

Приложение
УТВЕРЖДЕНА
приказом Росстата
от 24.06.2016 № 301

**ОФИЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ
по определению обобщающих показателей
по статистике внутренней торговли**

Введение

Целью настоящей официальной статистической методологии по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли (далее – Методология) является обеспечение формирования в соответствии с Федеральным планом статистических работ, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № 671-р, официальной статистической информации об объеме оборота оптовой и розничной торговли.

Официальная статистическая информация является неотъемлемой частью системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности. Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 ноября 2015 г. № 1234 «О порядке разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочный период и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» показатель «оборот розничной торговли» включен в перечень показателей социально-экономического прогноза развития страны.

С принятием Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и на период до 2020 года, утвержденной приказом Минпромторга России от 25 декабря 2014 г. № 2733, актуальность официальной статистической информации, позволяющей оценить эффективность мероприятий по его реализации, значительно возросла.

Настоящая Методология включает описание объектов статистического наблюдения, статистического инструментария, основных этапов планирования и распространения итогов выборочного обследования субъектов малого предпринимательства (формирования выборочной совокупности, методов сбора, контроля, редактирования первичных данных, методов распространения данных выборки на генеральную совокупность), алгоритмов формирования основных показателей внутренней торговли.

Настоящий документ является переработанной и дополненной версией Методологических положений по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли, утвержденных приказом Росстата от 18 апреля 2011 г. № 190. Методологические положения актуализированы в связи с изменениями, внесенными в Федеральный закон от 24 июля 2007 г.

№ 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и в другие нормативно-правовые акты, введением в статистическую практику с 1 января 2017 г. новой версии Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред.2) (далее ОКВЭД2), утвержденного приказом Росстандарта от 31 января 2014 г. № 14-ст.

Методология базируется на международных рекомендациях по статистике розничной и оптовой торговли (МРСРОТ 2008 года) с учетом требований российского законодательства:

- Федерального закона от 29 ноября 2007 г. № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (далее - Закон о статистике);

- Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле).

В соответствии с Законом о статистике под *официальной статистической информацией* понимается сводная агрегированная документированная информация о количественной стороне социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных процессов в Российской Федерации, формируемая субъектами официального статистического учета в соответствии с официальной статистической методологией.

Официальная статистическая информация формируется в процессе осуществления *официального статистического учета*¹ – деятельности, направленной на проведение в соответствии с официальной статистической методологией федеральных статистических наблюдений и обработку данных, полученных в результате этих наблюдений.

*Федеральное статистическое наблюдение*¹ представляет собой сбор первичных статистических и административных данных, осуществляемый *субъектами официального статистического учета*¹ – федеральными органами государственной власти, иными федеральными государственными органами, Центральным банком Российской Федерации (Банком России), осуществляющими формирование официальной статистической информации в установленной сфере деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

*Первичными статистическими данными*¹ является документированная информация по формам федерального статистического наблюдения, получаемая от респондентов, или информация, документируемая непосредственно в ходе федерального статистического наблюдения.

Первичные статистические данные, содержащиеся в формах федерального статистического наблюдения, являются информацией ограниченного доступа и субъекты официального статистического учета обязаны обеспечить её

¹ Федеральный закон от 29 ноября 2007 г. № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (статья 2).

конфиденциальность. Первичные статистические данные, являющиеся информацией ограниченного доступа, не подлежат разглашению (распространению и (или) предоставлению) и используются только в целях формирования официальной статистической информации.

Субъекты официального статистического учета не вправе предоставлять федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, государственным и муниципальным служащим, должностным лицам, другим физическим и юридическим лицам первичные статистические данные, являющиеся информацией ограниченного доступа, для использования этих данных в иных не связанных с формированием официальной статистической информации целях, а они в свою очередь не вправе требовать предоставления первичных статистических данных от субъектов официального статистического учета¹.

Настоящая Методология предназначена для использования в статистической практике при формировании обобщающих показателей статистики внутренней торговли (оборота розничной (оптовой) торговли и индекса физического объема оборота розничной (оптовой) торговли) территориальными органами государственной статистики.

I. Общие положения

В настоящей Методологии используются основные понятия и определения, приведенные в Законе о торговле²:

*торговая деятельность*² - вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров;

*оптовая торговля*² - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

*розничная торговля*² - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Определения и порядок формирования обобщающих (стоимостных) показателей статистики оптовой (розничной) торговли разработаны также с учетом содержания видов деятельности «оптовая торговля» и «розничная торговля» в ОКВЭД2.

¹ Федеральный закон от 29 ноября 2007г. № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (статья 9).

² Федеральный закон от 28.12.2009г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (статья 2).

Примечание. В ОКВЭД2 указанные виды деятельности определяются следующим образом:

Оптовая торговля – это перепродажа (без преобразования) новых или бывших в употреблении товаров розничным продавцам, продажа юридическим лицам, таким как производственные, коммерческие, институциональные или профессиональные пользователи, либо перепродажа другим оптовым торговцам, либо привлечение агентов или брокеров для покупки или продажи товаров;

Розничная торговля – перепродажа (продажа без преобразования) новых и бывших в употреблении товаров для личного или бытового употребления, или использования магазинами, универмагами, палатками, предприятиями почтовой торговли, лицами, осуществляющими доставку товаров на условиях от двери до двери, торговцами, потребительскими кооперативами и т. д.

Под продажей без преобразования принято понимать стандартные действия (операции), связанные с торговлей, такие как сортировка, классификация, упорядочивание товаров, смешивание (перемешивание) товаров (например, песка), розлив в бутылки (с предшествующим мытьем или без предшествующего мытья бутылок), упаковка, разделение оптовых партий, переупаковка в более мелкие партии для распространения, хранение (охлажденной или замороженной продукции).

