РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1334/2007 НА КОМИСИЯТА

от 14 ноември 2007 година

за изменение на Регламент (ЕО) № 1749/96 относно първоначалните мерки за прилагане на Регламент (ЕО) № 2494/95 на Съвета относно хармонизираните индекси на потребителските цени

(Текст от значение за ЕИП)

КОМИСИЯТА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

като взе предвид Договора за създаване на Европейската общност,

като взе предвид Регламент (ЕО) № 2494/95 на Съвета от 23 октомври 1995 г. относно хармонизираните индекси на потребителските цени [1], и по-специално член 4, трети параграф и член 5, параграф 3 от него,

като взе предвид становището на Европейската централна банка [2], както се изисква съгласно член 5, параграф 3 от Регламент (ЕО) № 2492/95,

като има предвид, че:

(1) Хармонизираните индекси на потребителските цени (ХИПЦ) представляват хармонизирани данни за инфлацията, изисквани от Комисията и от Европейската централна банка за изпълнение на техните функции по смисъла на член 121 от Договора за ЕО. Ролята на ХИПЦ е да улесни международното сравнение на инфлацията на потребителските цени. Те са важни показатели за управлението на паричната политика.

(2) ХИПЦ представлява една относително завършена концептуална рамка. След приемането на първоначалните мерки за прилагане много голям напредък бе отбелязан в хармонизирането на методологиите, но по отношение на процедурите по подбор на образци, подмяна, адаптиране на качеството и агрегация несъпоставимостта продължава да е възможна.

(3) В настоящата рамка на ХИПЦ хармонизираният индекс на потребителските цени се дефинира като индекс от типа Ласпейрес, отразяващ развитието на покупателната възможност на паричната единица за придобиване на стоки и услуги с оглед на прякото задоволяване на потребителските нужди. Тази дефиниция отговаря на съвременното разбиране за инфлация на потребителските цени в Европейския съюз, и по-специално в Еврозоната.

(4) ХИПЦ се отнася до цените на всички продукти, закупени от потребителите, когато последните се опитват да запазят потребителските си навици, т.е. продукти, определени от елементарните категории на разходи (тегловни стойности). Тези категории се състоят от ясно дефинирани потребителски сегменти, разграничими според потребителската цел. Съвкупността от всички оферти на продукти, фигуриращи в статистиките, може изцяло да се раздели на потребителски сегменти. Потребителските сегменти са относително стабилни във времето, независимо от факта, че офертите на продукти, които включват потребителски сегмент, ще се изменят според развитието на пазара.

(5) По тази причина понятието „потребителски сегменти по цел“ е от основно значение за формирането на извадка и в контекста на промяна в качеството и коригиране с цел отразяване на качеството. Има неяснота обаче относно нивото на агрегация, на което това понятие се определя и прилага.

(6) Гамата от оферти на продукти варира във времето, тъй като продуктите са променяни или заменяни с нови от търговците на дребно и производителите. ХИПЦ изисква всички оферти на продукти, налични в момента, да бъдат представени в рамките на потребителските сегменти по цел, селектирани по време на отправния период, за да може да се измери въздействието им върху инфлацията. Това важи особено за новите модели или разновидности на съществували по-рано продукти.

(7) Следователно промяната в качеството засяга степента, в която наличните продукти са годни да служат на целта на потребителския сегмент, към който принадлежат. Промяната в качеството следва да се оценява в зависимост от спецификациите на конкретни продукти в рамките на един потребителски сегмент.

(8) За намирането на решения на тези проблеми е необходимо внасянето на известни уточнения и изменения в Регламент (ЕО) № 1749/96 на Комисията от 9 септември 1996 г. относно първоначалните мерки за прилагане на Регламент (ЕО) № 2494/95 на Съвета относно хармонизираните индекси на потребителските цени [3] с оглед гарантиране на съпоставимост на ХИПЦ и запазване на тяхната надеждност и приложимост в съответствие с член 5 от Регламент (ЕО) № 2494/95.

---

[1] ОВ L 257, 27.10.1995 г., стр. 1. Регламент, изменен с Регламент (ЕО) № 1882/2003 на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 284, 31.10.2003 г., стр. 1).

[2] Становище от 5.10.2007 г. (ОВ C 248, 23.10.2007 г., стр. 1).

