

О внесении изменений и дополнений в приказ и.о. Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 30 декабря 2015 года № 230 "Об утверждении Методологии построения индекса потребительских цен"

Приказ Руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 17 апреля 2026 года № 8. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 24 апреля 2026 года № 38548

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Внести в приказ и.о. Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 30 декабря 2015 года № 230 "Об утверждении Методологии построения индекса потребительских цен" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 12955) следующие изменения и дополнения:

преамбулу указанного приказа изложить в следующей редакции:

"В соответствии с подпунктом 5) статьи 12 Закона Республики Казахстан "О государственной статистике", подпунктом 38) пункта 15 Положения Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 5 октября 2020 года № 427 и с подпунктом 24) пункта 15 Положения о Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, утвержденного приказом Председателя Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 23 октября 2020 года № 9-нк, **ПРИКАЗЫВАЮ:**";

в Методологии построения индекса потребительских цен, утвержденной указанным приказом:

пункт 1 изложить в следующей редакции:

"1. Настоящая Методология построения индекса потребительских цен (далее – Методология) относится к статистической методологии, формируемой в соответствии с международными стандартами и утверждаемой в соответствии с Законом Республики Казахстан "О государственной статистике".";

пункт 2 дополнить подпунктами 4-1) и 4-2) следующего содержания:

"4-1) веб-скрейпинг – извлечение данных со страниц веб-ресурсов;

4-2) дашборд – интерактивный визуальный интерфейс, предназначенный для централизованного мониторинга ключевых показателей в режиме реального времени,

обеспечивающий агрегацию данных из различных источников и их представление в виде графических индикаторов.";

подпункт 2) пункта 3 изложить в следующей редакции:

"2) источники информации и методы наблюдения цен (тарифов) на товары и услуги";

подпункт 1) пункта 5 изложить в следующей редакции:

"1) "Руководство по индексам потребительских цен: концепция и методы" (2020 год), подготовленное Международной организацией труда, Международным Валютным Фондом, Организацией экономического сотрудничества и развития, Статистическим бюро Европейских сообществ, Европейской экономической комиссией Организации Объединенных Наций и Всемирным банком;"

пункт 9 изложить в следующей редакции:

"9. Сфера наблюдения индекса объединяет географический охват территории, ассортимент учитываемых товаров и услуг, типы домашних хозяйств и торговых объектов, методы получения данных.";

пункты 11 и 12 исключить;

дополнить пунктом 14-1 следующего содержания:

"14-1. Источником информации для построения ИПЦ служат данные общегосударственного статистического наблюдения за ценами на потребительские товары и платные услуги, веб-скрейпинг, а также сведения с чеков контрольно-кассовых машин, получаемые согласно "Правилам представления органами государственных доходов в Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан сведений, составляющих налоговую тайну, без получения письменного разрешения налогоплательщика (налогового агента) и конфиденциальной информации, а также перечня представляемых сведений и конфиденциальной информации" утвержденных совместным приказом Руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 7 октября 2022 года № 129 и исполняющего обязанности Министра финансов Республики Казахстан от 7 октября 2022 года № 1045 (далее – сведения КKM).

Пригодность сведений КKM и данных веб-скрейпинга определяется их соответствием критериям репрезентативности (доли покрытия), стабильности ассортимента, частоты обновления и технической сопоставимости с КИПЦ, установленным в настоящей Методологии. Применение сведений КKM и данных веб-скрейпинга обеспечивает оперативность, полноту и масштабность информации.

Общегосударственное статистическое наблюдение за ценами на потребительские товары и платные услуги осуществляется по выборочной совокупности населенных пунктов, базовых объектов, товаров (услуг) и их разновидностей в базовом объекте.";

пункты 15 и 16 изложить в следующей редакции:

"15. Регистрация цен основывается на принципах выборочного статистического наблюдения и охватывает только часть населенных пунктов региона, объектов торговли в населенном пункте, товаров (услуг) и их разновидностей в базовом объекте.

16. Наличие в выборке городских и сельских территорий зависит от распределения населения, различий в структуре расходов и изменений цен. В охват включаются крупные города (столица, города республиканского значения, областные центры) и районные центры, где проживает большая часть населения, и действующая сфера торговли и услуг обеспечивает получение регулярной ценовой информации с учетом установленных требований к основам регистрации цен. Тенденции изменения цен в других населенных пунктах повторяют движение цен в крупных городах с определенным временным периодом.";

дополнить пунктом 16-1 следующего содержания:

"16-1. Охват торговых объектов определяется поведением домашних хозяйств в отношении покупок. Регистрация цен проводится соответствующими должностными лицами территориальных подразделений статистики (далее – специалист) в торговых объектах. Все торговые объекты, в которых совершают покупки домашние хозяйства включаются в охват ИПЦ и составляют основу выборки для отбора базовых объектов.