Определения показателей статистики торговли базируются на определениях, используемых в Гражданском кодексе Российской Федерации и Налоговом кодексе Российской Федерации, нормативно-правовых актах по бухгалтерскому и налоговому учетам.

Показателем, используемым для целей статистического наблюдения за состоянием оптовой (розничной) торговли, является **оборот оптовой (розничной) торговли**, в общем виде представляющий собой выручку от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг).

Примечание. В целях настоящих методологических положений понятия «реализация», «выручка от реализации» используются в соответствии с их определениями, приведенными в действующих налоговых и бухгалтерских нормативно-правовых актах.

Под реализацией товаров (работ, услуг) организацией, индивидуальным предпринимателем понимается в соответствии с пунктом 1 ст. 39 Налогового Кодекса Российской Федерации (далее - НК РФ) передача на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результаты выполненных работ одним лицом для другого лица, оказание услуг одним лицом другому лицу, а в случаях, предусмотренных НК РФ, передача права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, оказание услуг одним лицом другому лицу - на безвозмездной основе. Доходом от реализации признается в соответствии с пунктом 1 ст. 249 НК РФ выручка от реализации товаров (работ, услуг) как собственного производства, так и ранее приобретенных, выручка от реализации имущественных прав. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) в целях статистического наблюдения устанавливается по методу начисления, т.е. датой получения дохода признается дата реализации товаров (работ, услуг) независимо от фактического поступления денежных средств в их оплату (пункт 3 ст. 271, НК РФ). При реализации товаров (работ, услуг) по договору комиссии (агентскому договору) комитентом (принципалом) датой получения дохода признается дата реализации принадлежащего комитенту (принципалу) имущества, указанная в извещении комиссионера (агента) о реализации и (или) в отчете комиссионера (агента).

Отнесение выручки от реализации товаров (услуг) к обороту оптовой или розничной торговли при заполнении форм федерального статистического наблюдения осуществляется в соответствии с требованиями, установленными к порядку оформления операций по реализации товаров (работ, услуг).

Примечание. Налоговым кодексом Российской Федерации (ст. 169, гл. 21), установлено, что налогоплательщики (организации и индивидуальные предприниматели) при совершении операций по реализации товаров (работ, услуг) как облагаемых налогом на добавленную стоимость, так и не облагаемых налогом, обязаны составлять счета-фактуры и вести журналы учета счетов - фактур, книгу покупок и книгу продаж. Каждая отгрузка товара (выполнение работы, оказание услуги) оформляется составлением счета-фактуры и регистрацией ее в книге продаж и в книге покупок. При реализации товаров за наличный расчет непосредственно населению обязательным является выдача покупателю кассового чека (счета) или иного документа установленной формы.

Форма счета-фактуры и порядок его заполнения, формы и порядок ведения журнала учета счетов-фактур, книг покупок и книг продаж устанавливается Правительством Российской Федерации (постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2011 г. № 1137 «О формах и правилах заполнения (ведения) документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость»).

Федеральным законом от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» предусмотрено, что организации и индивидуальные предприниматели в силу специфики своей деятельности либо особенностей своего местонахождения могут производить наличные денежные расчеты и (или) расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники при осуществлении определенных видов деятельности (пункт 3 ст. 2). Например, при осуществлении торговли на рынках, ярмарках, выставочных комплексах, в киосках мороженым, безалкогольными напитками, разносной мелкорозничной торговли.

Таким образом, одним из основных признаков операции, относимой к обороту оптовой торговли, является наличие выставленного счета-фактуры на отгруженный товар, к обороту розничной торговли - кассового чека (счета) или иного заменяющего чек документа.

Оборот оптовой (розничной) торговли устанавливается на основании данных бухгалтерского учета. Суммарные данные оборота розничной (оптовой) торговли за отчетный период аккумулируются по кредиту счета 90 «Продажи», субсчет 90-1 «Выручка».

II. Методологические основы организации федерального статистического наблюдения за оборотом оптовой (розничной) торговли

2.1. Правовая основа организации федерального статистического наблюдения за оборотом оптовой (розничной) торговли

Система федерального статистического наблюдения за внутренней торговлей является одной из наиболее разветвленных по разнообразию обследуемых хозяйствующих субъектов и методов статистического наблюдения за ними.

Организация федерального статистического наблюдения за хозяйствующими субъектами торговли и порядок формирования результатов их деятельности осуществляются с учетом требований и положений федеральных законов и постановлений Правительства Российской Федерации.

В соответствии с частью 1.1 статьи 4 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, соответствующие условиям:

1) для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств должно быть выполнено хотя бы одно из следующих требований:

а) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов (за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов) в уставном капитале общества с ограниченной ответственностью не превышает двадцать пять процентов, а суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не превышает сорок девять процентов (ограничение в отношении суммарной доли участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства;

б) акции акционерного общества, обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, отнесены к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Ограничение в отношении суммарной доли участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не распространяется на общества с ограниченной ответственностью, соответствующие следующим требованиям (подпункты «в» - «д» пункта 1 части 1.1 статьи 4 указанного Федерального закона):

- деятельность хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат учредителям (участникам) соответственно таких хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств - бюджетным, автономным научным учреждениям либо являющимся бюджетными учреждениями, автономными учреждениями образовательным организациям высшего образования;

- хозяйственные общества, хозяйственные партнерства получили статус участника проекта в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 г. № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково»;

- учредителями (участниками) хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств являются юридические лица, включенные в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности в формах, установленных Федеральным законом от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». Юридические лица включаются в данный перечень в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, при условии соответствия одному из следующих критериев:

