



**Экономический
и Социальный Совет**

Distr.: General
24 February 2012
Russian
Original: English

Европейская экономическая комиссия

Конференция европейских статистиков

Группа экспертов по национальным счетам

Одиннадцатая сессия

Женева, 30 апреля – 4 мая 2012 года

Пункт 4 предварительной повестки дня

Измерение объема услуг

**Текущая методология дефлятирования услуг
розничной и оптовой торговли в Системе
национальных счетов Канады**

**Записка, подготовленная Статистическим управлением
Канады**

Резюме

В настоящем документе рассказывается о реализации Программы индексов цен оптовой и розничной торговли в Статистическом управлении Канады, а также потенциальном использовании этих индексов для измерения объема услуг оптовой и розничной торговли в рамках Национальных счетов Канады.

I. Введение

1. На сектор услуг приходится около двух третей экономики Канады. Доля услуг достигает почти 40% валового внутреннего продукта, государственных услуг – 17%, а личных услуг – 11%. Несмотря на их важное значение, в экономической статистической системе индексов цен сектора деловых услуг Канады существует серьезный пробел. Этот пробел сказывается на качестве оценок изменений реального объема выпуска и производительности данного сектора.

2. В 2006–2007 годах Статистическое управление Канады приступило к существенному расширению своего охвата ценовой информации по сектору деловых услуг, делая упор на примерно 30 широких категориях деловых услуг. В реализации этого проекта достигнут значительный прогресс, и в 2009–2010 годах впервые был опубликован ряд индексов. Два важных индекса, которые являются темой этого документа – это Индекс цен на услуги оптовой торговли (ИЦУОТ) и Индекс цен на услуги розничной торговли (ИЦУРТ). Временные ряды данных обоих этих исследований начинаются с 2008 года.

3. Настоящий документ состоит из трех частей. Первая часть представляет собой описание текущей методологии, используемой Статистическим управлением Канады для расчета оценок объема услуг оптовой и розничной торговли. Значительное внимание уделяется описанию Программы индексов цен оптовой и розничной торговли. В рамках международного диалога по вопросу измерений объема значительное внимание должно быть уделено обсуждению проблем и вариантов измерения цен на услуги. В заключительной части документа приводится определенный анализ и обсуждение влияния, которое использование новых индексов оказывает на расчет оценок объема услуг оптовой и розничной торговли, а также вопросов перехода на новые индексы.

II. Оптовая и розничная торговля в Канаде

A. Обзор

4. Сектор оптовой торговли состоит из предприятий, которые в основном занимаются оптовым распределением товаров на свой страх и риск (приобретая право собственности на товар), или покупкой и продажей на условиях комиссии или платы за услуги (товар принадлежит другим контрагентам).

5. Процесс оптовой торговли является промежуточным этапом в распределении товара; предприятия оптовой торговли выступают в качестве торговых посредников, которые не производят и не потребляют конечный продукт, а продают товар предприятиям розничной торговли, другим торговым компаниям, и/или промышленным, институциональным или коммерческим пользователям. Однако некоторые оптовики, особенно те из них, которые занимаются поставками средств производства, продают продукцию поштучно конечным пользователям.

6. Розничная торговля является жизненно важным элементом экономики Канады, и услуги, оказываемые предприятиями розничной торговли, имеют крайне важное значение для эффективного и бесперебойного перемещения товаров в рамках процесса распределения. Сектор розничной торговли состоит из заведений, основной деятельностью которых является розничная продажа това-

ров, как правило без их изменения, а также оказание услуг, сопряженных с продажей товаров.

7. В 2008 году добавленная стоимость сектора розничной торговли составила 83,4 млрд. долл. или 5,5% общего объема (включая все отрасли) валового внутреннего продукта Канады. Если к этому прибавить оптовую торговлю, то доля торгового сектора составит 10,7% общенационального показателя.

8. Значимость и размер этих отраслей в экономике Канады обуславливают необходимость разработки высококачественных оценок объема услуг розничной и оптовой торговли.

В. Текущая методология дефлятирования услуг розничной и оптовой торговли в Системе национальных счетов Канады

9. В рамках Системы национальных счетов Канады (СНСК) существует ряд программ, охватывающих сектор оптовой и розничной торговли. Такими программами являются: программа "затраты-выпуск", программа расчета ежемесячных показателей ВВП по отраслям, а также программа расчета показателей ВВП по провинциям. В рамках каждой из этих программ рассчитываются и публикуются показатели оценки объема оптовых и розничных услуг – месячные, годовые, общенациональные и по провинциям/территориям. Статистическое управление Канады также публикует ежемесячные оценки объема розничной и оптовой торговли, которые являются важным текущим экономическим индикатором, используемым многими канадскими специалистами по прогнозированию и моделированию.

