NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 1334/2007

zo 14. novembra 2007,

ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie (ES) č. 1749/96 o počiatočných vykonávacích opatreniach nariadenia Rady (ES) č. 2494/95 o harmonizovaných indexoch spotrebiteľských cien

(Text s významom pre EHP)

KOMISIA EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV,

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva,

so zreteľom na nariadenie Rady (ES) č. 2494/95 z 23. októbra 1995 o harmonizovaných indexoch spotrebiteľských cien [1], a najmä na jeho článok 4 a článok 5 ods. 3,

so zreteľom na stanovisko Európskej centrálnej banky [2], ako sa požaduje v článku 5 ods. 3 nariadenia (ES) č. 2494/95,

keďže:

(1) Harmonizované indexy spotrebiteľských cien (HICP) predstavujú harmonizované hodnoty inflácie požadované Komisiou a Európskou centrálnou bankou, aby mohli vykonávať svoje funkcie podľa článku 121 Zmluvy o ES. Úlohou HICP je zabezpečiť medzinárodné porovnanie inflácie spotrebiteľských cien. Slúžia ako dôležité ukazovatele na riadenie peňažnej politiky.

(2) HICP tvoria viac-menej úplný koncepčný rámec. Značný pokrok sa dosiahol v oblasti harmonizácie metód po prijatí počiatočných vykonávacích opatrení, ale pretrváva problém s porovnateľnosťou, pokiaľ ide o postupy v súvislosti s výberom vzorky, nahradením a nastavením kvality a agregáciou.

(3) Existujúci rámec HICP vymedzuje HICP ako príslušný index Laspeyresovho typu s premenlivou silou peňazí s cieľom získať tovar a služby na účely priameho uspokojenia potrieb zákazníkov. Toto vymedzenie odráža súčasné chápanie spotrebiteľskej inflácie v Európskej únii, a najmä v eurozóne.

(4) HICP sa vzťahuje na ceny všetkých produktov zakúpených spotrebiteľmi pri snahe zachovať spotrebiteľské štruktúry, t. j. produkty vymedzené podľa základných výdavkových kategórií (váh). Tieto kategórie pozostávajú z explicitne stanovených spotrebiteľských segmentov líšiacich sa podľa účelu spotreby. Súbor všetkých ponúk produktov v štatistickej populácii možno vyčerpávajúco rozdeliť do spotrebiteľských segmentov. Spotrebiteľské segmenty sú relatívne časovo stále, hoci ponuky produktov zahŕňajúce spotrebiteľský segment sa menia podľa vývoja na trhoch.

(5) Pojem spotrebiteľské segmenty podľa účelu je preto kľúčový pre výber vzorky a význam zmeny kvality a nastavenia kvality. Dvojznačnosť tohto pojmu sa však týka úrovne agregácie, na akej je vymedzený a používaný.

(6) Spektrum ponúk produktov sa časom mení zmenou produktov alebo ich nahradením maloobchodníkmi a výrobcami. HICP si vyžaduje zastúpenie všetkých v súčasnosti dostupných ponúk produktov v rámci spotrebiteľských segmentov podľa účelu vybraných v referenčnom období s cieľom zmerať ich vplyv na infláciu. To sa vzťahuje najmä na nové modely alebo škály predtým existujúcich produktov.

(7) Zmena kvality sa takto týka stupňa, v akom dostupné produkty slúžia účelu spotrebiteľského segmentu, ku ktorému patria. Zmena kvality by sa mala hodnotiť podľa referencie na špecifikáciu konkrétnych produktov v rámci spotrebiteľského segmentu.

(8) V záujme riešenia týchto problémov je na zaistenie porovnateľnosti HICP a zachovanie ich spoľahlivosti a relevantnosti v súlade s článkom 5 nariadenia (ES) č. 2494/95 potrebných niekoľko vysvetlení a zmien a doplnení nariadenia Komisie (ES) č. 1749/96 z 9. septembra 1996 o počiatočných vykonávacích opatreniach nariadenia Rady (ES) č. 2494/95 o harmonizovaných indexoch spotrebiteľských cien [3].

[1] Ú. v. ES L 257, 27.10.1995, s. 1. Nariadenie zmenené a doplnené nariadením Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1882/2003 (Ú. v. EÚ L 284, 31.10.2003, s. 1).

[2] Stanovisko predložené 5. októbra 2007 (Ú. v. EÚ C 248, 23.10.2007, s. 1).

[3] Ú. v. ES L 229, 10.9.1996, s. 3. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 1708/2005 (Ú. v. EÚ L 274, 20.10.2005, s. 9).