юридические лица являются публичными акционерными обществами, не менее пятидесяти процентов акций которых находится в собственности Российской Федерации, или хозяйственными обществами, в которых данные публичные акционерные общества имеют право прямо и (или) косвенно распоряжаться более чем пятьюдесятью процентами голосов, приходящихся на голосующие акции (доли), составляющие уставные капиталы таких хозяйственных обществ, либо имеют возможность назначать единоличный исполнительный орган и (или) более половины состава коллегиального исполнительного органа, а также возможность определять избрание более половины состава совета директоров (наблюдательного совета);

юридические лица являются государственными корпорациями, учрежденными в соответствии с Федеральным законом от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;

юридические лица созданы в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 г. № 211-ФЗ «О реорганизации Российской корпорации нанотехнологий»;

2) среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1 части 1.1 статьи 4 указанного Федерального закона, производственных кооперативов, сельскохозяйственных потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей не должна превышать следующие предельные значения среднесписочной численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;

б) до ста человек для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

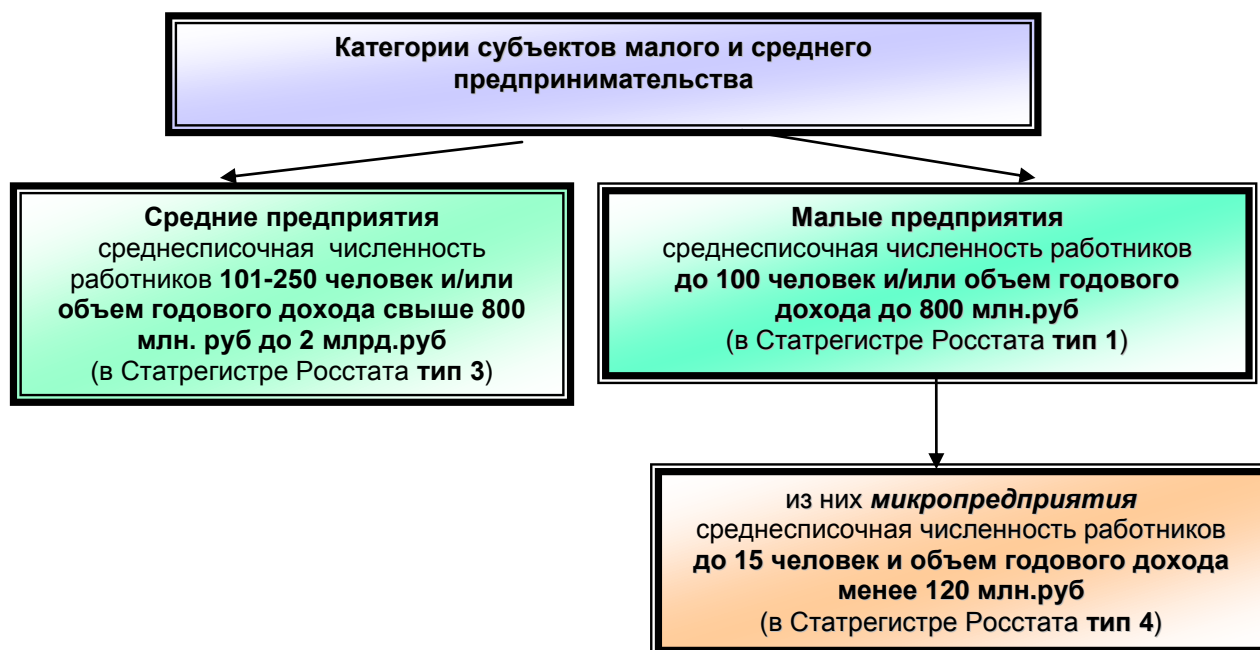
3) доход хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1 части 1.1 статьи 4 указанного Федерального закона, производственных кооперативов, сельскохозяйственных потребительских кооперативов, крестьянских

(фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, который определяется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируется по всем осуществляемым видам деятельности и применяется по всем налоговым режимам, не должен превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

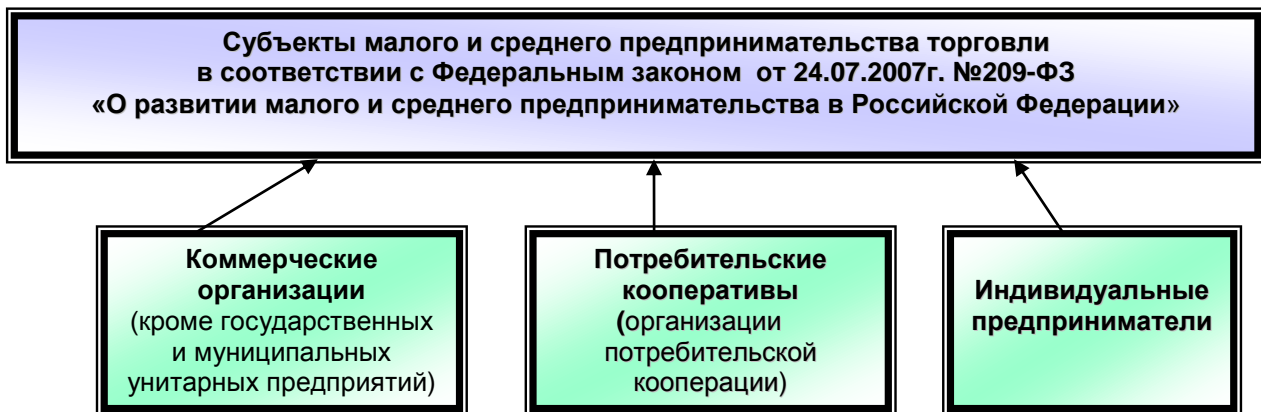
В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 4 апреля 2016 г. № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» с 1 августа 2016 г. предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год не должны превышать для *микропредприятий* – 120 млн. рублей, *малых предприятий* – 800 млн. рублей; *средних предприятий* – 2 млрд. рублей.