Основным критерием к выборочной совокупности базовых объектов является репрезентативное их представление в региональном и отраслевом разрезе.

Размер выборки и методы отбора в отношении базовых объектов, товаров (услуг), цены на которые регистрируются, обеспечивает репрезентативный характер отслеживаемых цен и их достаточность для соблюдения требований по достоверности индекса.

При построении ИПЦ для отбора базовых объектов, товаров (услуг) используются методы невероятностного отбора:

1) метод "отсечения". Число крупнейших единиц выборки отбирается с определенностью, оставляя нулевую возможность включения в выборку прочих единиц. В базовом объекте отбирается наиболее продаваемый товар (услуга) в рамках централизованно заданной спецификации;

2) метод "квотного отбора". В полученной выборке единицы представлены в той же пропорции, что и в генеральной совокупности, с точки зрения известных характеристик. Характеристиками являются подгруппа товаров, тип торгового объекта, местоположение и другое. Фактический отбор единиц производится с использованием субъективных процедур, чтобы состав конечной выборки отвечал критериям квотного отбора. В итоге выборка становится самовзвешенной;

3) метод "репрезентативных продуктов". Применяется для отбора товаров (услуг) по централизованно заданному перечню, в соответствии со спецификациями.

Обновление выборки базовых объектов, товаров (услуг) означает пересмотр старой выборки для обеспечения ее репрезентативности в отношении генеральной

совокупности в более поздний период. Частота обновления выборки зависит от темпов изменения ассортимента в конкретной группе товаров (услуг).

Для обновления выборки базовых объектов, товаров (услуг), в которых появляются и исчезают разные виды товаров (услуг) и базовые объекты, существуют три способа отражения динамических изменений на уровне элементарных агрегатов:

1) путем обновления выборки товаров (услуг) для целого элементарного агрегата в определенный момент времени;

2) путем замены одного вида товаров (услуг) или базового объекта другим видом или базовым объектом;

3) путем добавления и исключения отдельных элементов наблюдения (товаров (услуг) в базовых объектах) внутри звена индекса.

Если на рынке появляется новая марка или модель товара длительного пользования, не заменяющая какую-то конкретную старую модель, то товар добавляют к выборке, начиная с момента введения.

Отсутствующий товар (услуга) для наблюдения удаляется из выборки без замены, изменение цены рассчитывается для оставшихся товаров (услуг). Удаление элементарных агрегатов становится необходимым, если из большинства или из всех базовых объектов исчезают все разновидности данного элементарного агрегата и невозможно подобрать аналогичные разновидности, чтобы обеспечить достаточное число наблюдений за ценами для дальнейшего формирования индекса.";

пункт 20 изложить в следующей редакции:

"20. На основе КИПЦ для детализации классов товаров, услуг разработана Номенклатура товарных позиций к КИПЦ (далее – НКИПЦ), которая имеет статус ведомственного классификатора и в которой определены подклассы, виды и подвиды до 8-ми знаков.

НКИПЦ имеет следующие уровни детализации:

- 1) раздел – 1 уровень (2 знака);
- 2) группа – 2 уровень (3 знака);
- 3) класс – 3 уровень (4 знака);
- 4) подкласс – 4 уровень (5 знаков);
- 5) вид товара, услуги – 5 уровень (6 знаков);
- 6) подвид товара, услуги – 6 уровень (8 знаков).

Основные тринадцать разделов НКИПЦ включают следующие товары и услуги:

- 1) продукты питания и безалкогольные напитки;
- 2) алкогольные напитки, табачные изделия;

3) одежда и обувь. Включает одежду, трикотажные изделия, все виды обуви для взрослых и детей, галантерейные товары, а также услуги по уходу за одеждой и ремонту обуви;

4) жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива. Объединяет услуги, оплачиваемые населением за пользование жилищем, холодной и горячей водой, отоплением, газом, электроэнергией, а также услуги по ремонту квартир и товары для него, арендную плату собственника жилища;

5) предметы домашнего обихода, бытовая техника и текущее обслуживание жилья. Учитывает мебель, ковры, бытовую технику, посуду, моющие и чистящие средства и другие;

6) здравоохранение. Объединяет фармацевтические препараты и медицинские услуги;

7) транспорт. Учитывает покупку собственных транспортных средств, горюче-смазочных материалов, услуги по техническому обслуживанию автомобилей, услуги общественного транспорта;