С. Годовые таблицы "затраты-выпуск"

10. Таблицы "затраты-выпуск" (З-В) служат наиболее подробной иллюстрацией экономики Канады. На основе этих таблиц ведется расчет контрольных значений ВВП в Системе национальных счетов Канады. Они рассчитываются на ежегодной основе, при этом последняя доступная справочная информация датируется 2008 годом.

11. Секторы розничной, оптовой торговли представлены в таблицах "затраты-выпуск" Канады в виде отдельных отраслей. Основную долю выпуска этой отрасли составляет розничная или оптовая наценка, которая определяется как объем продаж товаров, приобретенных для перепродажи, за вычетом стоимости товаров, приобретенных для перепродажи¹.

12. Номинальные оценки рассчитываются на основе результатов ежегодных обследований предприятий Статистического управления Канады (основными из которых являются ежегодные обследования розничной и оптовой торговли). Информация о выпуске в виде наценки, получаемая в рамках этих обследований, объединяется с данными о вторичном выпуске в виде оптовой и розничной наценки по другим отраслям. Таким образом, получают общий объем наценки,

¹ Следует отметить, что розничная и оптовая отрасли также производят другую продукцию, которая также является частью их валового выпуска.

который затем распределяется по различным измерениям таблицы "затраты-выпуск"².

13. Таблицы 3-B в постоянных ценах рассчитываются путем дефлятирования таблиц 3-B в номинальном выражении, составленных в ценах производителя, с использованием целого ряда дефляторов, таких как индекс цен на промышленную продукцию в отношении готовых изделий. Отраслевая добавленная стоимость в постоянных ценах рассчитывается с использованием метода двойного дефлятирования (разница между дефлятированным валовым выпуском и дефлятированными промежуточными затратами). При дефлятировании промежуточных затрат цена производителя дефлятируется отдельно от розничной и оптовой надбавок (т.е. цена производителя дефлятируется с использованием имплицитного индекса цен чистого выпуска, а оценка каждой надбавки в постоянных ценах рассчитывается косвенным образом). В настоящее время в СНСК новые ИЦУОТ и ИЦУРТ не используются для расчета оценок объема оптовых и розничных услуг. Вместо этого Статистическое управление Канады рассчитывает оценки объема следующим образом:

а) На первом этапе рассчитывается цена производителя по каждому товару в рамках таблицы "затраты-выпуск". Предположим, что цена производителя на товар x равна 100 долл.

б) На втором этапе оцениваются розничная и оптовая наценки по каждому товару³. Предположим, что оптовая наценка на товар x равна 5 долл., а розничная наценка на товар x также равна 5 долл.

в) Затем рассчитывается размер наценки, который представляет собой стоимость наценки, поделенную на цену производителя. Оптовая наценка на товар x будет равна 5 долл./100 долл. или 5%. Розничная наценка на товар x будет равна 5 долл./105 долл. или 4,8%⁴.

г) Затем размеры наценки текущего года и предыдущего года осредняются⁵ и применяются к базовой стоимости товара в постоянных ценах для определения расчетной наценки в постоянных ценах. Например, предположим, что дефлятированная стоимость товара x равна 90 долл. и что средний размер оптовой наценки (между годом t и $t-1$) равен 5%, а средний размер розничной наценки (между годом t и $t-1$) равен 4%. Показатель оптовой наценки в постоянных ценах будет равен $90 \text{ долл.} * 5\% = 4,5 \text{ долл.}$, а показатель розничной наценки в постоянных ценах будет равен $94,5 * 4\% = 3,7 \text{ долл.}$ Оптовая и розничная наценка в постоянных ценах по всем товарам затем агрегируются, чтобы получить показатель в постоянном долларовом выражении по отраслям оптовой и розничной торговли, соответственно.

е) Имплицитный индекс цен рассчитывается путем деления суммы показателей наценки в текущих ценах на сумму показателей наценки в посто-

² Следует отметить, что в Канаде сначала оценивается стоимость товаров для покупателя, затем определяется надбавка на цену производителя, которая равна разнице стоимости для покупателя за вычетом надбавки.

³ В рамках таблиц "затраты-выпуск" Канады сумма розничной и оптовой наценок по всем товарам равна выпуску в виде наценки розничного и оптового секторов.

⁴ Этот пример является упрощенной версией реальных расчетов, производимых в Канаде. На практике размер розничной наценки рассчитывается в виде процента от суммы расчетной номинальной цены производителя, оптовой наценки, транспортной наценки, складской наценки и наценки, связанной с транспортировкой нефти и газа по трубопроводам (за исключением наценки на распределение газа и налоговой наценки).

