородная	2
60–90	Умеренно разнородная	3
Более 90	Высоко разнородная	4

Примечание. Составлено по: [6].

Таблица 3

## Расчет показателя условной дисперсии по отдельным товарам-представителям в г. Волгограде

№ п/п	Наименование товаров (услуг)-представителей	Объем выборки, $n$	Средняя цена, $\bar{x}_j$	Среднее квадратическое отклонение, $y_j$	Коэффициент вариации, $v_j$	Условная дисперсия, $U_j$
1	2	3	4	5	$6 = \text{гр}5 / \text{гр}4 * 100$	7
1	Картофель, кг	10	20,06	5,76	28,71 %	1
2	Капуста белокочанная свежая, кг	10	16,13	4,00	24,82 %	1
3	Хлеб ржаной, ржано-пшеничный, кг	13	37,84	6,57	17,36 %	1
4	Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1-го и 2-го сортов, кг	13	42,36	14,05	33,18 %	2
5	Сапоги цельнорезиновые для взрослых, пара	6	717,83	211,47	29,46 %	1
6	Бензин автомобильный марки АИ-92, л	15	33,92	0,30	0,89 %	1
7	Газомоторное топливо, л	5	17,06	0,17	0,98 %	1
8	Ковер шерстяной, полушерстяной, кв. м	5	4 039,68	793,18	19,73 %	1

Примечание. Составлено авторами.

услуги по организации торжеств, общественного питания, некоторые продукты питания (бобовые, плавленые сыры, минеральная и газированная вода, вина).

Другим показателем, определяющим расчетное количество котировок, является  $W_j$  – доля товара в структуре потребительских расходов населения, которая используется для расчета ИПЦ (инфляции) в субъекте. Структура потребительских расходов рассчитывается ежегодно по каждому региону на основе статистических данных обследования бюджетов домашних хозяйств, а также данных о производстве отдельных товаров, структуре розничного товарооборота, статистики организаций ЖКХ и т. д. Чем больше вес товара (услуги)-представителя в общей структуре расходов, тем больше будет влияние изменения его цены на итоговое значе-

ние ИПЦ, соответственно, для таких товаров (услуг) следует регистрировать большее количество котировок.

И третий показатель, определяющий число котировок – показатель условной сложности регистрации  $R_j$ , зависящий как от характеристики самого товара (услуги)-представителя, так и от типа организации торговли.

Шкала значений показателя сложности регистрации установлена также Росстатом, а по каждому товару оценивается экспертно специалистами, осуществляющими регистрацию цен:

$R_j = 1$  – «невысокая сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий простые характеристики, которые не подвергаются частым изменениям, и присутствующий в продаже практически в любой организации торговли (сферы услуг);

$R_j = 2$  – «средняя сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий несложные характеристики и присутствующий в продаже, как правило, в средних, мелких и специализированных организациях торговли (сферы услуг);

$R_j = 3$  – «высокая сложность регистрации» цен на товар (услугу)-представитель, имеющий либо сложные характеристики, которые часто подвергаются изменениям, и присутствующий в продаже в специализированных организациях торговли (сферы услуг) или в труднодоступных торговых точках.

Невысокую сложность регистрации (1), по оценке специалистов Волгоградстата, имеет большинство продуктов питания и услуг; среднюю (2) – непродовольственные товары, такие как одежда, обувь, мебель, лекарства; высокую (3) – легковые автомобили, сложнороботизированная техника, строительные материалы, топливо, услуги общественного питания, операторов сотовой связи.

Таким образом, чем больше разброс цен на товар (дисперсия) и чем больше вес товара (услуги)-представителя в общей структуре потребительских расходов, тем больше расчетное количество котировок для наблюдения. В то же время увеличение коэффици-

ента сложности приводит к уменьшению расчетного числа наблюдаемых котировок.

В таблице 4 приведен пример расчета количества ценовых котировок на отдельные товары в городе Волгограде на основе данных об удельных весах в структуре потребления ( $W_j$ ), условной дисперсии ( $U_j$ ) и условной сложности регистрации ( $R_j$ ).