8) информация и связь. Включает информационно-коммуникационные услуги и оборудование;

9) отдых, спорт и культура. Охватывает товары и услуги, связанные с культурным досугом, занятиями спортом, играми и другими видами деятельности, выполняемыми в свободное время;

10) образование. Учитывает дошкольное и начальное, среднее общее, профессиональное среднее и высшее образование. Включает программы образования, предназначенные для взрослых;

11) рестораны и гостиницы. Включает услуги по размещению в гостиницах и потребление продуктов питания, напитков в ресторанах, кафе и столовых;

12) страхование и финансовые услуги;

13) личный уход, социальная защита и прочие товары и услуги. Объединяет товары и услуги, не вошедшие в другие группы (личное обслуживание, правовые, ритуальные услуги и другие).

Распределение групп и классов товаров (услуг) по основным разделам НК ИПЦ приведено в приложении 1 к настоящей Методологии.

Структура кода вида товара (услуги) в соответствии с НК ИПЦ приведена в приложении 2 к настоящей Методологии.";

пункты 25, 26, 27 и 28 изложить в следующей редакции:

"25. Одним из важнейших принципов регистрации цен является соблюдение непрерывности и "чистого" изменения цен. Отслеживание чисто ценовых изменений предусматривает, что в оба периода сравнения фиксируется цена на один и тот же товар (услугу)-представитель одинакового качества, их реализация осуществляется при одинаковых условиях продажи и оплаты, в равнозначных единицах количества.

Основным принципом сопоставимости товаров (услуг) является отсутствие существенных расхождений между признаками, которые обуславливают их цену. Сопоставимыми в двух периодах (месяцах) считаются цены (тарифы) на товар (услугу),

если они зарегистрированы на тот же ассортиментный вид, имеют одинаковые качественные характеристики и реализуются в одних и тех же объектах торговли.

26. Цены на потребительские товары и платные услуги на основе веб-скрейпинга регистрируются по республике на 20 число месяца без разбивки по регионам. По сведениям ККМ цены учитываются с 1 по 20 число отчетного месяца по месту использования ККМ (территориальная принадлежность) с указанием даты совершения покупки товаров, выполнения работ, оказания услуг, включая налоги.

27. Регистрация цен по общегосударственному статистическому наблюдению проводится непосредственно в местах реализации товара (оказания услуги). Наблюдаются цены (тарифы), оплаченные (действующие) в день проведения регистрации, включая налоги. Фиксируется любое изменение цен (тарифов), либо ее новый уровень, вызванный ценообразующими факторами и другими причинами. При регистрации не учитывается отклонение в ценах и тарифах за счет изменения качества или количества (объема стандартной единицы).

Цены на потребительские товары фиксируются специалистами путем обхода базовых объектов и считывания их с ценника, при необходимости проводятся консультации с компетентными работниками базовых объектов или опрос продавцов на рынках. При регистрации цен наряду с бумажным носителем статистической формы возможно использование мобильного приложения, предусматривающего сканирование штрих-кода товара, ввод и подтверждение цены, прикрепление фотоснимка ценника и передачу данных.

На платные услуги регистрация цен (тарифов) осуществляется путем обхода базовых объектов, в которых цены (тарифы) фиксируются на основе размещенных прейскурантов (услуги парикмахерских и салонов красоты, посещение бани, химическая чистка и другие), или проводится опрос лиц, оказывающих платные услуги (ремонт обуви, ремонт бытовой техники, подгонка одежды и другие).

На отдельные виды товаров и платных услуг цены (тарифы) регистрируются через интернет-ресурсы (услуги пассажирского железнодорожного и воздушного транспорта, отдельные виды медицинских услуг и другие), в маркетплейсах или по телефону (факсу). В случаях получения ценовой информации по телефону, специалистами периодически (раз в квартал) посещаются базовые объекты с целью поддержания личных контактов с их сотрудниками для недопущения ошибок при выборе товаров (услуг)-представителей при определении цены, а также чтобы удостовериться в сопоставимости спецификаций отобранных товаров (услуг)-представителей.

В организации, для которых характерно установление цен (тарифов) на длительный период времени (санатории, медицинские и образовательные учреждения, организации, оказывающие ритуальные услуги, и другие), направляются официальные письма с просьбой предоставления информации о ценах (тарифах) на оказываемые услуги. Цены (тарифы) фиксируются на основе предоставленных прейскурантов. В целях контроля

достоверности данных специалистами не реже одного раза в квартал посещаются базовые объекты для подтверждения полученной ценовой информации.