⁵ Осреднение за два года для снижения вариативности в данном индексе.

янных ценах. Данный имплицитный индекс используется для проверки достоверности результатов дефлятирования. Если имплицитный индекс не согласуется с тем, что считается изменением относительных цен на розничные и оптовые услуги, проводится дополнительное изучение данных.

D. Месячные расчеты ВВП по отраслям

14. Месячные оценки ВВП оптовой и розничной торговли являются проекциями годовых оценок ВВП в постоянных ценах на основе базовых цен, источником которых являются таблицы 3-В в постоянных ценах, упомянутые выше. Новые показатели ИЦУОТ и ИЦУРТ в настоящее время не используются для расчета оценок объема.

15. В целях расчета месячных оценок объема розничных и оптовых услуг изменения объема выпуска в постоянных ценах используются в качестве индикаторов темпов роста добавленной стоимости в постоянных ценах в разбивке по отраслям. Предполагается, что изменение объема выпуска в постоянных ценах описывается месячными темпами роста объемов продаж предприятий розничной и оптовой торговли в постоянных ценах.

16. Статистическое управление Канады ежемесячно рассчитывает оценки розничных и оптовых продаж. Эти оценки служат основой для месячных оценок объема ВВП оптового и розничного сектора. Методология расчета месячных оценок объема ВВП розничного сектора является следующей:

а) Сначала из данных Ежеквартального обследования розничной торговли товарами Статистического управления Канады берется объем продаж каждого товара в текущих ценах.

б) Затем по каждому товару составляются индексы потребительских цен. Стоимость товаров затем дефлятируется и агрегируется, с тем чтобы получить общее значение по отрасли.

в) После этого объемы по отраслям агрегируются в общий объем розничных продаж.

г) Затем ежемесячные изменения объема розничных продаж по отраслям применяются к рядам данных годовой добавленной стоимости розничного сектора в постоянных ценах, с тем чтобы оценить месячный объем ВВП розничного сектора.

17. Методология расчета месячных оценок объема ВВП оптового сектора является следующей:

а) Объем продаж предприятий оптовой торговли в текущих ценах (из результатов ежемесячного обследования оптовой торговли) распределяется по оптовым товарам с использованием ежегодного обследования происхождения и назначения оптовых товаров.

б) Эти товары дефлятируются с помощью взвешенных агрегированных показателей индексов цен промышленной продукции и индексов цен импорта. Веса, применяемые к индексу импорта и индексу цен промышленной продукции, берутся из таблицы "Затраты-выпуск" и представляют собой долю стоимости импортируемых товаров в сопоставлении с долей стоимости товаров, произведенных внутри страны.

с) После этого дефлятированные показатели стоимости товаров агрегируются до уровня отрасли, а показатели по отраслям агрегируются для получения оценки общего объема оптовых продаж.

д) Затем ежемесячные изменения объема оптовых продаж применяются к рядам данных о годовой добавленной стоимости в постоянных ценах, с тем чтобы оценить месячный объем ВВП оптового сектора.

Е. Проблемы, связанные с текущей методологией.

18. Существует ряд проблем, связанных с текущей методологией по оценке объема добавленной стоимости в отраслях розничной и оптовой торговли.

а) Размеры наценок розничного и оптового сектора, используемые для расчета дефлятированных таблиц З-В, основаны на оценках в текущих долларовых ценах. По всей вероятности они не тождественны оценкам в постоянных ценах. На практике мы говорим, что цена производителя и наценка имеют схожую динамику по знаку и величине. Однако дело не обязательно обстоит таким образом.

б) Месячные оценки ВВП основаны на гипотезе, согласно которой объем услуг пропорционален объему продаж, при этом данные пропорции рассчитываются ежегодно с помощью таблиц З-В.

с) Не производится поправка на изменение качества услуги (хотя поправки на качество производятся в отношении товаров, регистрация цен на которые осуществляется в рамках ИЦПП, ИПЦ и индекса импортных цен – основных дефляторов, используемых в настоящее время для расчета объема розничных и оптовых продаж в СНСК).

19. В 2006–2007 годах Статистическое управление Канады приступило к реализации программы индекса цен производителей на услуги (ИЦПУ) с целью решения проблем измерения подобного типа. Индекс цен на услуги оптовой торговли (ИЦУОТ) и Индекс цен на услуги розничной торговли (ИЦУРТ) являются важными составляющими программы ИЦПУ. Данная программа призвана в конечном итоге обеспечить расчет индексов, которые могли бы применяться для дефлятирования компоненты наценки каждого из товаров розничного и оптового секторов в таблицах З-В. Перед тем как обсудить использование этих новых индексов в рамках СНСК, мы опишем методику их расчета.

Е. Определение цен на оптовые и розничные услуги

1. Отрасль и отдельный товар

20. Основная классификация оптовой и розничной торговли носит отраслевой характер. Обследования оптовых и розничных цен опираются на определение оптовой и розничной торговли Североамериканской системы отраслевой классификации (НАИКС). НАИКС представляет собой согласованную единую рамочную основу для расчета сопоставимой статистики статистическими органами Канады, Мексики и Соединенных Штатов. НАИКС концептуально ориентирована на производство или на предложение в том смысле, что предприятия группируются в отрасли на основе сходства производственных процессов, используемых для производства товаров и услуг.

21. Уровень сопоставимости между обследованиями оптовых и розничных цен и обследованиями оптовых и розничных продаж Статистического управления Канады является высоким. Во-первых, обе программы обследований используют одну и ту же систему классификации по отраслям (а скоро и по продуктам) (НАИКС, а затем НАПКС – Североамериканская система классификации продуктов). Во-вторых, выборка обследования цен является подвыборкой Ежегодного обследования оптовой и розничной торговли, благодаря чему обеспечивается отбор и охват одних и тех же единиц. Базовой совокупностью служит коммерческий регистр.

2. Наценки

22. Концепцией цены в случае услуг розничной и оптовой торговли является удельная наценка. Удельная наценка рассчитывается путем вычитания средней удельной цены покупки из средней удельной цены продажи. Эти цены отражают реальные операции, которые измеряются ежемесячно, однако информация о них собирается на квартальной основе.

23. Предприятиям розничной торговли предлагают сообщать цены на два продукта – максимально в каждой из шести товарных групп. Отобранные продукты должны быть репрезентативны для соответствующего предприятия розничной торговли, их выбор должен основываться на выручке от продаж этих продуктов. Эти товарные позиции должны быть продуктами, которые продаются в больших количествах в течение всего года. Респондентов просят продолжать направлять отчеты по этим продуктам ежеквартально. Однако, когда продукт снимается с продажи, респондента просят предоставить сопоставимую замену для этого продукта. Для получения рядов данных с постоянным качеством предприятиям розничной торговли предлагают предоставить товарные спецификации по каждому из продуктов, по которому сообщаются данные. Такие подробные спецификации облегчают идентификацию и отслеживание определенного товара и его заменителей во времени.

24. В рамках обследования оптовых цен респондентам предлагают выбрать три основных продукта, репрезентативных для их коммерческой деятельности, на основе выручки от продаж этих товаров в прошедшем финансовом году. Названия этих продуктов, их описания (или спецификации) и цены на них запрашиваются, собираются и проверяются путем комбинирования почтовой рассылки с контактами по телефону или напоминаниями. Респондентов также спрашивают о стране происхождения товаров (товары из Канады или импортированные и если да, то из какой страны).

25. Целью данного обследования является получение информации о ценах покупки и ценах продажи, репрезентативных для сделок текущего периода. Наценка рассчитывается на основе цен покупки и продажи. Прилагаются все возможные усилия для поддержания постоянного качества путем контактов с респондентами и направления им напоминаний. Сообщаемые цены покупки и продажи описывают среднюю месячную цену. Респондентам предлагают продолжать направлять данные по отобранным продуктам ежеквартально. Когда продукт снимается с продажи, респондента просят предоставить сопоставимую замену для этого продукта.

26. Основными переменными, используемыми для определения цен на услуги розничной и оптовой торговли, являются следующие:

- a) **Описание продукта** – идентифицирует продукт, его цвет и/или другие его свойства, которые могут использоваться для уникального определения и отслеживания продукта или услуги, по которым предоставляются данные.
- b) **Производитель продукции или Маркировка** – идентифицирует производителя продукта, услуги или SKU (единицы складского учета).
- c) **Код продукта** – может включать в себя PLU-код (код нахождения цены), UPS (универсальный код продукта) или SKU.
- d) **Размер/Вес** – указывает определенный размер или вес продукта или услуги, по которым предоставляются данные.
- e) **Единица измерения** – указывает конкретную единицу веса или размера, согласованно определенную и утвержденную, с помощью которой сопоставляются другие количественные единицы того же типа (дюжина, фут, кг, литр и т.д.).
- f) **Виды деятельности предприятий розничной/оптовой торговли** – перечень видов деятельности, осуществляемой предприятиями розничной торговли в отношении отобранных продуктов или услуг. Наценки могут колебаться в зависимости от (ожидаемой или фактической) добавленной стоимости, создаваемой розничным предприятием в результате осуществления всех видов такой деятельности или одного из них.
- g) **Средняя цена покупки** – средняя цена покупки определяется как затраты розничного/оптового предприятия, связанные с покупкой продукта/услуги у поставщика за вычетом налогов и скидок.
- h) **Средняя цена продажи** – средняя цена продажи определяется как цена, которую выставляет розничное/оптовое предприятие за вычетом налогов и стоимости грузовых перевозок.
- i) **Основная причина изменения цены покупки** – указывает причину изменения цены покупки. Такими причинами могут быть смена поставщика, изменение продукта, инфляция или колебания обменного курса.
- j) **Основная причина изменения цены продажи** – указывает причину изменения цены продажи. Такими причинами могут быть: изменение оказываемой розничной/оптовой услуги, смена поставщика, инфляция или колебания обменного курса.

3. Особые соображения, связанные со сбором информации о наценке

27. Наценка вводит новое измерение в построение индексов, поскольку она может вести себя совершенно отличным образом от цен продажи и учитываться соответствующим образом. Отрасли розничной и оптовой торговли в Канаде, будучи сезонными, по своему характеру также подвержены влиянию ценовых колебаний и тенденций популярности.

28. Существует несколько вопросов, связанных с сезонными колебаниями и товарами, которые необходимо учитывать при регистрации цен на розничные и оптовые услуги. Первым из них является важность включения сезонных товаров в надлежащее время, поскольку изъятие сезонных товаров может исказить измерение цен. Одним из способов избежать этого является особое указание респондентам в рамках обследования на то, что выборка товаров должна отражать определенный период года. Возьмем, к примеру, респондента, который предоставляет данные о ценах на мужские осенние/зимние костюмные брюки. Отчетность по этому товару стартует в начале осеннего/зимнего сезона при вы-

соких показателях наценки. К весне наценка снижается до среднего уровня и становится отрицательной в ходе летних распродаж. Данный респондент следует данной схеме в течение последних двух лет. Индекс цен отражает эти сезонные колебания цен, однако необходимо проявлять осторожность во избежание замены на несопоставимый продукт в конце сезона продаж предыдущего товара, поскольку это приведет к разрыву в рядах данных и приведет к систематическому занижению индекса. С тем чтобы минимизировать такое систематическое занижение и найти решение для подобных ситуаций, рекомендуется использовать сопоставимые заменители, которые можно включить в расчеты и вернуть значение индекса на более высокий уровень.

29. Второй вопрос связан с установлением базовой цены на товар. При начале нового ряда данных, переоценке товара или введении несопоставимого заменителя следует избегать ликвидационных цен или почти нулевых цен. Ликвидационные цены и цены, приближающиеся к нулю, могут привести к колебаниям индекса цен в тот месяц, когда данная цена встречается впервые, и вновь в тот месяц, когда цена возвращается к нормальной. Рассмотрим пример, когда предприятие розничной торговли сообщает о наценке на огурцы в размере 0,02 долл. в конце года. В следующем месяце наценка вновь вырастает до 0,32 долл., что дает соотношение цен, равное 16. В обычных условиях, когда наценка так сильно приближается к нулю, мы, как правило, исключаем эту цену из расчетов. Если бы наценка достигла 0,00 долл., она была бы автоматически исключена, так как нулевая или отрицательная наценка исключаются из расчетов индекса.

30. Распродажи также могут исказить индекс цен. Рассмотрим следующий пример: переносной компьютер определенной марки включается в розничную выборку с наценкой в 186 долл. на единицу товара. К третьему кварталу эта наценка снизилась до 110 долл. в связи со снижением цены на товар, подлежащий распродаже. В следующем месяце наценка вновь снизилась до 34 долларов. К концу года наценка стала отрицательной, а в первом квартале 2010 года был получен продукт-заменитель. За тот год, в течение которого данный продукт находился в выборке, его наценка снизилась на 80% со 186 долл. до 34 долл. (при том, что отрицательная наценка была исключена из расчетов). Хотя высокотехнологичные товары всегда снижаются в цене (что косвенно предполагает и снижение наценки), маловероятно, что такое значительное снижение за год может быть репрезентативно для рациональной экономической деятельности. В целом цены распродаж не могут в долгосрочной перспективе использоваться ни одним коммерческим предприятием и вследствие этого рассматриваются как одноразовое или специальное событие и таким образом не отражают динамики цен за какой-либо значительный период времени. В идеале нам следовало бы заменять продукты в выборке, перед тем как они станут объектом распродажи. Когда это невозможно, мы пытаемся найти сопоставимый заменитель для сочленения ряда индекса.

31. Расчет цен на услуги оптовой и розничной торговли является сложным предприятием, поскольку цены не поддаются прямому наблюдению и их необходимо рассчитывать. Кроме того, наценки, по определению, характеризуются волатильностью. Единица товара с валовой ценой розничной продажи в 10,00 долл. и наценкой в 1,00 долл. при повышении валовой цены розничной продажи на 0,50 долл. (5%) дает прирост наценки, равный 50%. Эта волатильность обусловлена тем, что наценка является очень небольшой по величине по сравнению с ценой продажи или цены покупки. Хотя наценка на самом деле может быть подвержена колебаниям, эти колебания иногда указывают на другие проблемы, такие как проблемы с набором продуктов.

32. Несмотря на то, что существует множество проблем с разработкой индексов оптовых и розничных цен, Статистическое управление Канады на данный момент публикует эти индексы ежеквартально примерно через 90 дней после окончания отчетного периода.

III. Внедрение ИЦУОТ и ИЦУРТ в СНСК

33. Учитывая, что ИЦУОТ и ИЦУРТ являются относительно новыми показателями, чтобы СНСК имело недостаточно времени для интеграции их в свою систему дефлятирования. Были начаты соответствующие исследования, и ожидается, что эти индексы будут полностью интегрированы в СНСК, после публикации результатов текущего комплексного пересмотра СНСК, начиная с октября 2012 года. Ниже мы остановимся на некоторых моментах, связанных с нашим опытом работы с этими индексами, а также с некоторыми проблемами включения этих новых рядов данных. Данные примеры в основном касаются индекса оптовых цен, но также применимы к индексу розничных цен.

A. Особые соображения, связанные с получением данных о наценке

34. Одна из проблем, с которой сталкивается Статистическое управление Канады при использовании ИЦУОТ и ИЦУРТ, состоит в том, что, хотя они подходят для дефлятирования объема выпуска отрасли, возникают проблемы при попытках дефлятирования оптовых наценок по каждому товару в таблицах 3-В. Текущая методология (изложенная выше), предусматривает сначала дефлятирование оптовой наценки на уровне товара, а затем агрегирование оценок по каждому товару, с тем чтобы получить валовой объем выпуска отрасли. Если СНСК будет и далее использовать этот подход, то понадобится распределять показатель ИЦУОТ по товарной классификации в рамках таблиц 3-В. Существует около 60 отраслевых индексов ИЦУОТ, которые необходимо будет распределять по примерно 400 товарам в таблицах 3-В. Было проведено предварительное распределение, и в некоторых случаях число товаров, распределенных в рамках одной отрасли, является довольно большим (например, более 40 товаров). Если те товары, которые лежат в основе отраслевого ИЦУОТ являются теми же товарами, которые распределяются в рамках таблиц 3-В, то это является совершенно правильным. Если же тип и вес товаров в ИЦУОТ отличаются от товаров 3-В, к которым они привязываются при распределении, то это может привести к ошибочным результатам. Ведутся исследования для определения того, насколько это представляет собой проблему. Эти исследования вполне могут привести к корректировкам программ ИЦУОТ и ИЦУРТ, которые позволят программам сосредоточиться на наценках на конкретные товары в рамках оптовой и розничной торговли.

35. Одной из альтернатив такому подходу могло бы являться сначала дефлятирование агрегированного выпуска отраслевых, с последующим распределением данных объемов по отдельным товарам, на основе доли каждого товара в общем объеме наценки отрасли. Преимущество этого подхода заключается в том, что мы дефлятируем объем выпуска отрасли с использованием отраслевого дефлятора. Его недостаток состоит в том, что такой подход подразумевает использование одинакового дефлятора наценки по каждому товару в таблицах 3-В, что подразумевает, что изменение относительных оптовых наценок бу-

дет одинаковым для всех видов оптовых услуг. Данный подход иллюстрирует таблица 1.

Таблица 1
Распределение общего объема выпуска по видам товаров

	<i>Значение в текущих ценах</i>	<i>Дефлятор</i>	<i>Доля</i>	<i>Значение в постоянных ценах</i>
Оптовая отрасль	70	1,07		66
Товар 1	15	1,07	21%	14
Товар 2	25	1,07	36%	23
Товар 3	30	1,07	43%	28

36. Другим вариантом является использование определенной комбинации текущей методологии и новых отраслей ИЦУОТ. ИЦУОТ будут использоваться для оценки стоимости оптовых услуг в постоянных ценах на отраслевом уровне. Текущая методология будет использоваться для определения стоимости оптовой услуги в постоянных ценах по каждому отдельному товару. Разница между общим показателем по отрасли и суммой по всем товарам будет перераспределяться по всем товарам⁶. Этот вариант иллюстрирует таблица 2.