Категории субъектов малого или среднего предпринимательства торговли, представленная на схеме 1, определяется в соответствии с наибольшим по значению из условий, указанных в вышеприведенных пунктах 2 и 3:

Схема 1.



К субъектам малого и среднего предпринимательства, наравне с коммерческими организациями, относятся предприятия потребительской кооперации.



В соответствии со статьёй 8 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ сведения о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях, отвечающим условиям отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства, вносятся в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, ведение которого осуществляется федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о налогах и сборах.

Внесение изменений в реестр осуществляется на основании сведений, содержащихся в едином государственном реестре юридических лиц, едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, представленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах сведений за предшествующий календарный год о среднесписочной численности работников, сведений о доходе, полученном от осуществления предпринимательской деятельности, сведений, содержащихся в документах, связанных с применением специальных налоговых режимов в предшествующем календарном году.

Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства служит источником актуализации Статистического регистра Росстата, который является основой организации федеральных статистических наблюдений, включая экономические переписи, на территории Российской Федерации. Функционирование Статрегистра определено Положением о Статистическом регистре хозяйствующих субъектов Федеральной службы государственной статистики, утвержденным приказом Федеральной службы государственной статистики от 5 августа 2005 г. № 122.

Статистическое наблюдение за субъектами малого и среднего предпринимательства торговли организуется с учетом требований статьи 5 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Установлено, что обследования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства осуществляются на основе представительной (репрезентативной) выборки, и проводятся путем:

- а) ежемесячных и (или) ежеквартальных обследований деятельности малых предприятий (за исключением микропредприятий) и средних предприятий;
 б) ежегодных обследований деятельности микропредприятий.

Перечни субъектов указанных статистических наблюдений формируются на основе сведений, внесенных в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

Порядок проведения выборочных статистических наблюдений определен постановлением Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2008 г. № 79 «О порядке проведения выборочных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства». Установлено, что выборочные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства осуществляются путем сочетания обследований основных экономических показателей их деятельности по унифицированным формам федерального статистического наблюдения и обследований отраслевых особенностей деятельности по соответствующим *специализированным формам* федерального статистического наблюдения.

2.2. Информационная основа формирования показателей «оборот розничной торговли» и «оборот оптовой торговли»

Информационной основой формирования показателей «оборот розничной торговли» и «оборот оптовой торговли» являются унифицированные формы отчетности, по которым представляют сведения организации всех видов деятельности, и специализированные формы статистического наблюдения, сведения по которым представляют только торговые организации.

ПЕРЕЧЕНЬ УНИФИЦИРОВАННЫХ ФОРМ ФЕДЕРАЛЬНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО НАБЛЮДЕНИЯ ¹⁾, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ (ОПТОВОЙ) ТОРГОВЛИ

№ п/п	Формы федерального статистического наблюдения		
	индекс	периодичность	Наименование
1	П-1	месячная	Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг
2	П-5(м)	квартальная	Основные сведения о деятельности организации
3	ПМ	квартальная	Сведения об основных показателях деятельности малого предприятия
4	МП(микро) ²⁾	годовая	Сведения об основных показателях деятельности микропредприятия
5	1-ИП ²⁾	годовая	Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя

1) формы федерального статистического наблюдения утверждаются приказами Росстата и находятся в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<http://www.gks.ru/>);

2) кроме периодов проведения сплошного статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства

Объемы по показателям «оборот оптовой торговли» и «оборот розничной торговли» формируются как сумма соответствующих сведений по организациям,

не относящимся к субъектам малого и среднего предпринимательства, и субъектам малого и среднего предпринимательства (включая микропредприятия) всех видов деятельности, т.е. применяется **функциональный принцип сбора данных**.

С учетом действующего российского законодательства основной принцип сбора статистической отчетности – на сплошной основе от организаций, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, и выборочным методом – от субъектов малого и среднего предпринимательства с последующим распространением собранных данных на генеральную совокупность объектов наблюдения с применением методов математической статистики.

Интегрирующей основой при сборе статистической отчетности является Статистический регистр хозяйствующих субъектов (Статрегистр Росстата).

Статрегистр Росстата является основой учета и идентификации хозяйствующих субъектов, а также основой для формирования обследуемой совокупности при организации выборочных обследований.

Респондентами федерального статистического наблюдения за *розничной торговлей* являются юридические лица, физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели) и граждане, осуществляющие продажу товаров населению на розничных рынках и ярмарках.

Респондентами федерального статистического наблюдения за *оптовой торговлей* являются юридические лица и индивидуальные предприниматели.

ПЕРЕЧЕНЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ СВЕДЕНИЯ ОБ ОБЪЕМЕ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ (ОПТОВОЙ) ТОРГОВЛИ

<i>Категория хозяйствующего субъекта¹⁾</i>	<i>Периодичность предоставления и индекс форм федерального статистического наблюдения</i>	<i>Метод федерального статистического наблюдения</i>	<i>Примечание</i>
Организации, не являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых не превышает 15 человек)	Месячная ф. № П-1	Сплошное наблюдение	По организациям всех видов экономической деятельности
	Годовая, ф. № 1-торг	Сплошное наблюдение	По организациям с основным видом деятельности «оптовая торговля» или «розничная торговля», т.е. 46 и 47 классов по ОКВЭД 2
Организации со средней численностью работников до 15 человек, не являющиеся субъектами малого предпринимательства	Квартальная, ф. № П-5(м)	Сплошное наблюдение	По организациям всех видов экономической деятельности
Средние предприятия	Месячная, ф. № П-1	Выборочное наблюдение, вес 1	По организациям всех видов экономической деятельности
	Годовая, ф. № 1-торг		По организациям с основным видом деятельности «оптовая торговля» или «розничная торговля»

