

32002D0990

L 347/42

ОФИЦИАЛЕН ВЕСТНИК НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

20.12.2002

РЕШЕНИЕ НА КОМИСИЯТА**от 17 декември 2002 година****за допълнително уточняване на приложение А към Регламент (ЕО) № 2223/96 на Съвета относно принципите за измерване на цените и обемите в националните сметки***(нотифицирано под номер C(2002) 5054)***(текст от значение за ЕИП)**

(2002/990/ЕО)

КОМИСИЯТА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

като взе предвид Договора за създаване на Европейската общност,

като взе предвид Регламент (ЕО) № 2223/96 на Съвета от 25 юни 1996 г. относно Европейската система от национални и регионални сметки в Общността ⁽¹⁾, последно изменен с Регламент (ЕО) № 359/2002 на Европейския парламент и на Съвета ⁽²⁾, и по-специално член 2, параграф 2 от него,

като има предвид, че:

(1) Регламент (ЕО) № 2223/96 съдържа референтната рамка от общи стандарти, дефиниции, класификации и счетоводни правила за изготвяне на отчетите на държавите-членки съобразно статистическите изисквания на Европейската общност с цел получаване на съпоставими данни между държавите-членки.

(2) Необходимо е усъвършенстване на съпоставимостта между държавите-членки по отношение на данните за промяна в реалния брутен вътрешен продукт (БВП), както с оглед прилагането на член 2 от Регламент (ЕО) № 1467/97 на Съвета от 7 юли 1997 г. относно ускоряването и уточняване на прилагането на процедурата при прекомерен дефицит ⁽³⁾ и на резолюция на Европейския съвет относно Пакта за стабилност и растеж от 16 юни 1997 г. ⁽⁴⁾ и за целите на многостранното наблюдение в по-общ смисъл.

(3) Въвеждането и надзорът на Икономическия и паричен съюз налагат наличието на сравнима, актуална и надеждна информация за структурата и промените в икономическата ситуация във всяка държава-членка.

(4) Икономическите сметки в реални измерения, т.е. коригирани с ефекта от промяната на цените, са основен инструмент за анализ на икономическото и бюджетното състояние на страните, стига да са съставени на база на уникални принципи, които не подлежат на различни интерпретации. За тази цел препоръките за изчисляване на данните в постоянни цени в рамката на Регламент (ЕО) № 2223/96 на Съвета следва да бъдат допълнително задълбочени и засилени.

(5) Решение 98/715/ЕО на Комисията от 30 ноември 1998 г. ⁽⁵⁾ пояснява приложение А към Регламент (ЕО) № 2223/96 относно принципите за измерване на цените и обемите. То определя класификацията на методи за определен вид продукти като най-подходящи, като изброява алтернативни методи, които могат да се използват, в случай че подходящите методи са неприложими, както и методи, които не могат да се използват.

(6) Решение 98/715/ЕО създава изследователска програма за продуктите извън тази класификация. Резултатите от тази програма, осъществявана съвместно с държавите-членки, вече са на разположение. Настоящото решение дефинира въпросната класификация, като отчита получените от изследователската програма резултати.

⁽¹⁾ ОВ L 310, 30.11.1996 г., стр. 1.

⁽²⁾ ОВ L 58, 28.2.2002 г., стр. 1.

⁽³⁾ ОВ L 209, 2.8.1997 г., стр. 6.

⁽⁴⁾ ОВ C 236, 2.8.1997 г., стр. 1.

⁽⁵⁾ ОВ L 340, 16.12.1998 г., стр. 33.

- (7) Настоящото решение следва да хармонизира измерването на цените и обемите в националните сметки, без да накърнява съществуваща правна уредба за хармонизираните индекси на потребителските цени съгласно Регламент (ЕО) № 2494/95 на Съвета ⁽¹⁾, както и неговото текущо или бъдещо развитие.
- (8) Мерките, предвидени в настоящото решение, са в съответствие със становището на Статистическия програмен комитет и на Комитета по парична и финансова статистика и статистика на платежния баланс,

ПРИЕ НАСТОЯЩОТО РЕШЕНИЕ:

Член 1

Цел

Целта на настоящото решение е да предостави допълнително изясняване на принципите за измерване на цените и обемите, включени в глава 10 от приложение А към Регламент (ЕО) № 2223/96 с оглед необходимостта от последващо хармонизиране на мерките за цените и обемите в съответствие с резултатите от изследователската програма, предвидена в член 4 от Решение 98/715/ЕО.

Член 2

Класификация на методите

Класификация на методите като най-подходящи методи алтернативни методи, в случай че подходящите методи са неприложими, и методи, които не могат да бъдат използвани, се съдържа в приложение I към настоящото решение и се отнася за категории продукти и трансакции, за които тази класификация все още не е определена с Решение 98/715/ЕО.

Член 3

Срокове за прилагане на класификациите

Приложение II определя сроковете за прилагане на класификациите, посочени в член 2.

Член 4

Адресати на настоящото решение са държавите-членки.

Съставено в Брюксел на 17 декември 2002 година.

За Комисията

Pedro SOLBES MIRA

Член на Комисията

⁽¹⁾ ОВ L 257, 27.10.1995 г., стр. 1.

ПРИЛОЖЕНИЕ I

1. **КЛАСИФИКАЦИЯ НА МЕТОДИТЕ**

В настоящото приложение се използва следната класификация на методи:

Методи от тип А: най-подходящи методи;

Методи от тип В: методи, които могат да се използват, в случай че метод от тип А е неприложим;

Методи от тип С: методи, които не могат да се използват.

2. **НЯКОИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЗА МЕТОДИ**

Моделно ценообразуване. При него се уточняват характеристиките на модел на продукта (обикновено въз основа на реално съществуващи минали продукти), след това съставните елементи се оценяват отново през следващите периоди. За пример може да послужи строителството, където може да се даде спецификация на фамилна къща, като през определени интервали всичките ѝ съставни части (покрив, основи, кухня) се ценообразуват повторно. В сферата на обслужването може да се използва стандартен (типов) договор. Основните критерии за използване на моделното ценообразуване са:

- редовно актуализиране на използваните модели,
- представителност на моделите,
- използване на фактически цени, като се взимат предвид печалбата на производителя и евентуалните отстъпки за клиентите,
- формулиране на модела с изходяща, а не с входяща информация.

Ценообразуване по спецификация. При него един реален продукт се представя под формата на основни елементи или съставни части, които се ценообразуват и след това през определени интервали отделните проекти се разглеждат и се сравняват основните елементи. Най-важното е, че елементите трябва да могат да се идентифицират поотделно, техните качества и отражение върху окончателното функциониране на продукта да се измерват количествено, а цените през различните периоди да са на разположение. Този метод се различава от подхода на „моделното ценообразуване“, тъй като не се работи с идеални модели.

Тарифи и почасови ставки. В някои случаи заплащането може да бъде обвързано с отработените часове (например при адвокатите), а не с крайния резултат. Тогава, като ценови индикатор може да се използва тарифата (цената на час). По същия начин почасовите ставки могат да се определят чрез разделяне на общия оборот на броя отработени часове.

Методите на почасовите ставки и тарифите се различават от методите на входящите данни, използващи индекси за заплатите по това, че оперираният излишък и други входящи данни, включително фонд „Работна заплата“, са включени в оборота. И при двата метода обаче промените в изработеното за час ще се отразят като промени в цените, а не в производителността.

Методът на почасовите ставки се прилага най-добре при подробна информация, получена чрез възможно най-подробно дефиниране на продуктите и чрез разграничаване на различните видове труд.

Представително ценообразуване. Този термин обозначава методи, най-вече в бизнес обслужването, където фирмите производители трябва да изберат продуктите, които са представителни за тяхната цялостна крайна продукция. Цените, получени за такива продукти, както и характеристиките на продуктите, се следят във времето с цел осъществяване на контрол върху промените в качеството.