В результате проведенных расчетов по подавляющему большинству товаров-представителей расчетное число достаточных котировок составило менее 5:

- 1 котировка – по 63 % товаров;
- 2–4 котировки – 24 %;
- 5–10 котировок – 11,5 %;
- 11–15 котировок – 1,1 %;
- 16–20 котировок – 0,2 %.

Анализ математической модели показал, что по товарам, имеющим удельный вес в потребительских расходах населения менее 0,00100, даже при максимальной дисперсии цен (4) и минимальной условной сложности регистрации (1), расчетное число котировок составит менее 5. В структуре потребительских расходов по Волгоградской области таких товаров (услуг)-представителей, например, 271 или более половины (54 %). Это довольно значимые для потребления населением услуги:

Таблица 4

**Расчет количества ценовых котировок на отдельные виды товаров (услуг)-представителей в г. Волгограде**

№ п/п	Наименование товара	Условная дисперсия, $U_j$	Условная сложность регистрации цен, $R_j$	Удельный вес товара в общих потребительских расходах, $W_j$	Количество ценовых котировок	
					расчетное количество, $K_j$	принятое для регистрации цен
1	2	3	4	5	$6 = (\text{гр. 3} * \text{гр. 5}) / \text{гр. 4} * 1\ 000$	7
1	Картофель, кг	1	1	0,00833	8,33	10
2	Капуста белокочанная свежая, кг	1	1	0,00210	2,10	10
3	Хлеб ржаной, ржано-пшеничный, кг	1	1	0,00374	3,74	13
4	Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1-го и 2-го сортов, кг	2	1	0,00576	11,52	13
5	Сапоги цельнорезиновые для взрослых, пара	1	2	0,00038	0,19	5
6	Бензин автомобильный марки АИ-92, л	1	2	0,02682	13,41	15
7	Газомоторное топливо, л	1	1	0,00080	0,80	5
8	Ковер шерстяной, полушерстяной, кв. м	1	1	0,00022	0,22	5

*Примечание.* Составлено авторами.

поезд в поездах дальнего следования, туристические, медицинские, юридические, банковские, а также различные предметы быта, парфюмерно-косметические товары, лекарства, книги, товары для спорта и т. д. То есть предложенная модель не позволяет расчетным путем получить по каждому товару (услуге)-представителю не менее 5 котировок. Возможны два пути решения данной проблемы: посредством изменения шкалы условной дисперсии либо введением в формулу вместо реального удельного веса товара (услуги) в потребительских расходах – также условного диапазона показателей.

Расчетное число котировок для наблюдения в 2016 г. составило 1 831, или в среднем по 2 котировки на товар (услугу). В то же время в соответствии с методологией по каждому товару (услуге), кроме регулируемых, должно обследоваться не менее 5 котировок. Кроме того, официальная методология рекомендует в крупных универсальных магазинах проводить регистрацию цен по более широкому перечню товаров. Количество ценовых котировок должно также учитывать структуру потребления товаров в регионе, насыщенность потребительского рынка товарами (услугами), уровень развития предприятий торговли и сферы услуг. По ряду товаров рекомендуется через количество наблюдаемых котировок учитывать структуру рынка данного товара в городе. Например, число регистрируемых котировок по бензину рассчитывается исходя из числа заправок различных нефтяных компаний. При организации наблюдения за ценами на хлеб рекомендуется обследовать продукцию всех производителей хлеба, присутствующих на рынке города. Для определения стоимости жилищных услуг в приватизированном жилье необходимо обследо-

вать дома с различными видами благоустройства (их в г. Волгограде, например, установлено 13) и т. д. [7].

С учетом результатов расчета, а также других методологических рекомендаций, в наблюдение по Волгоградской области в 2016 г. было включено 7 518 ценовых котировок, или в 4,1 раза больше расчетного количества (табл. 5):

- по 1 котировке регистрируются цены по 7,3 % товаров;
- по 2–4 – 4 %;
- по 5–10 – 65 %;
- по 11–15 – 21 %;
- по 16–20 – 2,3 %.

В среднем в 2016 г. в Волгоградской области регистрируется по 8 ценовых котировок на товар (услугу)-представитель, в том числе в г. Волгограде – по 9,5 котировок, в г. Камышине – по 6,3 котировки.