<i>Категория хозяйствующего субъекта ¹⁾</i>	<i>Периодичность предоставления и индекс форм федерального статистического наблюдения</i>	<i>Метод федерального статистического наблюдения</i>	<i>Примечание</i>
Малые предприятия (без микропредприятий)	Месячная, ф. № ПМ-торг	Выборочное обследование	Выборка осуществляется из числа организаций с основным видом деятельности «оптовая торговля»
	Квартальная, ф. № 3-ТОРГ (ПМ)		Выборка осуществляется из числа организаций с основным видом деятельности «розничная торговля» (включая розничную торговлю автотранспортными средствами)
	Квартальная, ф. № ПМ		Выборка осуществляется из числа организаций всех видов экономической деятельности. Сформированные показатели используются для расчета объема оборота розничной (оптовой) торговли организаций, для которых розничная (оптовая) торговля не является основным видом деятельности
Микропредприятия	Годовая, ф. № МП-микро ²⁾	Выборочное обследование	По организациям всех видов экономической деятельности
Индивидуальные предприниматели	Годовая, ф. № 1-ИП ²⁾	Выборочное обследование	По индивидуальным предпринимателям всех видов экономической деятельности, кроме осуществляющих сельскохозяйственную деятельность, розничную торговлю. Используется показатель "выручка от реализации товаров (работ, услуг)" по основному виду деятельности
	Годовая, ф. № 1-ИП (торговля) ²⁾		По индивидуальным предпринимателям, осуществляющим розничную торговлю.

1) приведенные категории респондентов установлены в адресной части форм федерального статистического наблюдения;

2) кроме периодов проведения сплошного статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства

При проведении федерального статистического наблюдения в отношении юридических лиц обеспечивается получение данных по следующим единицам статистического наблюдения:

- **юридическое лицо**, которым в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (статья 48) признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации;

- **обособленное подразделение юридического лица**, которым в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации (статья 11)

признается любое территориально обособленное от неё подразделение, по месту нахождения которого оборудованы стационарные рабочие места. Признание обособленного подразделения организации таковым производится независимо от того, отражено или не отражено его создание в учредительных или иных организационно-распорядительных документах организации, и от полномочий, которыми наделяется указанное подразделение. При этом рабочее место считается стационарным, если оно создается на срок более одного месяца.

2.3. Основные этапы планирования проведения и формирования итогов выборочного обследования по малым предприятиям торговли

Перечни (каталоги) объектов статистического наблюдения по формам статистической отчетности в сфере внутренней торговли формируются на федеральном уровне и предоставляются территориальным органам Росстата в автоматизированном режиме путем выгрузки из Автоматизированной системы ведения генеральной совокупности объектов федерального статистического наблюдения (АС ГС ОФСН). Алгоритмы формирования перечней (каталогов) объектов статистического наблюдения разрабатываются специалистами Управления статистики торговли и услуг Росстата, осуществляющими методологическое сопровождение выборочного обследования малых предприятий торговли, их изменение осуществляется только на федеральном уровне программно-технологическими средствами АС ГС ОФСН.

Выборочные совокупности формируются средствами программного обеспечения 1 раз в год.

Формирование перечней (каталогов) объектов статистического наблюдения для сбора сведений по формам федерального статистического наблюдения осуществляется с использованием общероссийских классификаторов (видов экономической деятельности, продукции по видам экономической деятельности, объектов административно-территориального деления, муниципальных образований).

2.3.1. Формирование перечней объектов выборочного статистического наблюдения

Для формирования выборочной совокупности создается основа выборки (каталог). В основу выборки средствами АС ГС ОФСН по заданным критериям выгружаются предприятия розничной и оптовой торговли, относящиеся к кругу малых предприятий без микропредприятий. При этом исключаются организации, не представлявшие отчетность два года подряд (кроме предприятий, которые перешли на упрощенную систему учета и отчетности).

Перед планированием и формированием списка выборки созданная базовая совокупность разделяется на три массива в целях обеспечения большей надежности получаемых результатов обследования.

В первый массив включаются малые предприятия, которые обследуются в сплошном режиме.

В этот круг включаются организации с наибольшим объемом выручки и имеющие данные о средней численности работников. Для их отбора программными средствами предусматривается ранжирование списка предприятий базовой совокупности в каждой из трех группировок на уровне двухзначных кодов ОКВЭД2 (первая - предприятия с кодами ОКВЭД2, входящими в класс 45, вторая – в класс 46, третья - в класс 47) по показателю «Выручка».

Предприятия могут быть отнесены к первому массиву и по итогам сбора отчетности.

В первый массив рекомендуется также включать предприятия, являющиеся единственными или основными представителями малого предпринимательства по тому или иному виду экономической деятельности, предприятия, образованные в текущем году. Для обследования розничной торговли дополнительно в первый массив включаются организации потребительской кооперации, предприятия, отнесенные к розничным торговым сетям и предприятия, осуществляющие Интернет-торговлю. Рекомендуется относить в первый массив не более 15-20% общего числа предприятий базовой совокупности.

Второй массив включает малые предприятия, по которым в базе данных генеральной совокупности (БД ГС) есть данные о средней численности работников и значение по показателю «выручка» не превышает заданной величины.

Третий массив включает все остальные предприятия оптовой и розничной торговли. Предполагается, что в третий массив попадают предприятия, которые не сдавали отчетность по следующим причинам: зарегистрировались в предыдущем году, приостановили деятельность.

2.3.2. Формирование выборочной совокупности

Выборочная совокупность представляет собой объединение всех единиц наблюдения, включенных в первый массив, и независимых расслоенных случайных выборок из второго и третьего массивов.

Список единиц второго массива на региональном уровне расслаивается по кодам ОКВЭД2 на уровне 3 знаков для оптовой торговли и 4 знаков для розничной торговли. Для расслоения по показателю выручки используется алгоритм, основанный на правиле Экмана. Согласно ему для достижения минимальной дисперсии оценки показателя границы слоев нужно выбирать такими, чтобы наилучшим образом выполнялось следующее приближенное равенство:

$$N_h (c_h - c_{h-1}) \cong const , \quad (1)$$

где N_h - объемы слоев;

$c_h, h = 1, \dots, H$, - границы слоев;

$c_0 = x_{\min}$, $c_H = x_{\max}$ - минимальное и максимальное значения расслаивающего признака.

Таким образом, из 2 массива производится расслоенный случайный отбор, предусматривающий группировку по следующим признакам:

- коды okved 3 или 4 знака (подклассы),
- выручка.

Для субъектов Российской Федерации, в составе которых есть автономные округа, вводится дополнительный признак расслоения – по автономным округам и территории области без автономных округов. При этом сначала проводится расслоение по этому признаку, а затем по кодам ОКВЭД2:

- коды okato;
- коды okved 3 или 4 знака (подклассы);
- выручка.

Объем выборки из второго массива составляет не более 20% от числа предприятий, включенных в данный массив. В целях распределения установленного объема выборки по слоям используется метод оптимального размещения по Нейману по показателю выручка.

Оптимальное размещение задается соотношением:

$$n_h = n \cdot \frac{N_h S_h}{\sum_{i=1}^H N_i S_i}, \quad (2)$$

где n - объем выборки;

H - число слоев,

$h=1, 2 \dots H$ -номер слоя;

n_h - объем выборки из h -го слоя;

N_h - объем h -го слоя;

S_h^2 - дисперсия h -го слоя, рассчитывается по формуле:

$$S_h^2 = \frac{1}{N_h - 1} \sum_{k=1}^{n_h} (x_k - \bar{x}_h)^2,$$

где

x_k - значение признака (выручки) элемента k основы выборки,

\bar{x}_h - среднее значение признака в h -ом слое.

Список единиц третьего массива раслаивается только по кодам ОКВЭД2 на уровне 3 или 4 знаков.

В целях распределения установленного для 3 массива объема выборки по слоям используется метод пропорционального размещения.

Пропорциональное размещение задается соотношением:

$$n_h = n \cdot \frac{N_h}{N}, \quad (3)$$

где n - объем выборки;

H - номер слоя;

n_h - объем выборки из h -го слоя;

N_h - объем h -го слоя;

N - объем массива.

Для субъектов Российской Федерации, в составе которых есть автономные округа, вводится дополнительный признак расслоения (для 2 и 3 массивов) по автономным округам и территории области без автономных округов. При этом сначала проводится расслоение по этому признаку, а затем видам деятельности по кодам ОКВЭД2.

Минимально допустимый объем выборки из слоев – 2. Если объем слоя меньше установленного минимума, то слой включается в выборку целиком.

Для предприятий 2 и 3 массивов рекомендуемый объем выборки составляет 20% (возможно снижение объема выборки до 10%).

2.3.3. Восстановление неответов респондентов

Если предприятие не представило статистическую отчетность и при этом есть основания предполагать, что оно осуществляет деятельность (или осуществляло деятельность в отчетном периоде), то с помощью специальных математических методов моделируются неполученные данные («восстанавливаются» неответы). Рекомендуется применять метод заполнения по среднему в слое. Значения признаков замещаются соответствующими средними значениями по ответившим единицам в данном слое или виде деятельности по ОКВЭД2.

Ниже приводится пример применения алгоритмов «восстановления» неответов по выборке из массивов 2 и 3 для выборочного обследования малых предприятий оптовой и розничной торговли.

№ n/n	Результат сбора отчетности по выборке из массивов 2 и 3	Алгоритм
1	После сбора отчетности по списку отобранных организаций установлено, что число организаций, представляющих каждый слой, ниже запланированного.	<p>В каждом слое, по которым имеются отчеты, производится распространение показателя на все организации слоя по формуле:</p> $(O_1 \times W_1 + O_2 \times W_2 + \dots + O_n \times W_n) / (W_1 + W_2 + \dots + W_n), \quad (4)$ <p>где O – оборот оптовой (розничной) торговли; W – рассчитанный вес организации, попавшей в выборку.</p> <p>Расчет и применение средневзвешенных значений производится для каждого слоя по трехзначным кодам ОКВЭД2 по показателю «Оборот оптовой торговли» для класса 46 и по четырехзначным кодам ОКВЭД2 по показателю «Оборот розничной торговли» для класса 47.</p> <p>Перевзвешивание осуществляется следующим образом. Пересчитываются выборочные веса единиц наблюдения с учетом только ответивших единиц (с кодом ответа = 1). Для этого сначала рассчитывают число ответивших единиц в каждом слое, а затем новый выборочный вес:</p> $W_{\text{нов}} = N_h / n_{\text{отв.}h}, \quad (5)$ <p>где N_h – объем h-ого слоя; $n_{\text{отв.}h}$ – число ответивших в h-ом слое.</p> <p>При этом вес неответивших индивидуальных предпринимателей обнуляется.</p>

№ п/п	Результат сбора отчетности по выборке из массивов 2 и 3	Алгоритм
2	После сбора отчетности по списку отобранных организаций установлено, что представлены не все слои выборочной совокупности.	Производится расчет средневзвешенных значений на уровне двухзначных кодов ОКВЭД2 46 и 47, которые используются для восстановления неответов по отсутствующим слоям.

2.3.4. Распространение данных выборочного обследования

После проверки качества данных в поступивших отчетах и выполнения процедур редактирования данных выборочные данные распространяются на генеральную (базовую) совокупность малых предприятий.

Оценка суммарного значения показателей для второго и третьего массива рассчитывается как сумма произведений значений изучаемого показателя на выборочные веса единиц, включенных в выборку.

$$\hat{Y} = \sum_h \sum_{k=1}^{n_h} w_k y_{kh}, \quad (6)$$

где y_k - значение агрегируемого признака программы обследования k -ой единицы;

w_k - выборочный вес k -ой единицы; $w_k = \frac{N_h}{n_h}$, $k \in h$ слою

\hat{Y} - оценка суммарного показателя признака (y).

Для характеристики точности рассчитывается оценка дисперсия оценки показателя по следующей формуле:

$$\hat{V}(\hat{Y}_{str}) = N^2 \sum_h \left(\frac{N_h}{N} \right)^2 (1 - f_h) \frac{s_h^2}{n_h}, \quad (7)$$

где

$$s_h^2 = \frac{1}{n_h - 1} \sum_{k \in s_h} (y_k - \bar{y}_h)^2$$

- дисперсия показателя в страте h (по выборке);

$$f_h = \frac{n_h}{N_h} - \text{доля отбора в каждой страте}$$

Сводные показатели фактически равны сумме полученных значений оценок данного показателя по 1, 2 и 3 массивам в отдельности.

$$\hat{Y} = \hat{Y}_1 + \hat{Y}_2 + \hat{Y}_3, \quad (8)$$

где \hat{Y} - оценка суммарного показателя обследования;

\hat{Y}_1 , \hat{Y}_2 , \hat{Y}_3 - суммарные показатели, рассчитанные как сумма значений данного показателя соответственно по единицам 1, 2 и 3 массивов.

2.3.5. Расчет оценок для различных подгрупп наблюдаемой совокупности

В результате проведения выборочных обследований необходимо получать не только оценки показателей, характеризующих обследуемую совокупность в целом, но и рассчитывать оценки для различных подгрупп генеральной совокупности, так называемых разрезов разработки, таких, например, как отрасли экономики и т.д.

Суммарное значение показателя по разрезу разработки d оценивается по формуле:

$$\hat{Y}_d = \sum_{s_d} w_k y_k \quad (9)$$

где сумма ведется по всем элементам выборки, удовлетворяющим критерию отнесения единиц к разрезу разработки (d).

Оценка дисперсии \hat{Y}_d вычисляется по формуле :

$$\hat{V}(\hat{Y}_d) = \sum_h \frac{N_h^2}{n_h(n_h - 1)} (1 - f_h) \left[\sum_i^{n_{hd}} y_{hdi}^2 - \frac{(\sum y_{hdi})^2}{n_h} \right], \quad (10)$$

где y_{hdi} - значение показателя i -той единицы из области d , принадлежащей слою h .

2.4. Организация статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в торговле

К субъектам малого предпринимательства торговли относятся также индивидуальные предприниматели, в отношении которых выборочное статистическое наблюдение осуществляется в рамках специальных обследований.

Обследованию подлежат попавшие в выборочную совокупность физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели) в оптовой торговле по унифицированной форме федерального статистического наблюдения № 1-ИП «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя», в розничной торговле - по специализированной ф. № 1-ИП (торговля) «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя в розничной торговле». Использование специализированной ф. № 1-ИП (торговля) связано с особенностями организации статнаблюдения в розничной торговле, а именно формированием двухосновной выборки и применением экспедиционного способа сбора информации.

2.4.1. Организация статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в оптовой торговле

Обследование индивидуальных предпринимателей в оптовой торговле осуществляется путем проведения выборочного статистического наблюдения на

основе представительной (репрезентативной) выборки по унифицированной ф.№1-ИП «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя».

Перед формированием выборочной совокупности основа выборки разбивается на два массива.

В первый массив включаются нетипичные индивидуальные предприниматели, которые по значениям «выручки» или «численности занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности» выделяются из общей массы индивидуальных предпринимателей или «численностью занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности» (число наемных работников + число партнеров + число помогающих членов семьи + 1) более 15 человек.

Второй массив включает всех остальных индивидуальных предпринимателей.

При формировании каталога исключаются:

- Адвокаты;
- Нотариусы, занимающиеся частной практикой;
- Индивидуальные предприниматели с кодами по ОКВЭД2 47.1-47.9, 84.1-84.3, 97, 99 и с кодами, входящими в ОКВЭД2 97 и 99.

Первый массив полностью попадает в выборочную совокупность. Из индивидуальных предпринимателей второго массива методом пропорционального отбора формируется выборочная совокупность.

При планировании выборочной совокупности расслоение (разделение на подсовкупности) второго массива осуществляется по видам экономической деятельности (на уровне 3-х знаков ОКВЭД2).

Объем выборки (количество отбираемых единиц из второго массива) определяется по формуле:

$$n_2 = n - n_1, \quad (11)$$

где n – общий объем выборочной совокупности,

n_1 – объем первого массива.

Пропорциональное размещение задается соотношением:

$$n_h = n \cdot \frac{N_h}{N}, \quad (12)$$

где n - объем выборки по третьему массиву;

H - номер слоя;

n_h - объем выборки из h -го слоя;

N_h - объем h -го слоя;

N - объем массива.