[3] ОВ L 229, 10.9.1996 г., стр. 3. Регламент, последно изменен с Регламент (ЕО) № 1708/2005 (ОВ L 274, 20.10.2005 г., стр. 9).

(9) Следователно е необходимо допълнително прецизиране на дефиницията и целите на ХИПЦ, изясняване на степента, в която те обуславят настоящите практики по формиране на извадка, подмяна и коригиране с цел отразяване на качеството, установяване на необходимото представяне на ХИПЦ и неговата форма, както и създаване на допълнителни минимални стандарти за процедурите по формиране на извадка, подмяна и коригиране с цел отразяване на качеството и агрегация.

(10) Нужно е, по-специално, да се постави ясна статистическа цел по отношение на подбора на образци, подмяната и адаптирането на качеството и да се гарантира, че ХИПЦ ще даде резултат, близък до търсената стойност, с разумно малка граница на несигурност или грешка при отклонението и вариацията. Трябва да бъде намерен компромис между липса на отклонение и точност.

(11) В контекста на по-нататъшно уточняване на целевата съвкупност на ХИПЦ и разрешаването на проблема с „неподвижността“ на кошницата на ХИПЦ понятието „потребителски сегмент по цел“ предлага приложимо решение, тъй като може да доведе до необходимата стабилност в индекса от типа Ласпейрес и не губи смисъл в реалния свят на непрекъсната промяна.

(12) Необходимо е да се гарантира, че избраните за отправния период потребителски сегменти са представителни за цялостния дял на съвкупността от сделки и че при евентуални подмени представителността на настоящите оферти на продукти в рамките на потребителските сегменти, които вече са представени в ХИПЦ, ще бъде запазена. Представянето на крайните парични потребителски разходи на домакинствата по потребителска цел следва да отразява динамиката на развиващите се пазари.

(13) Трябва да се гарантира, че оценките от страна на държавите-членки за поява на промяна в качеството се основават на доказани разлики в ценоопределящи характеристики, които са от значение за въпросните потребителски цели. По този повод Комисията (Евростат) следва да разработи специфични стандарти за коригиране с цел отразяване на качеството, разглеждайки всеки случай поотделно.

(14) Освен това е необходимо да се разшири определението за елементарни агрегати и да продължат да се хармонизират практиките за агрегация и подмяна в рамките на елементарните агрегати.

(15) В съответствие с член 13 от Регламент (ЕО) № 2494/95 бе взет предвид принципът за ефективност на разходите.

(16) Следователно Регламент (ЕО) № 1749/96 следва да бъде съответно изменен.

(17) Мерките, предвидени в настоящия регламент, са в съответствие със становището на Статистическия програмен комитет (СПК), създаден с Решение 89/382/ЕИО, Евратом на Съвета [1],

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

Член 1

Регламент (ЕО) № 1749/96 се изменя, както следва:

1. Член 2 се заменя със следното:

„*Член 2*

Определения

За целите на настоящия регламент се прилагат следните дефиниции:

1. „Разходите за крайното парично потребление на домакинствата“, както е уточнено в приложение Iб, се определят като онази част от разходите за крайно потребление, които се извършват от домакинства, без разлика на националност или статус на местни лица, при парични сделки, на икономическата територия на държавата-членка, за стоки и услуги, които се използват за прякото задоволяване на личните потребности или желания, през единия или през двата сравнявани периода.

2. „Оферта на продукт“ означава конкретна стока или услуга, предлагана за закупуване, на определена цена, в определен пункт за продажба или от определен доставчик, според определени условия на доставка, което дефинира една уникална единица в определен момент от време.

3. „Покритието“ на ХИПЦ, тоест статистическата „целева съвкупност“, която трябва да бъде представена от ХИПЦ, се определя като сбор от всички парични сделки, попадащи в обхвата на разходите за крайното парично потребление на домакинствата.

4. „Потребителски сегмент по цел“ или „потребителски сегмент“ означава сбор от парични сделки, отнасящи се до оферти на продукти, които, поради общи свойства, се считат за обслужващи обща цел, в смисъл че те:

— се търгуват предимно с оглед използването им в сходни ситуации,

— могат до голяма степен да бъдат описани с обща спецификация, и

— могат да бъдат възприемани от потребителите като еквивалентни.

[1] ОВ L 181, 28.6.1989 г., стр. 47.