3. **МЕТОДИ А, В И С ЗА КРАЙНА ПРОДУКЦИЯ ПО ВИДОВЕ ПРОДУКТИ**3.1. **В рамките на категория CPA D — Тежко оборудване**

Основните продукти в тази категория са плавателни и въздухоплавателни съдове, влакове, нефтени платформи и оборудване със специално предназначение. Методите, които се основават изцяло върху измерване на входящите елементи на база на неиндексирани показатели за количество или мерки за единици обем, се считат за методи от тип С.

Методите, основани на моделното ценообразуване или на ценообразуването по спецификация, принадлежат към тип А, в случай че са удовлетворени критериите, упоменати в раздел 2 от настоящото приложение.

Съществуват два алтернативни метода, които могат да бъдат използвани:

- използването на *международни цени* се определя като метод от тип В, в случай че цените могат да бъдат считани за представителни за вътрешната продукция на държавата-членка (на най-подробно продуктово ниво), както и за потоците на трансграничната търговия: пазарите трябва да бъдат конкурентни, данните — надлежно класифицирани и претеглени, подходящият метод за индексирание на движението на валутния курс и данните за външната търговия трябва да включва оборудването „втора ръка“,
- използването на *специфични и ясни* методи за корекция на качеството могат да бъдат от тип А или В в зависимост от това доколко е подходяща промишлеността, макар в идеалния случай да се използват в комбинация с разбивката на основните активи на съставните им компоненти.

При *плавателните съдове* методът от тип А е моделното ценообразуване, стига да са удовлетворени условията от раздел 2 от настоящото приложение.

При *нефтените платформи* за метод от тип А се смята ценообразуването по спецификация с цел набелязване на модулните елементи на платформата, като в същото време към тях се прилагат корекциите за качество. Ценообразуването на компонентите с прилагането на корекция за печалбата на компанията и производителността на труда се счита за метод тип В, тъй като при него се използва международен индекс за определени видове плавателни съдове — с голям размер и модулна конструкция, които имат същите характеристики като нефтените платформи.

При *въздухоплавателните съдове* използваните методи трябва да се основават на внимателно разделяне на сектора, да вземат предвид комплексните потоци, свързани със съвместните проекти и да отчитат промяната на валутните курсове, когато цените са деноминирани в щатски долари. В този случай методи от типа А са моделното ценообразуване и ценообразуването по спецификация, като и при двата подхода трябва да се отчете преобладаващият дял на търговските клиенти на самолетостроителния пазар.

Моделното ценообразуване и корекцията на качеството, основавани на цените на екстрите (т.е. на изчисляването на пределната цена на допълнителните характеристики) са методи от тип А по отношение на влаковете, стига да е налице разделяне поне на вагони/пътнически вагони/локомотиви и на различните форми на технологията на тягата.

При *оборудването със специално предназначение* методите от тип А са моделното ценообразуване и ценообразуването по спецификация, но съответните методи за корекция на качеството могат да се използват пряко, ако оборудването не подлежи на разбивка.

3.2. СРА 30.02 — Компютри и друго оборудване за обработка на информация

Метод от тип А представлява дефлирането с индекса на цените на производител, използващ съответната процедура за корекция на качеството.

Методите тип В използват по-малко подходящи индекси на цените на производител, например с по-неподходяща процедура за корекция на качеството.

Друг възможен метод от тип В е използването на информация от хедоничния (с екологичен аспект) ценови индекс на САЩ за компютърната индустрия, в случай че са налице доказателства за достатъчната му представителност за местните цени. В този случай най-подходящият вариант е да се използват цените на компютърните характеристики в САЩ и от тях да се направят ясни корекции за качеството по отношение на цените, отчитани на местния пазар. Необходимо е да се приложи и съответен механизъм спрямо различните цялостни промени в цените или във валутния курс.

Заместващите методи, като тези, които използват ценовите индекси за други електронни продукти, се класифицират като методи от тип С. За такива се считат и методите, основани върху стойността на отделните единици. Използването на ценови индекс, който не отчита промените в качеството, също се причислява към методите от този тип.

3.3. СРА 45 — Строителство

Използването на индекси за входящите единици за дефлиране на крайния продукт се определя като метод от тип С. Използването на обеми (като например измерването на застроената площ в кубически метри или броя на издадените разрешителни за строеж), също се счита за метод от тип С.

Съществуват няколко възможни метода за изчисляване на ценовите индекси на крайния продукт, които водят до методи от тип А или В.

При *негражданското строителство*:

- методът на „действителните цени“, който използва данните от реалните проекти, реализирани през дадения период, или коригира индексите на тържните цени, така че да съвпадат със съответния период от време, може да се счита за метод от тип А, стига строителството, ценообразувано през различни периоди, да подлежи на директно сравнение или ако цените са съответно качествено коригирани при наличие на промени в сравняваното строителство. Този метод не е подходящ, ако проектите са уникални,

- методът на моделно ценообразуване, ако са налице условията на раздел 2 от настоящото приложение,
- „хедоничният“ метод, който се опитва да дефинира качеството на една конструкция по отношение на нейните характеристики и да ги съпостави регресивно към цената, може да бъде определен като метод от тип В.

При *гражданското строителство*:

Обикновено тези проекти са големи по мащаб и уникални по своята същност. Принципите, изложени в раздел 3.1. от настоящото приложение, относно ценообразуването на уникалните продукти, са също толкова приложими тук, особено разбивката на проекта на съвкупност от по-лесно измерими компоненти. Събирането на подробна информация за цените като част от административния контрол на договорите за обществено строителство могат да се определят като метод тип В, стига тези данни да са представителни.

При *ремонти и поддръжка*:

Метод от тип В означава събиране на данните за почасовите ставки или за пазарното равнище на цените на моделните дейности на предприемачите и използването им като показатели за цената.

3.4. **CPA 64 — Пощенски и телекомуникационни услуги**

3.4.1. *Пощенски и куриерски услуги*

Използването на подходящи и представителни индекси на цените на производител, които отчитат промените в качеството представлява метод тип А. За да се считат за подходящи и представителни, индексите на цените на производител трябва да покриват пълния спектър от извършвани услуги и да отчитат всички видове отстъпки.

Индекси на цените на производител, които не покриват пълния спектър услуги или не взимат под внимание промените в качеството, са метод тип В. Индексите на единичната стойност за истински хомогенните продукти също се считат за метод от тип В. Методите с показатели за обем, основани на подробни показатели за многообразието от предлагани услуги, например брой писма/колетни пратки, представени според различните тарифи на пощенските услуги, също представляват методи от тип В.

Използването на подробни индекси на потребителските цени за дефлиране на реално извършената крайна услуга, с изключение на тази, потребена от домакинствата, може да се счита за модел тип В, ако може да се покаже, че развитието на цените за бизнеса и домакинствата е сходно. Използването на подробни индекси на потребителските цени за покупки от страна на бизнес клиентите, когато е известно, че те получават отстъпки или купуват различен спектър от продукти в сравнение с домакинствата, представлява метод тип С.

3.4.2. *Телекомуникационни услуги*

Дефлирането на изходящата продукция с индекси на цените на производител, качествено коригирани, се смята за метод от тип А. Използването на тези индекси, ако тяхното покритие не отговаря точно на продуктите или ако липсва корекция на качеството, се счита за В метод. Прилагането на индекс за единичните стойности спрямо продукти, които са изцяло хомогенни, също е метод от тип В. Използването на показатели за обем, които отразяват пълната гама крайна продукция, отново се счита за метод от тип В.

Използването на подробни индекси на потребителските цени за дефлиране на крайната продукция, с изключение на тази, потребена от домакинствата, може да се счита за метод от тип В, ако може да се покаже, че развитието на цените за бизнеса и домакинствата е сходно. Използването на подробни индекси на потребителските цени по отношение на услуги, които са закупени от корпоративни клиенти, когато е известно, че те получават отстъпки или купуват различен спектър от продукти в сравнение с домакинствата, представлява метод от тип С.

3.5. **CPA 65 — Услуги по финансово посредничество, с изключение на застрахователната дейност и услугите на пенсионни фондове**

3.5.1. *Косвено изтерени услуги по финансово посредничество (FISIM)*

Тъй като липсва директно наблюдавана цена или количество, което да е реално представително за крайната продукция на FISIM от чисто теоретична гледна точка понастоящем изглежда невъзможно да се определи подходящ метод от типа А за този вид услуги. Следователно методите за измерване на FISIM при постоянни цени трябва да се основават на установената практика, като методите за измерване на FISIM в текущи цени. До този момент съществуват два подхода (освен метода на входящите единици) за дефлиране на FISIM, които се смятат за методи от типа В.

Първо, може да се създаде метод на подробните показатели за крайната продукция, които трябва да покриват дейностите, пораждащи FISIM. Примери за възможни такива показатели са броят на банковите сметки, броят и стойността на кредитите и депозитите, броят на обработените чекове и т.н. Съществуват обаче сериозни разлики между корпоративния и потребителския пазар, които трябва да бъдат отразени чрез различни показатели за крайната продукция и за двата вида пазар. Стойността на FISIM трябва да бъде разбита на отделни дейности, които да предоставят теглата за агрегиране на показателите за крайната продукция.

Вторият метод съотнася лихвения марж на кредитите и депозитите за базисния период към наличните преоценени кредити и депозити (при използване на общ ценови индекс като вътрешния ценови дефлатор за крайното вътрешно търсене), за да се определят цените за базисния период, както е описано в Регламент (ЕО) № 448/98 на Съвета ⁽¹⁾. Този метод не отчита промените в качеството на реално извършените услуги. За да се премахне влиянието на промените в цените върху наличностите, е необходимо наличните кредити и депозити да се дефлират с общ ценови индекс. Ценовите индекси, приемливи за тази цел, подредени по това доколко са подходящи, са: дефлаторът на БВП, дефлаторът на крайното вътрешно търсене и общият индекс на потребителските цени.

3.5.2. Финансово посредничество извън FISIM

Когато съществуват отделни цени за всички таксувани услуги, използването на качествено коригиран краен ценови индекс на представителен набор от тези услуги под формата на дефлатор представлява метод от тип А. За да бъдат представителни, ценовите индекси трябва да покриват основната част от пълния спектър от заплащани услуги. Когато дейностите са силно хетерогенни (например банкирането на дребно, дейността на търговските банки и на спестовните банки са много различни), трябва да се подберат услуги от всяка част на пазара, за да има представителност. Ако тези разлики не се отчитат, значи се прилага метод от типа В. Може да се включи цената на пакетите от продукти, ако те съдържат сходни услуги в рамките на целия пазар. В случай че това не е така, за сравняване на цената на тези пакети е уместно да се използва хедоничен метод или моделна цена. Използването на подробни показатели за обем, които адекватно отразяват крайната продукция, се счита за метод от тип В.

За услугите, таксувани като процент от стойността *ad valorem*, могат да се изготвят ценови индекси, които отразяват както промените в процента, така и в стойността на основния актив (с натрупване или поток), към който се прилага процентът. Това е метод тип А. Използването на показатели за обем, адекватно отразяващи крайната продукция, е метод от тип В. Могат да бъдат дадени следните примери за подходящи показатели за обем при различните продукти:

- при превод на капитали (платания и т.н.) броят на извършените преводи или показателят за обем, използващ размера на преведената сума, е метод тип В,
- при парични суми подходящ показател за обем е размерът на сумата, дефлиран с общ ценови индекс (както е описано в раздел 3.5.1).

При финансов лизинг цената на лизинга може да представлява комбинация от тарифи за услугата и FISIM. Ако е възможно разделяне на тарифата за услугата от FISIM, то тогава могат да се използват подходящи ценови индекси за дефлиране на компонента, отразяващ тарифата на услугата и това ще бъде метод А. Използването на ценови индекси за крайната продукция за дефлиране на общия предоставен лизинг обаче е метод от тип С, тъй като той не измерва адекватно крайния резултат от FISIM. Стойността на раздадените кредити, дефлирани с общ ценови индекс (както е описано в раздел 3.5.1), е подходящ показател за обем при метод от тип В. Тук промяната в качеството се отнася към качеството на извършената финансово-лизингова услуга, а не към подобреното качество на основния актив.

Цените на реално извършените услуги или показателите за обем, отразяващи малък и ограничен спектър от финансови продукти или услуги, методите с входящи единици или използването на общ ценови индекс представляват методи от тип С.

3.6. CPA 66 — Услуги на застрахователните дружества и на пенсионните фондове, с изключение на услугите по задължителното социално осигуряване

Прилагането на концепцията за дефлиране на предоставените застрахователни услуги на база на статистиката на крайните цени изглежда невъзможно. Това се дължи на липсата на пряко наблюдавана цена или количество, които да са реално представителни за извършваната дейност. Затова се счита за невъзможно прилагането на метод от тип А.

Методът, използващ показателите за обем, базиращ се на подробни показатели, като придобиването или администрирането на полици и искове се смята за метод тип В. Такъв метод (известен понякога като метод на пряката услуга) изисква много подробни показатели, които отчитат промените в продуктивния микс.

Използването на провизии, коригирани спрямо исковите и дефлирани с общ ценови индекс (както е описано в раздел 3.5.2) също е метод от тип В.

При застраховането с изключено животозастраховане броят на полиците по застрахователни продукти (застраховки на имущество на домакинствата, на МПС, гражданска отговорност и др.) и по вид клиент също представляват подходящ показател за обем и се смятат за метод В. При животозастраховането и пенсионните фондове тези методи са от тип С.

⁽¹⁾ ОВ L 58, 27.2.1998 г., стр. 1.

3.7. CPA 67 — Услуги, допълващи финансовото посредничество

Когато се касае за фиксирани такси, при които има отделни цени на заплащаните услуги, текущата цена, дефлирана с индекс на цените на производител, се счита за метод от тип А, ако са отразени промените в качеството, а ако не са — за метод В.

За услугите, таксувани по тарифи *ad valorem*, използването на показатели за обема е метод от тип В. Показателите за обем могат да включват броя на трансакциите, представени по класове размер на стойността или по дефлирани суми на трансакциите. По отношение на допълнителните услуги към застрахователните показатели за обем, основани на броя застрахователни полици по вид или дефлираните брутни премии с ценови индекс на брутните премии, представляват метод от тип В.

3.8. CPA 70 — Услуги, свързани с недвижими имоти

За услугите, за които се заплащат такси, образувани като процент от цената на имота, ценовият индекс трябва да представлява комбинация от промяната в процентите на таксата и от промяната на цените на жилищата. Това се счита за метод от тип А. Вместо да се следят реалните цени, от агентите на недвижими имоти може да се изисква да обявяват продажна цена, например за едно стандартно жилище. Този подход на моделната цена може също да бъде метод А, стига да са изпълнени критериите, определени в раздел 2 от настоящото приложение.

Заместващите (В) методи могат да използват ценовия индекс на инвестициите в нови жилища или индекса, основан на стойността на имотите (цените на жилищата).

Не така успешен метод от тип В е използването на броя продадени имоти или на броя изповядани пред нотариуси сделки по вид сгради (например по размер).

При отдаването под наем на жилищни сгради обикновено съществува информация за индексите на потребителските цени, а това е метод от тип А. При отдаването под наем на нежилищни сгради използването на индекси на цените на производител например на база наем на квадратен метър офисна площ представлява метод от тип А, стига да са налице достатъчно подробни данни за различните видове сгради и тяхното качество.

Като алтернатива използването на показатели за обема, обвързани с налични имоти с жилищно или друго предназначение, се счита за метод от тип В. В този случай може да се окаже необходимо да се извърши корекция спрямо промените в съотношението на жилищата, отдадени под наем, спрямо тези, обитавани от собствениците.

Заместването на ценовите промени на нежилищните сгради с индекси за потребителските цени за жилищните сгради е метод тип С, освен ако не бъде показано, че това допускане е реалистично.

3.9. CPA 71 — Отдаване под наем на машини и оборудване без оператор и на лични вещи и стоки за бита

При тези услуги за метод А се счита реалното събиране на наемните цени. Що се касае до услугите, извършени по договорни отношения, е необходим контрол върху промените в качеството във времето. Трябва да се отбележи, че промените в качеството на отдаваната под наем вещь (т.е. не само на услугата за отдаване под наем) също трябва да бъде отразено в обема на услугите за отдаване под наем. При услугите, които са уникални по своята същност, използването на моделни цени, отговарящи на критериите, упоменати в раздел 2 от настоящото приложение също се счита за метод от тип А.

По отношение на услугите, предлагани само на домакинствата, често е налице информация за индексите на потребителските цени и тогава използването на този индекс, коригиран спрямо базисните цени, се смята за метод А за дефлиране на реално извършените услуги. В случаите, когато услугите се предоставят както на корпоративни клиенти, така и на домакинствата, използването на индексите на потребителските цени за дефлиране на реално извършените услуги е метод от тип В.

Ако не съществува наблюдавана цена на услугите за отдаване под наем, ценовият индекс на реалния продукт може да се счита за метод В.

3.10. CPA 72 — Компютърни и свързаните с тях услуги

За метод от типа А при готовите софтуерни продукти се счита дефлирането със съответния индекс на цените на производител. От съществено значение е прилагането на подходяща процедура за качествена корекция (например основана на хедоничния принцип).

За метод от тип В се считат не толкова подходящите индекси на цените на производител. Също така метод В е използването на американския индекс за готов софтуер, коригиран с влиянието на валутния курс, или различните общи промени в цените. Следва да се вземе предвид разликата във времето на пускане на нови софтуерни продукти на пазара в САЩ и в Европа.

Използването на индекс за потребителските цени при готовите софтуерни продукти е метод С за дефлирането на реалната продукция.

При услугите, разработени за конкретни клиенти (консултации както за хардуер, така и за софтуер), може да се използва подход, основан на представителното ценообразуване (виж раздел 2), който има потенциала да представлява метод от тип А. Друг метод А може да бъде подходът, използващ моделното ценообразуване, в случай че са изпълнени условията на раздел 2. Резултатът от моделното ценообразуване може да бъде използван и за заместител на цената на софтуера, произведен на собствена сметка (метод от тип В), ако е възможно да се докаже, че този софтуер е могъл да бъде произведен и от външна компания.

При отдаването под наем на услугите на програмисти на база човекоден размерът на тарифата може да се използва за В метод.

С оглед различията в скоростта на промените в качеството, използването на индекс за хардуера с цел дефлиране на стойността на софтуера представлява метод тип С.

3.1.1. **CPA 73 — Научноизследователска дейност и дейност по развитие**

В областта на научноизследователската дейност и дейността по развитие не съществува метод от тип А. Не може да се приложи нито събирането на реалните крайни цени от изследователските институти например, нито могат да се приложат „моделните цени“, тъй като не е възможно да се определи цената на един и същи обем такъв труд в два последователни периода.

По отношение на пазарните услуги тарифите и почасовите ставки (виж раздел 2) представляват методи от тип В.

Непазарният аспект на тази дейност е производството на колективни услуги (виж ESA95, точка 3.85). Виж раздел 3.13 за CPA 75 относно дефиницията на методите от тип А, В и С за колективните услуги.

3.1.2. **CPA 74 — Други бизнес услуги**

3.1.2.1. *CPA 74.11 — Правни услуги*

При стандартните услуги, предоставяни предимно на домакинства, като изготвяне на договори за закупуване на недвижими имоти, завещания, брачни договори и др. („нотариални“ услуги) обикновено съществуват фиксирани тарифи, често покривани от индекса на потребителските цени. Индексът, използващ тези тарифи, може да се счита за метод от тип А. Освен това при такива стандартни услуги събирането на показатели за обема (брой изготвени договори и т.н.) е метод от тип В, освен ако съществува метод за коригиране на тези показатели с промените в качеството.

Част от крайната цена на правните услуги е свързана с цената на сградата, тъй като от нея се формира продажната цена на имота. Това означава, че индекс на цената или обема, обвързан с тези сгради, може да послужи като заместител за цената или обема на правните услуги. При наличие на фиксиран размер на хонорара е достатъчно да се проследи неговата промяна във времето. Ако хонорарът представлява процент от цената на сградата, ценовият индекс трябва да бъде комбинация от промените в този процент и в цената на сградата. И в двата случая това е метод от тип В, тъй като промените в качеството трудно могат да бъдат отчетени.

При правните услуги за корпоративни клиенти съществуват два основни ценови механизма: адвокатите могат да бъдат наемани на час или при фиксиран хонорар на договорни начала. При първия вид за метод от тип В могат да се използват тарифите или почасовите ставки. При втория (обслужване срещу фиксиран хонорар по договор) за метод А може да послужи подробното проследяване на цените на договорите, например с използване на подхода на представителното ценообразуване (виж раздел 2 от настоящото приложение), ако видовете договори са хомогенни. Моделното ценообразуване също може да се приложи успешно и да се счита за метод от тип А, стига да са удовлетворени критериите от раздел 2 от настоящото приложение.

3.1.2.2. *CPA 74.12 — Счетоводство и одит, данъчни консултации*

По отношение на счетоводното обслужване за метод от тип А служи изработването на дефлатори, основани на договорните цени за най-важните услуги, предоставяни по договор от счетоводителите, например с използване на представителни цени (виж раздел 2 от настоящото приложение). Необходимо е ценообразуваните услуги да се следят редовно, за да се гарантира, че външните влияния като промените в счетоводните стандарти или в счетоводните законови разпоредби (например изискванията, свързани с данъчните декларации) няма да доведат до съществени промени в измерваните крайни услуги или в качеството им. Метод от тип А може да се получи и чрез подхода на моделната цена.

Използването на количествени показатели като броя подадени данъчни декларации (класифицирани по общи категории) за част от този сектор се счита за метод тип В. Методът на тарифите или почасовите ставки се определя също като метод В, тъй като не може да отчете някои от промените в производителността.

3.12.3. CPA 74.14 — Бизнес и мениджърски консултантски услуги

При този вид обслужване метод от тип А е събирането на действителните договорни цени. Необходимо е да се контролират промените в качеството на договорите във времето.

Алтернатива на този подход е събирането на моделни цени и това също е метод А, стига да удовлетворява критериите, упоменати в раздел 2 от настоящото приложение.

При услугите, извършвани на база почасов хонорар, се използват тарифите или почасовите ставки за прилагане на метод от тип В.

Използването като заместител на ценовия индекс на реално извършените услуги, били те правни или счетоводни, одиторски или данъчни консултации, се счита за метод от тип В поради общите разходни детерминанти на тези видове услуги.

3.12.4. CPA 74.15 — Холдингово управление

Поради спецификата на тази категория услуги методи от тип А няма. Като изключение от общото правило метод от тип В е прилагането на подробен метод на входящите единици по същия начин, по който това е описано за колективните услуги в раздел 3.13 от настоящото приложение.

3.12.5. CPA 74.2 — Архитектурни, инженерингови и свързаните с тях технически консултантски услуги

Моделните цени представляват метод тип А, стига да са изпълнени условията на раздел 2 от настоящото приложение.

Тарифите или почасовите ставки могат да се считат за метод от тип В. При проучване на находищата от минерални залежи възможен вариант е използването на измерител за обема, например броя направени тестови сондажи или земемерната площ, макар че за да може този подход да се приеме за метод от тип В, трябва да се направи разбивка по вид на минералните залежи и по методи на проучване.

3.12.6. CPA 74.4 — Рекламни услуги

Рекламните услуги могат да се разделят на два ясно разграничими вида:

„плейсмънт“ — продажба на рекламно пространство независимо от медията, и „създаване“, като се изключат свързаните разходи като тези за филмова продукция и фотографски услуги.

Първият вид метод от тип А е събирането на действителните договорни цени, като се използват стойности от рода на цена на секунда телевизионно рекламно време, цена на половин страница печатна реклама във вестник, цена на квадратен метър от билборд или цена на „бутон“ в електронна страница. Важно е като аспект за качеството да се вземе броя на зрителите, видели рекламата. Трябва да се направи поне някакъв опит да се извърши корекция с различната гледаемост в пиковите часове. Моделните цени също се считат за метод от тип А, стига да са удовлетворени условията на раздел 2. Могат да се използват също и количествени мерки, но за да бъде този подход метод А, те трябва да бъдат съставени на много детайлно и представително ниво с отчитане на промените в качеството.

При „създаването“ цените по договор представляват метод от тип „А“, но трябва да се внимава при интерпретирането на събраните цели, за да е сигурно, че те не включват производствените разходи. Подходът, който използва моделните цени, също се смята за метод А, ако са изпълнени критериите, упоменати в раздел 2 от настоящото приложение. Тарифите или почасовите ставки се причисляват към методите от тип В.

3.12.7. CPA 74.5 — Набиране на кадри и предоставяне на услуги, свързани с персонала

В случаите, когато на служителите се заплаща от агенцията по набиране на кадри, методите, основани на индексите за заплатите на наетия персонал, принадлежат към тип В. Метод А би включвал коректори за производителност и качество, както и отразяване на административните разходи на агенцията. В този смисъл договорните цени, включващи тарифи за даден вид работници, са метод от тип А, ако се отчитат промените в качеството. Моделните цени също могат да са метод от тип А, стига да са удовлетворени критериите, определени в раздел 2 от настоящото приложение.

Когато заплащането става на база процент от заплатата, гореспоменатите методи и класификации са приложими, но в този случай те трябва да бъдат комбинирани с информация за размера на процентите. Ако такива данни липсват, то тогава използването на индексите за заплати се счита за метод тип В.

3.12.8. *CPA 74.6 — Детективски услуги и охранителна дейност*

Събирането на действителните договорни цени представлява метод от тип А. Услугите, предоставени по тези договори, трябва да се следят внимателно, за да се включат промените в качеството, ако е необходимо. Използването на моделни цени също е А метод при условията на раздел 2 от настоящото приложение.

По отношение на услугите, извършвани срещу почасов хонорар, тарифите и почасовите ставки могат да се използват като метод от тип В.

Приложимите показатели за обем при охранителната дейност могат да бъдат човекочасовете наблюдение или охрана и броят случаи или обслужени от частните детективи клиенти. Ако са достатъчно подходящи, тези показатели за обем могат да се считат за методи от тип В.

3.12.9. *CPA 74.7 — Почистване на промишлени обекти*

При обслужването на домакинства като миене на прозорци и почистване на комини, могат да се използват данни за потребителските цени, като метод от тип А за потреблението на домакинствата и като метод от тип В за междинното потребление.

По отношение на услугите за почистване, извършени на корпоративни клиенти, могат да се използват почистените офисни площи (в m^2) или други подобни показатели. Ако такива липсват, може да се направи допускание, че извършеното количество работа е пропорционално на общата офисна площ или други подобни предположения.

3.12.10. *Други услуги, спадащи към категория CPA 74*

По отношение на услугите, включени към категория CPA 74, които не са изрично изброени в разделите от 3.12.1 до 3.12.9, класификацията по методи от тип А, В и С може да бъде извършена съгласно общите критерии за приложимите методи, както е упоменато в Решение 98/715/ЕО. По принцип методите, основани на реални (договорни) цени или на моделни цени (съгласно условията на раздел 2 от настоящото приложение), се считат за методи от тип А. Ако срещу услугите се изплаща почасов хонорар, тарифите или почасовите ставки могат да бъдат приложени като методи от тип В. Показателите за обем, които са представителни за извършените услуги, също могат да бъдат методи от тип В. Методите, използващи входящите единици, са от тип С.

3.13. **CPA 75 — Публична администрация и отбрана, задължително социално осигуряване**

Индивидуални услуги

По отношение на индивидуалното обслужване единствените методи, които могат да отговорят на критериите за методи от тип А и В, са тези, които измерват крайния резултат. Методите, използващи входящите единици, са от тип С.

Метод, използващ показателите за продукцията, се счита за метод от тип А, в случай че показателите отговарят на следните критерии:

- покриват всички услуги, предоставени единствено на външни потребители; дейностите, които се явяват спомагателни към основните не се отчитат,
- претеглят се според разходите за всеки вид услуга в базисната година,
- дефинират се възможно най-изчерпателно,
- прилагат се качествените коректори.

Ако критериите не са напълно удовлетворени, например ако липсва достатъчна изчерпателност или ако не са били отчетени промените в качеството, методът се превръща в тип В. Ако методът за показатели на обема всъщност не измерва изходящите единици, а по-скоро входящите единици, дейността или резултата (освен ако резултатът не се интерпретира като качествено коригирана крайна услуга) и/или ако покритието на крайните услуги не е представително, то тогава методът се причислява към тип С.

Колективни услуги

Повечето услуги в категория CPA 75 са колективни. При тях класификацията на методите е принципно същата, както при услугите за лично потребление, с две съществени изключения, произтичащи от трудностите при дефиниране на реално извършената крайна колективна услуга:

- методите на входящите единици при колективните услуги са от тип „В“,
- използването на показатели за обем дейност се счита за „В“ метод.

Използването на показател за единичен обем входящи единици не се счита за метод от тип В: ако се използват методи на входящите единици, те трябва да изчисляват обема на всяка една от тях поотделно, като вземат под внимание качествения промени в тях, по-специално в заплащането на служителите.

Към сумата от обема качествено коригирани входящи единици не се прилагат допълнителни корекции за производителност или качество.

3.14. **CPA 80 — Образователни услуги**

Методите от тип А или В следва да отговарят на следните критерии:

- пълно или близко до пълното покритие,
- разделяне поне по следните категории — предучилищно, основно, прогимназиално, гимназиално (общообразователно/професионално), висше (университетско/друго) и друго образование. При специалностите във висшето образование трябва да има разделяне по предмет (например разграничаване на природонаучните и медицинските специалности от специалностите по изкуствата).

Пазарни услуги — Метод от тип А е дефлирането на реално извършената крайна услуга с подходящи индекси на цените на производител за всеки вид образователна услуга. Ценовите индекси следва да отчитат качеството на извършените услуги, както и да използват базисни цени (т.е. да се включат субсидиите).

Използването на съответните индекси на потребителските цени, коригирани с включването на базисните цени и отразяващи качеството на предоставената услуга, се счита за метод от тип В.

Ако за пазарните услуги не съществуват такива методи, може да се приеме и използването на методи от тип А и В за показатели на крайната услуга, описани по-долу по отношение на непазарните услуги. Методите, основани на входящите единици, се определят като тип С.

Непазарни услуги — Тъй като цените им липсват, единственият метод от тип А за непазарните услуги е използването на „ученически часове“ със съответната корекция за качество и с горепосоченото разделяне. Метод от тип В представлява използването на ученически часове с необходимото ниво на детайлност без корекция за качество.

Използването на броя ученици като заместител на ученическите часове при тези методи се счита за приемливо, ако може да се покаже, че броят преподавани часове е достатъчно стабилен. Този метод е препоръчителен за висшето и дистанционното обучение.

Методите, основани на входящите единици, са от тип С, както и всички методи, които не използват минималната разбивка или които имат непълно покритие на сектора. Използването на броя учителски часове също се причислява към методите от тип С.

3.15. **CPA 85 — Здравни и социални услуги**

3.15.1. *CPA 85.11 — Болнично обслужване*

Пазарни услуги

Дефлирането на пазарните услуги на болниците с подходящи индекси за цени на производител представлява метод от тип А. Използването на индекс на потребителските цени също се счита за А метод, стига цените да са отчетени бруто с всички компенсации и индексът да е коригиран с базисните цени (в случай че има субсидии). Ако цените са отчетени нето, използването на индекса на потребителските цени е метод тип С. Прилагането на не толкова подходящи индекси на цените на производител се определя като метод от тип В.

Методите, основани на показатели за крайната услуга, класифицирани по-долу като А или В методи, също са приложими за пазарните услуги.

Непазарни услуги

С оглед постоянно променящата се сложност на различните класове услуги е необходимо да се разграничат видовете болнични дейности в рамките на категория CPA 85.11. При всички случаи методите, използващи входящите единици, са от тип С.

- a) болнични услуги за хоспитализирани болни, предоставяни от многопрофилни и специализирани болници.

Използването на изцяло качествено коригирани показатели за обем, основани на класификацията на диагностично свързаните групи (ДСГ) представлява метод от тип А.

Ако са покрити единствено промените в микса от лечебни услуги по ДСГ, то значи са изпълнени изискванията за метод от тип В.

Методите, които класифицират изписаните болни според Международната класификация на болестите (МКБ), също могат да се смятат за методи от тип В, стига диагнозите да са отчетени изключително подробно и да са използвани съответните разходни тегла.

Използването на необработени показатели за реално извършеното обслужване като броя изписани болни се счита за метод от тип С.

б) Болнични психиатрични услуги

И тук подробните показатели, базирани на ДСГ с пълна качествена корекция и подходящи разходни тегла, са методи от тип А.

Показателите, основаващи се на ДСГ с частична корекция за качество, принадлежат към методите от тип В. Един малко по-слаб метод, който все пак принадлежи към тип В, е броят леглодни (дни на хоспитализация) според нивото на грижи, претеглено с представителна информация за разходите.

Методите, отчитащи крайната услуга, които не разграничават нивото на грижи, се причисляват към методите от тип С.

в) Рехабилитация в центрове за рехабилитация/болнични заведения

ДСГ, които изцяло отчитат промените в качеството, представляват метод от тип А.

Ако промените в качеството са само частично обхванати, методите за крайни услуги, основани на ДСГ, принадлежат към тип В. Същото важи и в случаите, когато се използва броят леглодни според нивото на грижи. Ако може да се покаже, че различните рехабилитационни услуги са относително хомогенни, то броят леглодни може да се причисли към методите от тип В.

г) Сестрински грижи (под медицинско наблюдение)

Качествено коригираните леглодни според нивото на грижи са препоръчителният метод от тип А. Различните нива на грижи могат да бъдат обхванати пряко чрез систематичното прилагане на класификациите или непряко чрез групирането на здравните заведения, които предоставят едно и също ниво на грижи.

Некоригираните леглодни според нивото на грижи отговарят на изискванията за метод тип В. В случаите на сравнително хомогенни услуги броят леглодни може да се приеме за В метод.

3.15.2. СРА 85.12 — Медицинска практика

Пазарни услуги

Използването на индекси на цени на производител представлява метод от тип А. Прилагането на индекса на потребителските цени също е А метод, ако цените са отчетени брутно с всички компенсации. Индексите на потребителските цени, които отчитат цените с изключени компенсации са метод тип „С“. Всички методи спрямо непазарните услуги, класифицирани като методи от тип „А“ и „В“ по-долу, също са подходящи.

Непазарни услуги

Основното разграничение тук е между услугите, извършвани от общопрактикуващите лекари и от специалистите.

а) услуги на общопрактикуващите лекари

Методът от тип А представлява изчисляване на броя консултации по вид лечение, коригирани спрямо промените в качеството. В случая със заместващи тегла или само частична корекция броят консултации по вид лечение се причислява към В методите. Простият брой консултации също може да се приеме за метод тип В, ако различните видове лечение са достатъчно хомогенни по отношение на изискванията за ресурсите (сходни разходни тегла).

б) услуги, извършени от специалисти

Броят първични прегледи, представени по вид специалист или вид лечение, коригирани спрямо качеството и претеглени със съответните разходни тегла, се счита за метод тип А. Същият показател без корекция за качество е метод от тип В. Ако е невъзможно да се направи разграничение по вида лечение, броят на първичните прегледи не е подходящ показател. При тези условия общият брой прегледи принадлежи към тип В. Разграничението по вид специалисти е задължително, за да бъде причислен един метод към тип В.

3.15.3. *CPA 85.13 — Стоматологични услуги*

Повечето стоматологични услуги са пазарни. Метод от тип А е използването на индекс за потребителските цени, коригиран с базисните цени и промените в качеството. Цените трябва да бъдат отчетени като брутни с всички компенсации и индексът на потребителските цени да бъде изчислен достатъчно подробно. Ако са отчетени цените с изключени компенсации, използването на индекса на потребителските цени представлява метод от тип С. Метод, използващ показател за реално извършена дейност, който да отговаря на изискванията за тип А, е използването на броя на лечебните дейности по вид лечение, качествено коригиран. Както и при специализираните медицински услуги, тук може да се направи допускането, че броят на първичните прегледи е показателен за броя на приключилото лечение.

Броят първични прегледи по вид лечение (без корекция по отношение на качеството) представлява метод от тип В. Ако е невъзможно да се направи разграничение по вид лечение, няма смисъл да се броят само първичните прегледи. При тези обстоятелства общият брой консултации (прегледи) се счита за метод от тип В.

3.15.4. *CPA 85.14 — Други здравни услуги, и CPA 85.15 — ветеринарни услуги*

Почти всички от тези услуги се извършват са пазарни, така че се препоръчва употребата на съответния компонент на индекса на потребителските цени. Ако се прави корекция спрямо базисните цени, методът се причислява към тип А, ако такава липсва, значи е от тип В.

3.15.5. *CPA 85.31 — Социални грижи с настаняване*

За пазарните дейности дефлирането със съответния компонент на индекса на потребителските цени (коригиран спрямо базисните цени) се счита за метод от тип А. Леглодните според вида заведение, изцяло коригирани спрямо промените в качеството, също отговарят на изискванията за А метод.

Ако липсва корекция на качеството, методът се причислява към тип А. Използването на общия брой леглодни също може да бъде класифицирано като метод от тип В.

3.15.6. *CPA 85.32 — Социални грижи без настаняване*

Дотолкова доколкото тези услуги са пазарни, използването на съответния компонент на индекса на потребителските цени, коригиран спрямо базисните цени, представлява метод от тип А. Без тази корекция по стойност спрямо индекса на потребителските цени се получава метод от тип В.

Броят лица, получили социални грижи според нивото на грижите, е метод от тип А за непазарните услуги, които не са предназначени за пазара. Използването на общия брой лица, получили социални грижи, се счита за метод от тип В.

3.16. **CPA 90 — Канализация и почистване на смет, санитарни услуги и други подобни на тях**

Методите от тип А включват използването на подходящи индекси на цените на производител, когато има такива, и показатели за обема на извършените услуги (например тонове извозена смет), коригирани за определени качествени характеристики на услугата като редовно събиране или обработка на специалните отпадъци (като токсичните отпадъци например).

Методите от тип В включват използване на подробни индекси на потребителските цени, както за потреблението на домакинствата, така и това за фирмите (където развитието на цените на услугите за бизнес клиенти е подобно на това за физическите лица). По отношение на непазарните услуги използването на показатели за обема извършена дейност се определя като метод от тип В, стига тези показатели да предоставят добро покритие и да са достатъчно подробни.

3.17. **CPA 91 — Услуги, свързани с членството в организации, неклассифицирани другаде**

Получаването на подробна информация относно реално извършените услуги на членовете, представени максимално подробно и претеглени според разходите, представлява метод от тип А. Например една професионална организация, която предоставя на членуващите в нея юридически консултации, организира конференции, провежда изпити и акредитации, трябва да се отчита за всяка от тези дейности, или ако става дума за религиозна организация, тя трябва да се отчита за посещаемостта на службите или за броя на извършените служби.

Метод от тип В е използването на броя членове като заместител на извършената дейност, но трябва да бъдат взети под внимание различните видове членство, в случай че то определя правото на ползване на различни видове услуги и освен това трябва да е ясно, че средното потребление на услуги от членовете е сравнително постоянно през годината.

3.18. СРА 92 — Отдых, култура и спорт*Услуги, предоставяни на публика*

По отношение на услугите, предоставяни изцяло на домакинства, метод от тип А представлява използването на подробни индекси на потребителските цени, коригирани спрямо базисните цени като дефлатори за стойността на продадените билети. Методът трябва да вземе предвид билетите с отстъпка, както и всякакви други характеристики, които имат съществено влияние върху качеството (например безплатни програми или резервации по телефона).

В този случай към метод от тип В се причислява използването на индекс на потребителските цени за услугите, предоставени и на корпоративни клиенти (стига да може да се покаже, че това е разумно допускане) или използването на броя продадени билети, представени в разбивка според вида място и представление като показатели за обем. В случай че липсват данни за билетите, броят на представленията може да послужи за метод от тип В.

Библиотечна дейност

Метод от тип А представлява комбинирането на данни за заеманите книги (с разбивка по основен вид) с данни за посещенията, коригирани спрямо факторите за качество като спектъра от налична справочна литература. Тази комбинация се постига най-успешно при използване на подхода за разходните тегла. Всички предоставени пазарни услуги трябва да бъдат измерени според стойността на продажбите, дефлирани със съответен ценови индекс.

Метод от тип В при библиотечната дейност представлява използването на данни за заеманите книги (с разбивка по основен вид) като показател за цялостната дейност на библиотеката.

Хазарт и залагания

При този вид дейности метод от тип А е прякото дефлиране на данните за таксите на услугите с ценовия индекс за тях, с корекции за промените в качеството когато те са подходящи.

Метод от тип В при залаганията е използването на броя направени залози като показател за обем. Всеки начин на залагане (по телефона, чрез Интернет, в магазини) трябва да бъде разграничен и (в идеалния случай) според различните видове игри, като се извърши претегляне по отношение на относителния дял на общата заложена сума в базисния период. При казината метод от тип В представлява използването на данни за броя влезли лица.

Производство и обработка на филми, радио- и телевизионни услуги

По отношение на производството на филмови и радио- и телевизионни програми метод от тип В представлява събирането на цените на определени моделни продукти (например половин час телевизионна комедия вътрешна продукция, един час радиодокументалистика) или използването на количествени данни за програмите, разделени по основни категории и претеглени според относителния им дял в стойността на всички програми.

Новинарски агенции

Използването на моделното ценообразуване, основано на абонамента за информационната услуга, се счита за метод от тип А. Методът на моделното ценообразуване трябва да отговаря на основните принципи, упоменати в раздел 2 от настоящото приложение.

Използването на количествени и качествени показатели, прилагани от самите новинарски агенции, с цел измерване на извършената дейност, дотолкова доколкото са съпоставими в рамките на сектора и достатъчно стабилни като дефиниция от един период в друг, представлява метод от тип В.

Спортни съоръжения

За метод от тип А се счита използването на подробни данни от индекса на потребителските цени, коригирани спрямо базисните цени, или използването на броя продадени билети по вид и ако е възможно, по вида извършени дейности. Необходимо е да се направи корекция спрямо качеството на съоръженията, а зрителите, заплатили входна такса, трябва да бъдат разграничавани от участниците.

Използването на продадените билети без достатъчно подробна разбивка, показваща различен вид услуги, или прилагането на данни от индекса на потребителските цени, които не са напълно представителни за дейностите, се определят като метод от тип В.

3.19. СРА 93 — Други услуги

Настоящото продуктово разделение обхваща много широк спектър от услуги; основните видове услуги, включени в този раздел, са изброени по-долу.

Пране и химическо чистене

По отношение обслужването на домакинства могат да се съберат данни от индексите на потребителските цени (разходите за използване на обществена пералня и за химическо чистене на стандартни артикули). Корпоративните клиенти често имат договорни взаимоотношения и за подходящи показатели за обем могат да послужат килограмите изпрана материя или броят стандартни „напълвания“ на машината. Използването на индекси на потребителските цени и данни за обема се считат за методи от тип В.

Фризьорство

Тази дейност се предоставя почти единствено на домакинства и следователно е обхваната от индекса на потребителските цени. Най-успешният метод е да се използва „моделна цена“, където за модел служи стандартна представителна услуга като измиване на косата с шампоан и подстригване. Използването на данни от индекса на потребителските цени представлява метод от тип А, ако се прави корекция спрямо базисните цени.

Погребална дейност

Тази дейност се предоставя почти единствено на домакинства и следователно е обхваната от индекса на потребителските цени. В сектора се предоставят стандартни услуги, така че ценообразуването е ясно и недвусмислено, а използването на данни от индекса на потребителските цени се счита за метод от тип А, ако са коригирани спрямо базисните цени.

Други услуги

Към тази категория спадат различни видове услуги, повечето от които се извършват под формата на стандартни продукти (например козметични процедури, агенции за запознанства, астрология, проституция), които могат да бъдат ценообразувани в различни периоди от време и за които може да се изработи ценови индекс. Използването на такива стандартни продукти се определя като метод от тип А, ако са взети под внимание всички ефекти върху качеството, и като В метод, ако не са.

4. МЕТОДИ ОТ ТИП А, В И С ЗА НЯКОИ КАТЕГОРИИ ТРАНСАКЦИИ**4.1. Междинно потребление**

Метод от тип А за дефлиране на междинното потребление трябва да отговаря на следните критерии:

- дефлирането се извършва продукт по продукт,
- дефлирането на продуктите вътрешно производство и на вносните продукти се извършва отделно,
- използват се или реални данни за цените на междинното потребление, или за продуктите вътрешно производство — методите от тип А, дефинирани за всеки продукт (отчитайки различната стойностна база), а за вносните продукти се използват методите от тип А, описани в следващия раздел.

Методите от тип В могат да не успеят да разграничат вътрешната продукция от вноса или използват методи, класифицирани като методи от тип В за такива продукти.

Ако междинното потребление се дефлира агрегирано без подробности за продуктите, това се счита за метод от тип С. Също така, ако методите за дефлирането са класифицирани като методи от тип С за тези продукти, те също се считат за методи от тип С по отношение и на междинното потребление.

4.2. Износ и внос на стоки

Методите от тип А трябва да се основават на използването на качествено коригирани ценови индекси за всички стоки за износ и внос. Ценовите индекси трябва да съответстват на продуктовата класификация, използвана в данните за стойността, подложени на дефлирането. Изчисляването им трябва да отговаря на начина на изчисляване на данните за текущите цени, т.е. FOB за износа и FOB или CIF за вноса.

Дефлирането с ценови индекси, които не отразяват адекватно промените в качеството, трябва да се считат за методи от тип В.

По отношение на продуктовете групи, които са достатъчно хомогенни във времето, индексите за единица стойност могат да се считат за методи от тип В. За да се установи доколко е приложим един индекс за единица стойност, не трябва да се разчита единствено на разбирането на съдържанието на всяка конкретна търговска група, а да се проучи променливостта на индекса за единица стойност.

Приложимостта на индексите на цени на производител трябва да се оценява за всеки конкретен случай, за да се приемат те за подходящи. На първо място трябва да е налице подходящо покритие на индексите. Когато цените на пазара на вътрешни и вносни стоки са сходни, поради наличието на конкуренция, прякото използване на индексите на цени на производител може да се сметне за уместно, тъй като разликите в цените са незначителни. При пазарни условия, при които цените на местните стоки не отразяват адекватно цените на вносните и на изнесените стоки, то индексите на цени на производител трябва да бъдат коригирани, така че да отразяват тези разлики и едва тогава могат да се приемат като подходящи за метод от тип В. Ако движението на валутния курс е единственият фактор, въздействащ върху цените на вноса и износа, тогава индексите на цените на производител трябва да бъдат коригирани, за да се счита този подход за метод от тип В. Когато цените се влияят от други фактори, ще бъдат необходими по-сложни корекции на индексите на производствените цени, за да станат подходящи за използване.

Използването на цените на износа за друга държава за дефлирането на вноса представлява метод от тип В, стига покритието на продукта да е точно и, при необходимост, да са направени корекции по отношение на движението на валутния курс и на различните промени в цялостните цени между двете държави.

Методите от тип С включват използване на индекси на единичните стойности за продуктите групи с недостатъчна хомогенност.

4.3. Износ и внос на услуги

Методите за изчисляване на цените и обемите на износа и вноса на услуги трябва да отразяват методите, дефинирани по отношение на крайната услуга от всеки вид. Когато обаче се препоръчват ценови индекси, те трябва да отразяват реално заплатените цени на износа и вноса, ако са използвани за дефлиране на износа и вноса на услуги.

При отчитането на разходите на нерезидентите (физически лица или правителствени органи) на територията на дадена държава, при метод от тип А те трябва да бъдат дефлирани с индекси на потребителските цени, съответстващи на закупените от тях продукти. Ако индексите на потребителските цени имат по-тясно или по-широко покритие на продуктите от онези, закупени от нерезидентите, то това ще се счита за В метод.

При отчитането на разходите на резидентите (физически лица или правителствени органи) на дадена държава в чужбина, използването на подробни и подходящи индекси на потребителските цени за посещаваната страна, коригирани спрямо измененията на валутните курсове, се определя като метод от тип А. Използването на индекси на потребителските цени на чуждата държава с по-широко или с по-тясно покритие представлява метод тип В.

По отношение на покупко-продажбата, която е търговска дейност, е подходящо да се направи класификация на методите за търговските отстъпки на едро и дребно.

4.4. Придобиване минус продажба на ценности

Методът от тип А, приложим за производството на ценности, представлява използването на подходящите индекси на цените на производител за конкретния бранш, коригирани надлежно по отношение на промените в качеството (това е възможно за бижутерската промишленост например). При някои видове ценности подходът на моделното ценообразуване или ценообразуването по спецификация може да бъде метод от тип А, стига да отговаря на критериите, предвидени в раздел 2 от настоящото приложение.

По отношение на услугите, заплащани с тарифи, които представляват процент от стойността на изработените изделия, подходящият ценови индекс трябва да бъде комбинация от промяната в процента на тарифата и в стойността (конкретния подвид на) на ценностите. Това се счита за метод от тип А.

Методите от тип В за производство на ценности представляват съпоставка с тясно свързани продукти (във вътрешен или в международен план) като картини от един и същи художник и разлагане на съставни компоненти (по-подходящ подход при бижутерските изделия и комплексните продукти).

Методите В по отношение на комисионните и търговските отстъпки представляват използването на индекс, базиращ се стойността на ценностите. Тъй като посредническите такси при ценностите обикновено са под формата на процент от стойността им, е разумно да се предположи, че двете са достатъчно взаимосвързани, за да се считат за метод от тип В. Тогава се допуска, че процентът на тарифата е постоянен.

Не така успешен, но все пак метод от тип В, е използването на броя продадени единици ценности, представени по вид. Този подход е по-подходящ при продуктите с по-висока степен на хомогенност.

Използването на общ ценови индекс представлява метод от тип С.

ПРИЛОЖЕНИЕ II

СРОКОВЕ ЗА ВЪВЕЖДАНЕ НА КЛАСИФИКАЦИИТЕ

Датата за въвеждането на съответното класифициране на даден продукт например 2004 г. означава, че годишните данни в постоянни цени, предавани на Евростат съгласно Регламент (ЕО) № 2223/96 на Съвета, през 2004 г. и след това трябва да съответстват на А/В/С класификацията, която е определена за този продукт. На практика това означава, че след обявената дата не се разрешава използване на методи от тип С за съответния продукт.

Група продукти	Дата на въвеждане
Тежко оборудване	2006 г.
CPA 30.02: Компютри и друго оборудване за обработка на информация	2004 г.
CPA 45: Строителство	—
CPA 64: Пощенски и телекомуникационни услуги	2005 г.
CPA 65: Услуги по финансово посредничество, с изключение на застрахователната дейност и услугите на пенсионни фондове	2005 г.
CPA 66: Услуги на застрахователните дружества и на пенсионните фондове, с изключение на услугите по задължителното социално осигуряване	2005 г.
CPA 67: Услуги, допълващи финансовото посредничество	2005 г.
CPA 70: Услуги, свързани с недвижими имоти	2004 г.
CPA 71: Отдаване под наем на машини и оборудване без оператор и на лични вещи и стоки за бита	2004 г.
CPA 72: Компютърни и свързаните с тях услуги	2005 г.
CPA 73: Научноизследователска и развойна дейност — пазарни услуги	2006 г.
CPA 73: Научноизследователска и развойна дейност — непазарни услуги	2004 г.
CPA 74: Други бизнес услуги	2006 г.
CPA 75: Публична администрация и отбрана, задължително социално осигуряване — колективни услуги	2004 г.
CPA 75: Публична администрация и отбрана, задължително социално осигуряване — индивидуални услуги	2006 г.
CPA 80: Образователни услуги	2006 г.
CPA 85: Здравни и социални услуги	2006 г.
CPA 90—93: Други обществени, социални и битови услуги	2006 г.
Категория трансакция	Дата на въвеждане
Междино потребление	2006 г.
Износ и внос на стоки — с изключение на тежко оборудване	2004 г.
Износ и внос на тежко оборудване	2006 г.
Износ и внос на услуги	2006 г.
Придобиване минус продажба на ценности	2006 г.

Позволени изключения:**Австрия**

CPA 70 и 72: 2006 г.

Дания

CPA 75 (индивидуални), 80 и 85: 2012 г.

Германия

Всички категории продукти и трансакции (доколкото методите С се използват все още): 2005 г., с изключение на СРА 72: 2006

Гърция

СРА 30.02, 73 (непазарни), 75 (колективни) и за износа и вноса на стоки с изключение на тежко оборудване: 2005 г., за останалото: 2006 г.

Испания

СРА 70: 2005 г., СРА 30.02, 65, 66, 67, 72, 73 (непазарни), 75 (колективни): 2006 г.

Ирландия

СРА 30.02: 2005 г., СРА 64, 65, 66, 67, 70 и 72 и за износа и вноса на стоки с изключение на тежко оборудване: 2006 г.

Люксембург

Всички категории продукти и трансакции, с изключение на СРА 71: 2006 г.

Португалия

СРА 30.02, 64, 65, 66, 67, 70 и 72: 2006 г.

Обединено кралство

СРА 65: 2006 г.