По ряду наименований потребительского набора (4 %), помимо регулируемых, в 2016 г. регистрируется менее 5 котировок в связи с тем, что данные товары (услуги) предоставляют организации-монополисты (например, РЖД, ритуальное предприятие «Память», организации, реализующие дрова, уголь, сжиженный газ, газомоторное топливо), либо они недостаточно представлены на рынке городов Волгоградской области (музеи, санатории, отдельные бытовые услуги, лекарства определенной дозировки и ряд других товаров).

Информация об уровне потребительских цен и индексе потребительских цен всегда находится в центре внимания общественности. Именно в связи с тем, что этому индексу придается большое значение со стороны политиков и населения, методика расчета должна быть как можно более понятной общественности и внушать доверие [8]. Те иннова-

Таблица 5

**Количество ценовых котировок на товар (услугу)-представитель в 2016 г.**

Количество котировок на товар (услугу)	Расчетное значение (удельный вес товаров в наборе), %	Принятое для регистрации значение (удельный вес товаров в наборе), %
1	63	7,3
2–4	24	4,0
5–10	11,5	65
11–15	1,1	21
16–20	0,2	2,3

*Примечание.* Составлено авторами.



ционные изменения, которые Росстат внес в методологию наблюдения за потребительскими ценами, безусловно, направлены на повышение достоверности и точности данного наблюдения:

– формирование круга наблюдаемых объектов торговли и сферы услуг методами вероятностной и направленной выборки;

– установление единого перечня наблюдаемых товаров (услуг)-(представителей) во всех обследуемых городах;

– внедрение математической модели расчета необходимого числа ценовых котировок, исходя из дисперсии цен, доли товара в потребительских расходах и условной сложности регистрации.

Таким образом, снижено влияние субъективного фактора при формировании выборки объектов наблюдения и ценовых котировок, данный процесс стал унифицированным и математически обоснованным. Однако отдельные положения методологии, в частности, математическая модель расчета необходимого числа котировок для товаров (услуг), имеющих незначительный удельный вес в расходах населения, может быть в дальнейшем несколько усовершенствована.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Альтернативная инфляция : аналитический доклад департамента стратегического анализа // Фонд борьбы с коррупцией (ФБК), 2006. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.fbk.ru/upload/contents/561/alternative\\_inflation.pdf](http://www.fbk.ru/upload/contents/561/alternative_inflation.pdf). – Загл. с экрана.

2. Измерение инфляции в России. Анализ требований методологии и практики сбора данных о ценах : аналит. докл. – М., 2011.

3. Липпе, Петер фон дер. Экономическая статистика : учебник. Т. 1. Статистические очерки Европейского центра повышения квалификации / Петер фон дер Липпе. – Штуттгарт : Метцлер – Пэшель, 1995. – 629 с.

4. Методологические положения по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен : [утв. Постановлением Росстата № 110 от 30.12.2005]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/ipc\\_met.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/ipc_met.htm). – Загл. с экрана.

5. О прожиточном минимуме в Российской Федерации : федер. закон от 24.10.1997 № 134-ФЗ

(ред. от 03.12.2012). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. Официальная статистическая методология организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен : приказ Росстата № 734 от 30.12.2014.

7. Руководство по регистрации потребительских цен и тарифов на платные услуги населению : [утв. зам. рук. Федер. службы гос. статистики К. Э. Лайкам 15.02.2008].

8. Статистика цен / [под ред. Петера фон дер Липпе и Рудольфа Янке] ; Федер. стат. упр. Германии. – Штуттгарт : Метцлер – Пэшель, 1998. – 370 с. – (Статистические очерки Европейского центра повышения квалификации ; т. 6).

#### REFERENCES

1. Alternativnaya inflyatsiya: analiticheskiy доклад departamenta strategicheskogo analiza [Alternative Inflation: Analytical Report of the Department of Strategic Analysis]. *Fond borby s korruptsией (FBK)* [Fund on Fight Corruption], 2006. Available at: [http://www.fbk.ru/upload/contents/561/alternative\\_inflation.pdf](http://www.fbk.ru/upload/contents/561/alternative_inflation.pdf).

2. *Izmerenie inflyatsii v Rossii. Analiz trebovaniy metodologii i praktiki sbora dannykh o tsenakh: analit. dokl.* [Measuring Inflation in Russia. The Analysis of Requirements of Methodology and Practice of Price Date Collection: Analytical Report]. Moscow, 2011.