5. „Новопридобили значение стоки и услуги“ се определят като онези стоки и услуги, промените в чиито цени не са включени експлицитно в ХИПЦ на държава-членка и за които преценените потребителски разходи са достигнали не по-малко от една хилядна част от разходите, които се включват в покритието на този ХИПЦ.

6. „Формиране на извадка“ означава всяка процедура, прилагана при съставянето на ХИПЦ, при която се избира подмножество от съвкупността на офертите на продукти за преценяване на промяната в цените на потребителски сегменти, които се покриват от ХИПЦ.

7. „Целева извадка“ се определя като множеството от оферти на продукти в рамките на потребителските сегменти, за които държавата-членка възнамерява да наблюдава цените, за да получи надеждно и съпоставимо представяне на целевата съвкупност на ХИПЦ.

8. „Тегловни стойности“, използвани в агрегати на ХИПЦ, се определят като подходящите преценени стойности на относителни разходи за различните подразделения на целевата съвкупност в съответствие с Регламент (ЕО) № 2454/97 на Комисията (*).

9. „Наблюдавана цена“ е цената, която в действителност е потвърдена от държавите-членки.

10. „Оферта на продукт заместител“ означава оферта на продукт с наблюдавана цена, която заменя оферта на продукт в целевата извадка.

11. „Цена на заместител“ е наблюдаваната цена на оферта на продукт заместител.

12. „Преценена цена“ е цената, с която се замества наблюдавана цена и която се базира на подходяща процедура за определяне на преценената стойност. Наблюдаваните по-рано цени не се считат за преценени цени, освен ако може да се демонстрира, че те представляват подходящи преценени стойности.

13. „Елементарна група продукти“ се определя като множество от оферти на продукти, събрани в извадка, за да представят един или повече потребителски сегмента в ХИПЦ.

14. „Елементарен агрегат“ се определя като елементарна група продукти, стратифицирана например по региони, градове или видове пунктове за продажба до разходите и се отнася до нивото, на което наблюдаваните цени се включват в ХИПЦ. В случаите, в които елементарни групи продукти не са стратифицирани, понятията „елементарна група продукти“ и „елементарен агрегат“ са еднозначни.

15. „Индекс на елементарен агрегат“ се определя като ценови индекс за елементарен агрегат.

16. „Промяна в качеството“ е налице винаги, когато държавата-членка прецени, че дадена замяна е довела до значителна разлика в степента, в която офертата на продукт заместител обслужва потребителската цел на потребителския сегмент, към който принадлежи.

17. „Коригирането с цел отразяване на качеството“ представлява процедурата на заделяне на средства за отчитане на наблюдавана промяна в качеството посредством повишаване или намаляване на наблюдаваната текуща или отправна цена чрез прилагане на коефициент или сума, съответстващи на стойността на тази промяна в качеството.

(*) ОВ L 340, 11.12.1997 г., стр. 24.“

2. Добавя се следният член 2а:

„Член 2а

Принципи

1. ХИПЦ е статистика, съставена на базата на извадка, която отразява средната промяна в цените в целевата съвкупност между календарния месец на текущия индекс и периода, с който той се съпоставя.

2. Множеството от всички парични сделки в статистическата съвкупност може обстойно да се раздели на подмножества, съответстващи на офертите на продукти, към които се отнасят въпросните парични сделки. Те се класифицират съобразно списъка с четирицифрени категории и подкатегории, фигуриращи в приложение Iа, който се базира на международната класификация COICOP и се нарича COICOP/HICP (класификация на личното потребление по цел, адаптирана за нуждите на ХИПЦ).

3. ХИПЦ се изчислява с помощта на формула, съвместима с формулата от типа Ласпейрес.

4. Потребителските сегменти образуват фиксираните компоненти в кошницата на индекса, за която се отнася ХИПЦ.

5. Цените, използвани в ХИПЦ, са покупните цени, т.е. цените, заплащани от домакинствата за закупуването на отделни стоки и услуги в парични сделки.

6. В случаите, когато стоките и услугите са предоставени безплатно на разположение на потребителите като впоследствие е заплатена реална цена, тогава ХИПЦ отчита изменението от цена „0“ до реалната цена и обратно.