Тарифы на жилищно-коммунальные услуги регистрируются на основе платежных документов (квитанций), выставляемых населению для оплаты за соответствующие виды услуг. В случаях изменения тарифов, их новый уровень подтверждается приказами государственных органов, осуществляющих руководство в сферах естественных монополий и на регулируемых рынках, и организаций, оказывающих эти виды услуг.

28. Регистрация цен по общегосударственному статистическому наблюдению осуществляется ежемесячно согласно предварительно составленному графику. Основным условием регистрации цены на определенный вид товара (услуги) в конкретном базовом объекте является фиксирование цены на него в то же число месяца, что и в предыдущем периоде. Отклонение допускается не более чем на 1-2 дня.

Отслеживание цен по основным видам товаров (услуг) повседневного спроса (продукты питания, некоторые виды одежды, товары личной гигиены, услуги, оплата которых обязательна и другие) производится несколько раз в течение месяца. Цены на товары длительного пользования фиксируются один-два раза в месяц. Их регистрация распределяется в течение всего месяца.

Для регистрации цен по скоропортящимся продуктам выбирается время в первой половине дня. Перед закрытием базового объекта в наличии остается небольшое количество товаров или на них снижаются цены для минимизации отбраковки, соответственно цены на них не считаются репрезентативными.";

пункт 30 изложить в следующей редакции:

"30. Скидки и распродажи в основном применяются в отношении товаров несвежих, потерявших товарный вид, морально устаревших, вышедших из моды, поврежденных или дефектных, продаваемых по ценам ликвидационной распродажи.

Не подлежат регистрации цены на товары, которые временно включают некоторое дополнительное количество товара, а также специальных акций "купи 2, получи 1 бесплатно" или подарок, прилагаемый к каждому товару.

Не регистрируются цены на товары со скидками, предоставляемыми только ограниченной группе потребителей (для пенсионеров, студентов и другим).";

пункт 48 изложить в следующей редакции:

"48. Весовые составляющие ИПЦ верхнего уровня классификации определяются на основе данных национальных счетов о расходах домашних хозяйств на конечное потребление. Для учета различий в структурах потребления и динамики цен между регионами формируются региональные веса ИПЦ, при этом дополнительно используются данные об объемах розничной торговли. Доля каждой статьи затрат в общих потребительских расходах является ее весом.

Региональные веса по позициям товаров и услуг рассчитываются с восьмью знаками после запятой и по группе "Товары и услуги" составляют 1,00000000.

По сведениям ККМ, весовые составляющие нижнего уровня классификации рассчитываются для крупных, средних и малых торговых предприятий для учета различий в объемах реализованных товаров.";

пункт 50 изложить в следующей редакции:

"50. Обновление товарных позиций производится, когда они не являются больше типичными, снижается их потребительское значение в расходах домашних хозяйств.

Новые виды товаров и услуг, которые невозможно отнести к существующим классам расходов, подключаются к наблюдению в период замены схемы взвешивания в начале года. Новые модели и ассортиментные виды существующих товаров, относящиеся к имеющимся классам расходов, включаются в наблюдение, когда их доля на рынке оценивается как существенная и устойчивая.

Актуализация схемы взвешивания осуществляется регулярно (не реже одного раза в год), используются самые последние годовые данные о расходах домашних хозяйств на конечное потребление.";

пункт 54 изложить в следующей редакции:

"54. Индивидуальный индекс цен по каждой товарной позиции по данным общегосударственного статистического наблюдения вычисляется по каждому региону, по данным, собираемым на основе веб-скрейпинга – по республике в целом.

Для расчета индивидуальных индексов цен используется формула простой (невзвешенной) средней геометрической индивидуальных индексов цен, что эквивалентно соотношению невзвешенных средних геометрических цен (индекс Джевонса):

$$I_j = \frac{\sqrt[n]{\prod_{t=1}^n p_{jt}}}{\sqrt[n]{\prod_{t=1}^n p_{jt-1}}} \text{ или } I_j = \sqrt[n]{\prod_{t=1}^n i_{jt}} \quad (1)$$

где,

I_j

– индивидуальный индекс цен по виду товара (услуги) j ;

i .

– индивидуальные индексы цен;

$t, t-1$ – соответственно отчетный и предыдущий периоды сравнения;

p_t, p_{t-1} – цена за единицу товара (услуги)-представителя в соответствующем периоде;

j – вид товара (услуги), который объединяет несколько конкретных товаров (услуг)-представителей (от одного до n);

n – число товаров (услуг)-представителей, определяющих вид товара (услуги).