3. Lippe P. *Ekonomicheskaya statistika: uchebnyk. T. 1. Statisticheskie ocherki Evropeyskogo tsentra povysheniya kvalifikatsii* [Economic Statistics: Textbook. Vol. 1. Statistical Sketches of the European Center of Advance Training]. Stuttgart, Metzler – Peshel Publ., 1995. 629 p.

4. *Metodologicheskie polozheniya po nablyudeniyu za potrebitelskimi tsenami na tovary i uslugi i raschetu indeksov potrebitelskikh tsen: (utv. Postanovleniem Rosstata № 110 ot 30.12.2005)* [Methodological Provisions for Monitoring Consumer Prices for Goods and Services and the Calculation of Consumer Price Indices (Approved by Rosstat Decree no. 110 of December 30, 2005)]. Available at: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/ipc\\_met.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/ipc_met.htm).

5. *O prozhitochnom minimume v Rossiyskoy Federatsii: feder. zakon ot 24.10.1997 № 134-FZ (red. ot 03.12.2012)* [About the Subsistence Wage of the Russian Federation: Federal Law of October 24, 1997 no. 134-FL (ed. of December 3, 2012)]. Access from Reference Legal System Konsultantplus.

6. *Ofitsialnaya statisticheskaya metodologiya organizatsii statisticheskogo nablyudeniya za*

*potrebitelskimi tsenami na tovary i uslugi i rascheta indeksov potrebitelskikh tsen: prikaz Rosstata № 734 ot 30.12.2014* [Official Statistical Methodology of Organization of Statistical Monitoring of Consumer Prices for Goods and Services and the Calculation of Consumer Price Indices: Order of Rosstat no. 734 of December 30, 2014].

7. *Rukovodstvo po registratsii potrebitelskikh tsen i tarifov na platnye uslugi naseleniyu: (utv. zam.*

*ruk. Feder. sluzhby gos. statistiki K.E. Laykam 15.02.2008)* [The Guidance of Recording the Consumer Price Guide and Tariffs for Paid Services to the Population: (approved by Deputy Head of Federal State Statistics Service K.E.Laykam, February 15, 2008)].

8. Lippe P., Janke R., eds. *Statistika tsen* [Price Statistics]. Stuttgart, Metzler – Peshel Publ., 1998. 370 p. (Statistical Sketches of the European Center of Excellence; vol. 6).

## INNOVATIONS IN STATISTICAL OBSERVATIONS OF CONSUMER PRICES

**Olga Stepanovna Oleynik**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of Regional Department of the Federal State Statistics Service of the Volgograd Region  
vcomstat@avtlg.ru  
Volodarskogo St., 1, 400066 Volgograd, Russian Federation

**Larisa Evgenyevna Komochkina**

Head of Department of Price and Finance Statistics,  
Regional Department of the Federal State Statistics Service of the Volgograd Region  
vcomstat@avtlg.ru  
Volodarskogo St., 1, 400066 Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** This article analyzes the innovative changes in the methodology of statistical surveys of consumer prices. These changes are reflected in the “Official statistical methodology for the organization of statistical observation of consumer prices for goods and services and the calculation of the consumer price index”, approved by order of the Federal State Statistics Service of December 30, 2014 no. 734. The essence of innovation is the use of mathematical methods in determining the range of studies objects of trade and services, in calculating the sufficient observable price quotes based on price dispersion, the proportion of the observed product (service), a representative of consumer spending, as well as the indicator of the complexity of price registration.

The authors analyzed the mathematical calculations of the required number of quotations for observation in the Volgograd region in 2016, the results of calculations are compared with the number of quotes included in the monitoring. The authors believe that the implementation of these mathematical models allowed to substantially reduce the influence of the subjective factor in the organization of monitoring of consumer prices, and therefore to increase the objectivity of the resulting statistics on consumer prices and inflation. At the same time, the proposed methodology needs further improvement in terms of payment for goods, products (services) by representatives having a minor share in consumer expenditure.

**Key words:** inflation, consumer price, statistical observation, structure of consumer spending, product (service)-representative, conditional dispersion, price quotation.