7. ХИПЦ предоставя мярка за чистата промяна в цените, незасегната от промяната в качеството. ХИПЦ следва да:

а) отразява промяната в цената въз основа на променените разходи за поддържане на структурата на потребление на домакинствата и на демографската структура на потребителите през базисния или отправния период; и

б) се изчислява посредством адекватни корекции, за да се вземе предвид наблюдаваното изменение в качеството. Корекциите с цел отразяване на качеството служат за гарантиране на надеждността, и по-специално на представителността на ХИПЦ като мярка за чистата промяна в цената.

8. По отношение на промяната в качеството, оценката се базира на доказана разлика между спецификацията на оферта на продукт заместител и офертата на продукта, която е заменила в извадката; т.е. разлика в основните ценообразуващи характеристики на офертите на продукти, като марка, материал или производител, които са от значение за съответната потребителска цел.

Промяна в качеството не се наблюдава в случай на подробно преразглеждане на извадката за ХИПЦ независимо дали то се извърша един път годишно или с по-малка честота. Включването му става чрез установяване на адекватните взаимовръзки. Преразглежданията на извадката за ХИПЦ не премахват необходимостта от незабавно въвеждане на оферти на продукти заместители между две преразглеждания.

9. Представянето на елементарна група продукти или на елементарен агрегат се определя от свързаната с нея или с него разходна тежест. В рамките на елементарните агрегати могат да се използват и други тегла, при условие че се гарантира представителността на индекса.

10. „Надеждността“ се оценява съобразно „прецизността“, която се отнася до таблицата с извадкови грешки, и съобразно „представителността“, която се отнася до липсата на отклонения.“

3. В член 4, втори параграф изразът „член 2, буква б)“ се заменя с израза „член 2, параграф 5“.

4. Член 5 се заменя със следното:

„*Член 5*

Минимални стандарти за заместители и корекция с цел отразяване на качеството

1. Методите за корекция с цел отразяване на качеството се класират, както следва:

а) методи А: методи, за които се счита, че дават най-надеждните резултати по отношение на прецизност и отклонение;

б) методи Б: методи, които могат да предоставят не толкова точни и представителни резултати, колкото методите А, но които все пак се считат за приемливи. Методите Б трябва се използват в случаите, когато не се прилагат методи А; и

в) методи В: всички останали методи, които следователно не трябва да бъдат използвани.

2. Стандартите, отнасящи се до класацията на методите за корекция с цел отразяване на качеството, се разработват и публикуват от Комисията (Евростат) след консултация в рамките на СПК, според съобразен с всеки отделен случай подход и като отчитат надлежно аспектите за рентабилност и контекста, в който се прилагат.

Класацията на методите за корекция с цел отразяване на качеството не изключва възможността за приемане на мерки за прилагане в тази област в съответствие с член 5, параграф 3 от Регламент (ЕО) № 2494/95.

3. Методи А и Б се считат за подходящи методи за корекция с цел отразяване на качеството. ХИПЦ, за които се извършват необходимите корекции с цел отразяване на качеството, се считат за съпоставими. При равни други условия на методите А се дава предимство пред методите Б.

4. В случай че липсват национални преценени стойности, държавите-членки използват преценени стойности, изчислени на базата на информация, предоставена от Комисията (Евростат), когато тези преценени стойности са на разположение и са релевантни.

5. В никакъв случай не се допуска промяна в качеството да бъде оценена като пълния размер на разликата в цената на двете оферти на продукти, освен когато това може да се обоснове като подходяща преценена стойност.

6. В случаите, когато няма подходящи преценени стойности, ценовите промени се оценяват като разликата между цената на заместителя и тази на заменената оферта на продукт.

7. Офертите на продукти заместители:

а) са или „еквивалентни в основата си“, когато не се наблюдава промяна в качеството между офертата на продукт заместител и заменената в извадката оферта, или „еквивалентни след корекция с цел отразяване на качеството“, когато се налага корекция в качеството във връзка с промяна в качеството, наблюдавана между офертата на продукт заместител и заменената в извадката оферта;

б) се избират от същите потребителски сегменти, от които са и заменените оферти на продукти, така че да се запази представителността на потребителските сегменти;

в) не се избират съобразно сходство в цената. Това се прилага по-специално в случаите, когато е необходимо да бъдат извършени заместявания, след като стоки или услуги са били предложени на намалени цени.“

Член 2

Влизане в сила

Настоящият регламент влиза в сила на двадесетия ден след публикуването му в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави-членки.

Съставено в Брюксел на 14 ноември 2007 година.

За Комисията

Joaquín ALMUNIA

Член на Комисията