(9) Je preto potrebné ďalej špecifikovať účely a vymedzenie HICP s cieľom objasniť, kde určujú aktuálne postupy výberu vzorky, nahradenia a nastavenia kvality, a stanoviť požadované zastúpenie HICP a jeho formu a stanoviť ďalšie minimálne normy v súvislosti s postupmi výberu vzorky, nahradenia a nastavenia kvality a agregácie.

(10) Osobitne je potrebné stanoviť jasný štatistický cieľ na účely výberu vzorky, nahradenia a nastavenia kvality a zabezpečiť, aby sa opatrenia HICP priblížili k cieľu so značne malou neistotou alebo chybou z hľadiska odchýlky a rozptylu. Musí sa vziať do úvahy kompromis medzi objektívnosťou a presnosťou.

(11) S cieľom bližšie špecifikovať cieľovú populáciu HICP a vyriešiť otázku „fixity" a koša HICP pojem „spotrebiteľské segmenty podľa účelu" ponúka možné riešenie, keďže môže vniesť potrebnú fixitu do indexu Laspeyresovho typu a dať pojmu vo svete vyvíjajúcich sa trhov zmysel.

(12) Je potrebné zabezpečiť, aby boli spotrebiteľské segmenty v referenčnom období vybrané tak, aby predstavovali celú škálu populácie transakcií a aby náhrady zachovali zastúpenie súčasných ponúk produktov v rámci spotrebiteľských segmentov už zastúpených v HICP. Zastúpenie výdavkov konečnej spotreby domácností podľa účelu spotreby by malo odrážať dynamickú povahu vyvíjajúcich sa trhov.

(13) Musí sa zabezpečiť, aby posudky členských štátov o tom, či vzniká zmena kvality, boli založené na dôkaze rozdielov v cene určujúcej vlastnosti, ktoré sú relevantné pre príslušné účely spotreby. Na dosiahnutie tohto cieľa by mala Komisia (Eurostat) vyvinúť podľa jednotlivých prípadov osobitné normy týkajúce sa nastavenia kvality.

(14) Okrem toho je nevyhnutné rozšíriť vymedzenie základných agregátov a ďalej harmonizovať postupy agregácie a nahradenia v rámci základných agregátov.

(15) Do úvahy sa zobrala zásada efektívnosti nákladov v súlade s článkom 13 nariadenia (ES) č. 2494/95.

(16) Nariadenie (ES) č. 1749/96 by sa preto malo zodpovedajúcim spôsobom zmeniť a doplniť.

(17) Opatrenia stanovené v tomto nariadení sú v súlade so stanoviskom Výboru pre štatistické programy zriadeného rozhodnutím Rady 89/382/EHS, Euratom [1],

PRIJALA TOTO NARIADENIE:

Článok 1

Nariadenie (ES) č. 1749/96 sa mení a dopĺňa takto:

1. Článok 2 sa nahrádza takto:

„Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia sa uplatňujú tieto vymedzenia pojmov:

1. ‚Výdavky konečnej spotreby domácností' uvedené v prílohe Ib sú tou časťou výdavkov konečnej spotreby, ktorá je vynaložená domácnosťami bez ohľadu na štátnu príslušnosť alebo štatút pobytu pri peňažných transakciách na hospodárskom území členského štátu za tovar a služby, ktoré sú použité na priame uspokojenie individuálnych potrieb a želaní v jednom alebo obidvoch porovnávaných časových obdobiach.

2. ‚Ponuka produktov' je konkrétny tovar alebo služba, ktorá je ponúknutá za nákup za stanovenú cenu v konkrétnom obchode alebo konkrétnym poskytovateľom podľa osobitných podmienok dodávky, a tým sa ňou vymedzuje vždy osobitná entita.

3. ‚Pokrytie' HICP, ktoré je štatistickou ‚cieľovou populáciou', ktorá má predstavovať HICP, je súbor všetkých transakcií spadajúcich do rámca výdavkov konečnej spotreby domácností.

4. ‚Spotrebiteľský segment podľa účelu' alebo ‚spotrebiteľský segment' je súbor transakcií týkajúcich sa ponúk produktov, ktoré sú na základe spoločných vlastností považované za ponuky produktov, ktoré slúžia na spoločný účel v tom zmysle, že:

— predávajú sa na prevládajúce použitie v podobných situáciách,

— môžu byť všeobecne opísané spoločnou špecifikáciou a

— môžu byť považované spotrebiteľmi za ekvivalentné.

[1] Ú. v. ES L 181, 28.6.1989, s. 47.

5. ‚Nový významný tovar a služby' sú tovar a služby, ktorých cenové zmeny nie sú explicitne zahrnuté v HICP členského štátu a ktorých odhadnuté spotrebiteľské výdavky sa stali najmenej jedným promile výdavkov pokrytých týmto HICP.

6. ‚Výber vzorky' je každý postup pri tvorbe HICP, kde sa na odhad cenovej zmeny pre určitú kategóriu tovarov a služieb obsiahnutých v HICP použije podskupina populácie ponúk produktov obsiahnutých v HICP.

7. ‚Cieľová vzorka' sa vymedzuje ako súbor ponúk produktov v rámci spotrebiteľských segmentov, v súvislosti s ktorými členský štát plánuje sledovanie cien na dosiahnutie spoľahlivého a porovnateľného zastúpenia cieľovej populácie HICP.

8. ‚Váhy' používané v agregáciách HICP sú primerané odhady relatívnych nákladov na akékoľvek podrozdelenie cieľovej populácie v súlade s nariadením Komisie (ES) č. 2454/97 (*).

9. ‚Zistená cena' je cena skutočne potvrdená členskými štátmi.

10. ‚Náhradná ponuka produktov' je ponuka produktov so zistenou cenou, ktorá nahrádza ponuku produktov v cieľovej vzorke.

11. ‚Náhradná cena' je zistená cena za náhradnú ponuku produktov.

12. ‚Odhadnutá' cena je cena, ktorá je náhradou za zistenú cenu a je založená na vhodnom postupe odhadu. Predtým zistené ceny sa nepovažujú za odhadnuté ceny, pokiaľ sa nemôže preukázať, že sú vhodnými odhadmi.

13. ‚Základná skupina produktov' je súbor ponúk produktov, ktoré sú odobraté do vzorky s cieľom zastupovať jeden alebo viac spotrebiteľských segmentov v HICP.

14. ‚Základný agregát' je základná skupina produktov stratifikovaných napríklad podľa regiónov, miest alebo typov obchodov, a tým sa týka úrovne, na ktorej zistené ceny vstupujú do HICP. Tam, kde základné skupiny produktov nie sú stratifikované, majú termíny ‚základná skupina produktov' a ‚základný agregát' ten istý význam.

15. ‚Index základného agregátu' je cenový index pre základný agregát.

16. ‚Zmena kvality' znamená, že náhrada viedla k značnému rozdielu v stupni, v akom náhradná ponuka produktov slúži spotrebiteľskému účelu spotrebiteľského segmentu, do ktorého patrí, kedykoľvek tak členský štát usúdi.

17. ‚Nastavenie kvality' je postup, ktorým sa umožňuje zmena zistenej kvality zvýšením alebo znížením zistených bežných alebo referenčných cien o faktor alebo sumu rovnajúcu sa hodnote danej zmeny kvality.

(*) Ú. v. ES L 340, 11.12.1997, s. 24."

2. Vkladá sa tento článok 2a:

„*Článok 2a*

Zásady

1. Kompilované HICP je štatistika výberového zisťovania, ktorá predstavuje priemernú zmenu cien v cieľovej populácii medzi kalendárnym mesiacom súčasného indexu a obdobím, s ktorým sa porovnáva.

2. Súbor všetkých transakcií v štatistickej populácii možno vyčerpávajúco rozdeliť do podskupín zodpovedajúcich ponukám produktov, ku ktorým tieto transakcie prináležia. Sú klasifikované podľa štvormiestnych kategórií a podkategórií uvedených v prílohe Ia, ktoré sú odvodené od medzinárodnej klasifikácie COICOP a budú známe ako COICOP/HICP (klasifikácia individuálnej spotreby podľa účelu prispôsobená potrebám HICP).

3. HICP sa vypočíta podľa vzorca, ktorý je konzistentný so vzorcom Laspeyresovho typu.

4. Spotrebiteľské segmenty tvoria stále objekty v indexovom koši, ktoré sa majú v rámci HICP dodržať.

5. Ceny používané v HICP sú nákupné ceny, ktoré vynakladajú domácnosti na nákup individuálnych tovarov alebo služieb pri peňažných transakciách.

6. Tam, kde boli tovary a služby dostupné pre spotrebiteľov bezplatne a následne je účtovaná skutočná cena, potom zmena z nulovej ceny na skutočnú cenu a naopak by mala byť braná do úvahy v HICP.

7. HICP poskytuje meradlo čistej zmeny v cene bez zmeny kvality. Má:

a) odrážať cenovú zmenu na základe zmenených výdavkov pri zachovávaní spotrebiteľskej štruktúry domácností a zloženie spotrebiteľskej populácie v základnom alebo referenčnom období;

b) byť vytvorené vykonaním primeraných nastavení zistenej zmeny kvality. Nastavenie kvality slúži na spoľahlivosť a najmä reprezentatívnosť HICP ako meradla čistej cenovej zmeny.

8. Pokiaľ ide o zmenu kvality, úsudok sa zakladá na náležitom dôkaze rozdielu medzi špecifikáciou náhradnej ponuky produktov a ponukou produktov, ktorú nahradila vo vzorke; to znamená rozdiel v dôležitých vlastnostiach produktov určujúcich cenu v rámci ponúk produktov, napr. značka, materiál alebo vyhotovenie, ktoré sú relevantné pre príslušný spotrebiteľský účel.

Pri komplexnej ročnej alebo menej častej revízii vzorky HICP zmena kvality nevzniká. Jej začlenenie sa robí vytvorením vhodných reťazcov. Revízie vzorky HICP neodstraňujú potrebu bezodkladne zaviesť náhradné ponuky produktov medzi dvoma revíziami.

9. Zastúpenie základnej skupiny produktov alebo základného agregátu sa vymedzuje výdavkovou váhou, ktorá je s ním spojená. Iné váhy sa môžu v rámci základných agregátov použiť len v prípade, že sa zabezpečí reprezentatívnosť indexu.

10. ‚Spoľahlivosť' sa posudzuje podľa ‚presnosti', ktorá sa vzťahuje na rozsah chýb vyplývajúcich z výberu vzorky a ‚reprezentatívnosť', ktorá súvisí s chýbajúcou odchýlkou."

3. V druhom odseku článku 4 sa slová „článku 2 písm. b)" nahrádzajú slovami „článku 2 ods. 5".

4. Článok 5 sa nahrádza takto:

„*Článok 5*

Minimálne normy pre nahradenie a nastavenie kvality

1. Metódy nastavenia kvality sa hodnotia takto:

a) metódy A: metódy, ktoré sa považujú za metódy s najspoľahlivejšími výsledkami z hľadiska presnosti a odchýlky;

b) metódy B: metódy, ktoré prinášajú menej presné a menej reprezentatívne výsledky ako metódy A, ale sa považujú takisto za akceptovateľné. Metódy B sa používajú vtedy, ak sa neuplatňujú metódy A, a

c) metódy C: všetky ostatné metódy, ktoré sa z tohto dôvodu nepoužívajú.

2. Normy týkajúce sa hodnotenia metód nastavenia kvality tvorí a vydáva Komisia (Eurostat) po konzultácii s Výborom pre štatistické programy (VŠP), posudzujúc každý jednotlivý prípad a s náležitým zreteľom na aspekty efektívnosti nákladov a kontext, v ktorom sa uplatňujú.

Hodnotenie metód nastavenia kvality nebráni prijatiu vykonávacích opatrení v súvislosti s týmto predmetom v súlade s článkom 5 ods. 3 nariadenia (ES) č. 2494/95.

3. Metódy A a B sa považujú za vhodné metódy nastavenia kvality. HICP, pre ktoré sa urobia vhodné nastavenia kvality, sa považujú za porovnateľné. *Ceteris paribus* metódy A majú prednosť pred metódami B.

4. Ak neexistujú celoštátne vhodné odhady, členské štáty použijú odhady založené na informáciách poskytnutých Komisiou (Eurostatom), ak sú tieto k dispozícii a sú relevantné.

5. V žiadnom prípade by sa zmena kvality nemala odhadovať ako celkový rozdiel v cene medzi dvoma ponukami produktov, pokiaľ sa to nedá odôvodniť ako vhodný odhad.

6. Ak nie sú k dispozícii žiadne vhodné odhady, cenové zmeny sa odhadnú ako rozdiel medzi náhradnou cenou a cenou ponuky produktov, ktorú nahradila.

7. Náhradné ponuky produktov:

a) sú buď ‚v zásade rovnocenné', ak nie je zistená žiadna zmena kvality medzi náhradnou ponukou produktov a tou, ktorú nahradila vo vzorke, alebo ‚rovnocenné z hľadiska nastavenia kvality', ak je nastavenie kvality potrebné na zistenú zmenu kvality medzi náhradnou ponukou produktov a tou, ktorú nahradila vo vzorke;

b) sú vybrané z rovnakých spotrebiteľských segmentov ako náhradné s cieľom zachovať zastúpenie spotrebiteľských segmentov;

c) nie sú vybrané na základe cenovej podobnosti. To sa uplatňuje najmä tam, kde musia byť urobené náhrady po znížení cien tovaru alebo služieb."

Článok 2

Nadobudnutie účinnosti

Toto nariadenie nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.

Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli 14. novembra 2007

Za Komisiu

Joaquín ALMUNIA

člen Komisie