Индивидуальный индекс цен по виду товара (услуги) по сведениям ККМ вычисляется по каждому региону по следующей формуле:

$$\bar{I}_{jr} = \frac{(I_{jk1r} \times W_{jk1r}) + (I_{jk2r} \times W_{jk2r})}{W_{jk1r} + W_{jk2r}}$$

(2)

где,

\bar{I}_{jr}

– индекс цен по виду товара (услуги) j по региону r ;

I_{jk1r}, I_{jk2r}

– индекс цен по виду товара (услуги) j по стратам базовых объектов k (1,2) по региону r ;

W_{jk1r}, W_{jk2r} – доля (удельный вес) годовых данных розничного товарооборота и объема оказанных услуг по стратам базовых объектов k (1,2) по виду товара j по региону r .

Страта базовых объектов 1 – крупные, средние базовые объекты, страта базовых объектов 2 – малые базовые объекты.

Индекс цен по виду товара (услуги) по стратам базовых объектов рассчитывается в соответствии с формулой (1) пункта 54 настоящей Методологии.

Полученные индивидуальные индексы цен являются исходной информацией для построения агрегированных индексов цен.";

пункт 58 изложить в следующей редакции:

"58. В республиканских индексах цен по каждой позиции, группам товаров (услуг) и в целом по всем товарам (услугам) находит отражение влияние изменения цен по регионам. Для агрегирования индексов цен на республиканский уровень используется доля расходов домашних хозяйств каждого региона в их объеме по республике.

Индивидуальный индекс цен по отдельным товарным позициям по республике находится по формуле:

$$I_j = \frac{I_{j1} \times W_{o1} + I_{j2} \times W_{o2} + \dots + I_{j20} \times W_{o20}}{W_{o1} + \dots + W_{o20}} \quad (3)$$

где,

I_j – индивидуальный индекс цен на товар (услугу) j по республике;

$I_{j1}, I_{j2}, \dots, I_{j20}$ – индивидуальный индекс цен на товар (услугу) j по регионам;

W_{o1}, \dots, W_{o20} – доля (удельный вес) расходов домашних хозяйств каждого региона в их общем объеме по республике.

Полученные индивидуальные индексы цен по отдельным товарным позициям по республике используются для расчетов индексов цен по группам и всей совокупности товаров (услуг).";

пункты 66 и 67 изложить в следующей редакции:

"66. В соответствии с международным Специальным стандартом распространения данных, разработанным Международным Валютным Фондом, ИПЦ публикуется ежемесячно согласно заранее установленным срокам выпуска информации. Информация распространяется одновременно для всех пользователей на Интернет-ресурсе Бюро. Более детализированная по группам, классам и видам товаров (услуг) информация об индексах цен публикуется в Информационно-Аналитической системе "Талдау".

67. В целях обеспечения доверия общественности к индексу описание процедур регистрации цен и порядок расчета индекса цен публикуется в виде буклетов, брошюр, дашборда и доступно на сайте Бюро.";

приложение 1 к Методологии построения индекса потребительских цен, утвержденной указанным приказом изложить в новой редакции согласно приложению, к настоящему приказу.

2. Департаменту статистики цен совместно с Юридическим департаментом Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан в установленном законодательством порядке обеспечить:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан после его официального опубликования.

3. Департаменту статистики цен Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан довести настоящий приказ до структурных и территориальных подразделений Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан для руководства и использования в работе.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего заместителя руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.

5. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

*Руководитель Бюро
национальной статистики
Агентства по стратегическому
планированию и реформам
Республики Казахстан*

М. Турлубаев

"СОГЛАСОВАН"

**Министерство финансов
Республики Казахстан**

Приложение к приказу
Руководителя Бюро
национальной статистики
Агентства по стратегическому
планированию и реформам
Республики Казахстан
от 17 апреля 2026 года № 8
Приложение 1
к Методологии построения
индекса потребительских цен

Распределение групп и классов товаров (услуг) по основным разделам Номенклатуры товарных позиций к классификатору индивидуального потребления по целям

Раздел	Наименование	Группы	Классы	Подклассы
01	Продукты питания и безалкогольные напитки	2	15	51
02	Алкогoльные напитки, табачные изделия	2	4	5
03	Одежда и обувь	2	5	11
04	Жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива	4	11	13
05	Предметы домашнего обихода, бытовая техника и текущее обслуживание жилья	6	10	24
06	Здравоохранение	4	7	11

07	Транспорт	4	11	20
08	Информация и связь	3	9	11
09	Отдых, спорт и культура	7	11	14
10	Образование	5	5	5
11	Рестораны и гостиницы	2	3	4
12	Страхование и финансовые услуги	2	4	5
13	Личный уход, социальная защита и прочие товары и услуги	3	6	7
	Всего	46	101	181

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан