

се наблюдават само държавни търговски обекти, а от 1993 г. постепенно започват да се включват и частни магазини. Друга важна черта на наблюдението е, че събирането на цените се осъществява през целия отчетен период от 17-о число на предходния месец до 16-о число на наблюдавания месец, като за всяка наблюдавана стока или услуга представител два пъти месечно се регистрират от 3 до 6 цени, т.е. до 1994 г. броят на регистрираните цени не е бил строго фиксиран.

През периода 1994-1996 г. методиката на наблюдението претърпява редица промени, от които по-важни са следните: периодът на регистриране на цените се променя от 5-о до 20-о число на календарния месец; започват да се прилагат методи за попълване на липсващите цени (копира се последната реална цена); въвежда се график за сезонните стоки (плодове и зеленчуци), като, когато са извън сезон, последната реална цена се копира; променя се методът на изчисляване на месечните индекси - изчисляват се базисни индекси за текущия месец при база декември от предходната година и от два последователни базисни индекса се изчислява месечният (верижен) ИПЦ; груповите индекси на най-ниско ниво се изчисляват като средна аритметична от обикновените индекси, а за получаване на общия ИПЦ се използва формулата на Ласпер с тегла паричните разходи на домакинствата за при-добиване на съответните стоки и услуги.

През 1997 г. се въвежда нова методика за **статистическо изследване на потребителските цени**. Методиката на изследването е подобрена в много отношения въз основа на натрупания вече опит и обогатените теоретични познания, а също и благодарение на препоръките на Висшия статистически съвет, международните организации и потребителите на информация. Индексът на потребителските цени вече има голяма актуалност, дължаща се най-вече на неговото широко приложение - като измерител на инфлацията, при индексване на заплатите и пенсиите, при актуализиране на размера на наемите и на различни видове плащания. Променя се периодът на регистриране на цените на стоките и услугите - от 5-о до 25-о число на отчетния месец. Броят и структурата на наблюдаваните търговски обекти се определят по придобилия популярност "метод на концентрирания подбор", т.е. подбират се магазини и други обекти със сравнително голям оборот и голямо асортиментно разнообразие. Обхванати са основните форми на търговия, като са включени супермаркети, универсални магазини, специализирани магазини и други. Броят на търговските обекти е фиксиран и всеки от тях се посещава един път в месеца от съответния регистратор. Поради хиперинфлацията се въвежда нов метод за попълване на липсващите цени, като се разработват специални указания за регистраторите. Въвежда се нов метод за третиране на сезонните стоки, когато са извън сезон - изчисляват