Таблица 2
Интеграция новой и текущей методологии

	<i>Значение в текущих ценах произ- водителя</i>	<i>Значение наценки в текущих ценах</i>	<i>Размер маржи</i>	<i>Дефлятор произво- дителя</i>	<i>Значение в постоянных ценах про- изводителя</i>	<i>Значение наценки в постоян- ных ценах</i>
Товар 1	150	15	10,0%	1,01	149	15
Товар 2	300	25	8,3%	1,02	294	25
Товар 3	550	30	5,5%	1,02	539	29

	<i>Значение наценки в постоян- ных ценах</i>	<i>Доля товара</i>	<i>Поправочный коэффициент</i>	<i>Скорректиро- ванное значение наценки в посто- янных ценах</i>	<i>Скорректиро- ванный дефля- тор наценки</i>
Оптовая отрасль	66				
Товар 1	15	22%	(0,65)	14	1,056
Товар 2	25	36%	(1,07)	23	1,066
Товар 3	29	43%	(1,28)	28	1,066
Сумма по товарам	69			66	

37. И последний вариант, который еще требует исследования, предусматривает построение дефляторов наценки на товары из данных программы ИЦУОТ. Как было отмечено выше, в ИЦУОТ используется информация о продуктах, которая собирается от респондентов. Следовательно, можно агрегировать наценку на индивидуальные товары, а не по всей отрасли. Единственная проблема, связанная с этим подходом, состоит в том, что обследование оптовых цен изначально не предусматривало расчет индексов на уровне индивидуальных товаров.

38. Долгосрочная стратегия программы ИЦПУ заключается в разработке индексов на основе продуктов, однако для этого необходимо преодолеть ряд препятствий. Это, в частности, связано со следующими проблемами:

а) расчет индекса на уровне товаров потребует оценки вторичного производства в других отраслях. Для этого необходима основа выборки товаров, которая на данный момент в Статистическом управлении Канады отсутствует;

б) расчет индексов наценки на уровне товаров потребует значительного увеличения размера выборки в рамках данной программы. В силу бюджетных ограничений это в ближайшее время вряд ли удастся сделать.

В. Использование ИЦУОТ в программе расчета месячных показателей ВВП по отраслям

39. Статистическое управление Канады также занимается изучением возможности использования ИЦУОТ для расчета ежемесячных оценок объема оптовых продаж⁶. В рамках обследования оптовых цен осуществляется сбор информации по двум показателям цен от предприятий оптовой торговли: цены покупки и цены продажи, на основе которых определяется наценка. С помощью этих данных можно фактически рассчитать три индекса цен – индекс наценки, индекс цен покупки и индекс цен продажи. Индекс оптовых цен продажи является наиболее подходящим для дефлятирования оптовых продаж.

40. Статистическое управление Канады провело ряд работ по моделированию с использованием индекса оптовых цен продажи в качестве дефлятора⁷ оптовых продаж в виде альтернативы текущей методологии, в которой используется средневзвешенное значение цен импорта и внутренних цен производителя. Первые результаты указывают на то, что индекс оптовых цен продажи дает более надежные результаты. График 1 описывает разницу между этими двумя методологиями на основе результатов моделирования. Эта разница имеет важное значение. В 2007–2008 годах произошло значительное повышение курса канадского доллара по отношению к доллару США. Текущая методология дефлятирования оптовых продаж берет в расчет индексы цен канадского импорта, на которые оказывает серьезное влияние обменный курс между валютами Канады и США. В течение данного периода импортные цены падали, и частично это было вызвано тем, что при пересчете цен на импортные товары из долларов США в канадские доллары Статистическое управление Канады исходило из предположения, что изменение валютного курса немедленно и на 100% будет перенесено на цену товара. Недавние исследования показали, что этот перенос составляет менее 100%. Статистическое управление Канады производит агрегированную корректировку своего дефлятора импортных цен, но не распределяет впоследствии эту корректировку по отдельным товарам. Поскольку программа расчета месячных показателей ВВП использует детальную информацию по импортным товарам, снижение импортных цен за этот период зачастую было завышено (предполагался 100-процентный перенос изменения валютного курса).

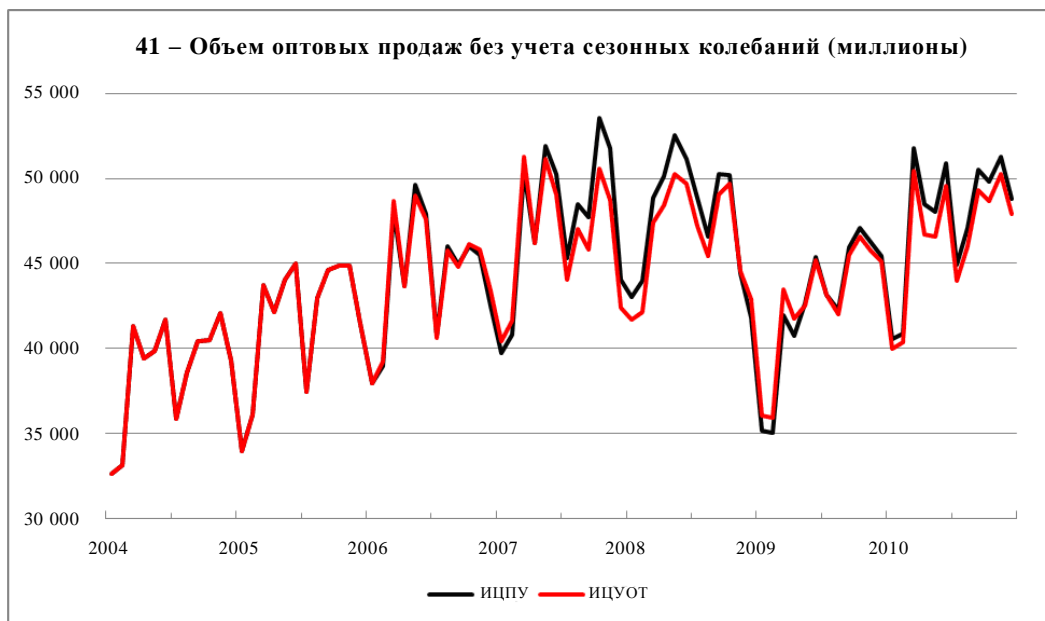
⁶ Которые в свою очередь используются для расчета ежемесячных оценок объема ВВП оптовой отрасли.

⁷ Основным предположением здесь является то, что изменение наценки идентично изменению цен продажи отдельного товара.

41. В результате этого объем оптовых продаж, как правило, завышался. ИЦУОТ получал корректные цены импорта (цены, подразумевавшие менее чем 100-процентный перенос изменения валютного курса) напрямую от предприятий оптовой торговли, что привело к более низким показателям объема за периоды, когда курс канадского доллара по отношению к доллару США повышался, и более высоким показателям объема за периоды, когда курс канадского доллара по отношению к доллару США снижался.

График 1

**Новая методология в сопоставлении с текущей методологией –
объем оптовых продаж без учета сезонных колебаний**



IV. Резюме

42. Как и в большинстве стран, в Канаде наблюдается рост сектора услуг, и для получения точной картины общего объема выпуска в реальном выражении необходимы высококачественные оценки объема услуг. Статистические органы больше не могут просто полагаться только на косвенные расчеты цен для дефлятирования объема выпуска сектора услуг. Мы должны перейти к прямым измерениям цен на данные услуги. Вместе с тем проблемы, связанные со сбором, обработкой и внедрением этих новых дефляторов нельзя назвать простыми.

43. Отрасли оптовой и розничной торговли являются особенно проблемными, учитывая то, что цены на их услуги не поддаются прямому наблюдению и их необходимо определять как разницу между ценой продажи и ценой покупки. Даже когда удается преодолеть сложности, связанные со сбором и обработкой данных, методы интеграции этих новых индексов в различные программы сопряжены с проблемами и требуют значительных усилий, связанных с исследованиями и тестированием.

44. Толкование результатов представляет собой важную составляющую данного исследования. Предварительное исследование, проведенное СНСК, указывает на то, что текущие показатели объема выпуска оптовой отрасли страдают

завышением. Два альтернативных подхода к дефлятированию оценок ЗВ, которые еще не были протестированы, могут давать иные результаты. Одним из тестов достоверности результатов является то, указывают ли другие составляющие СНС на качество и полезность ИЦУОТ. Это особенно касается случаев, когда ИЦУОТ будут использоваться в программе расчета месячных показателей ВВП. Данные результаты ведут к новым оценкам, позволяющим преодолеть известные проблемы с качеством.

45. Странам, рассматривающим возможность применения новой методологии измерения объема услуг, можно посоветовать выделить достаточно времени на необходимые исследования с целью интеграции этой новой информации. Данные изменения, хотя и приводят к улучшению качества, являются значительными, в связи с чем необходимо со всей тщательностью отнестись к обеспечению использования надлежащего подхода, а также разъяснению пользователям сути этих изменений.

V. Справочные материалы

Данный документ содержит выдержки из предыдущих документов по данной теме, которые были представлены Фредом Барзыком, Андре Лоранже и Кэтрин Дрэйпер на двадцать третьем и двадцать пятом совещаниях Ворбургской группы по статистике услуг.