Минимальное число единиц, отбираемых из слоя, равно 5. Если общее число предприятий в слое меньше 5, то в выборку попадают все индивидуальные предприниматели этого слоя.

После выполнения процесса сбора и ввода первичной информации при наличии пропусков в данных респондентов для обработки полных ответов респондентов при числе ответов 80% осуществляется импутация с применением метода случайного подбора в классах замещения (random hot deck within classes). Для этого вся выборочная совокупность индивидуальных предпринимателей делится на классы по видам экономической деятельности. Не ответившей в обследовании единице присваиваются значения показателей выбранного случайным образом ИП-донора из соответствующего класса замещения.

При числе ответов респондентов менее 80% применяется метод перевзвешивания. Вес неответившего индивидуального предпринимателя перераспределяется на ответивших индивидуальных предпринимателей в данном слое.

Распространение данных выборки осуществляется по формуле (6), приведенной в разделе 2.3.4.

Для характеристики точности рассчитывается оценка дисперсии оценки показателя по следующей формуле:

$$\hat{V}(\hat{Y}_{str}) = N^2 \sum_h \left(\frac{N_h}{N} \right)^2 (1 - f_h) \frac{s_h^2}{n_h}, \quad (13)$$

где

$$s_h^2 = \frac{1}{n_h - 1} \sum_{k \in s_h} (y_k - \bar{y}_h)^2$$

- дисперсия показателя в слое h (по выборке);

$$f_h = \frac{n_h}{N_h} \text{ - доля отбора в каждой страте}$$

2.4.2. Организация статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими розничную торговлю вне рынка и ярмарок

Обследование индивидуальных предпринимателей в розничной торговле проводится ежегодно во всех субъектах Российской Федерации. При этом индивидуальные предприниматели, торгующие на розничных рынках, наблюдаются в рамках специального обследования.

Обследование индивидуальных предпринимателей проводится по форме федерального статистического наблюдения № 1-ИП (торговля) «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя в розничной торговле». Обследование проводится по результатам деятельности за один месяц отчетного года.

Бланк формы представляет собой анкету для заполнения самим индивидуальным предпринимателем, либо лицом, осуществляющим опрос,

и содержит минимальный перечень следующих показателей:

- объем выручки (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, работ, услуг;
- доля выручки, полученной от определенного вида деятельности, в общем объеме;
- распределение выручки от розничной продажи товаров по кварталам отчетного года;
- численность работающих в бизнесе;
- стоимость товаров, приобретенных для продажи населению;
- число объектов розничной торговли (магазинов, павильонов, киосков и т.п.).

В форму № 1-ИП (торговля) помимо показателей, характеризующих объемы деятельности предпринимателей в розничной торговле, включены основные показатели формы № 1-ИП «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя». По результатам проведения обследований по формам №1-ИП и № 1-ИП (торговля) предусмотрено объединение полученных сводных итогов (унифицированных показателей) по всему массиву индивидуальных предпринимателей.

Обследование индивидуальных предпринимателей, осуществляющих розничную торговлю вне рынков, проводится выборочным методом с использованием списочной и территориальной основ отбора для формирования *комбинированной* выборки. В данном обследовании комбинированная выборка позволяет улучшить качество результатов обследования.

Списочной основой выборки является список единиц генеральной совокупности, информация о которых имеется в Статистическом регистре Росстата. Территориальная выборка – совокупность единиц наблюдения, отбираемых с использованием многоступенчатой схемы. При этом на начальных этапах отбираются территориальные единицы, а единицы наблюдения только на последнем этапе.

Таким образом, единицами наблюдения выступают:

- 1) индивидуальные предприниматели, отобранные из списочной основы;
- 2) торговые объекты, принадлежащие индивидуальным предпринимателям.

Общее число индивидуальных предпринимателей розничной торговли, подлежащих обследованию, определяется на федеральном уровне. Фиксированный объем выборки для организации обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, размещается по субъектам Российской Федерации, исходя из распределения численности единиц наблюдения по субъектам и с учетом обеспечения приблизительно одинаковой точности результатов обследования. Ниже приведена расчетная формула для определения общего объема выборки по субъектам Российской Федерации:

$$n_h = n \cdot \frac{(X_h)^a \cdot CV(y_h)}{\sum_h (X_h)^a \cdot CV(y_h)}, \quad (14)$$

где

- n - заданный общий объем выборки в целом по Российской Федерации;
- n_h - объем выборки в h -ом субъекте Российской Федерации;
- X_h - показатель оборота индивидуальных предпринимателей торговли в h -ом субъекте Российской Федерации по итогам предыдущего цикла обследования;
- $CV(y_h)$ - оценка коэффициента вариации показателя оборота индивидуальных предпринимателей торговли в h -ом субъекте Российской Федерации в текущем периоде наблюдения;
- a - параметр «силы размещения», который изменяется в промежутке от нуля до единицы (обычно выбирается $a = 1, 1/2, 1/3$).

Общий объем выборки распределяется между выборками из списочной и территориальной основ. Рекомендуются, чтобы объем выборки из списочной основы регистра составлял порядка **50%** (не менее **30%**) от общего объема региональной выборки предпринимателей. Соответственно объем выборки из территориальной основы также порядка **50%** и не более **70%** общего объема выборки на региональном уровне.

На стадии планирования списочной выборки с целью повышения точности и надежности распространенных выборочных результатов, полученных по собранным данным этой выборки, используется типизация индивидуальных предпринимателей. Индивидуальные предприниматели, относимые к коммерческим предприятиям, не относящимся к субъектам малого и среднего предпринимательства, а также субъекты, относимые к средним предприятиям, включаются в списочную выборку в обязательном порядке. Доля отбора в группе индивидуальных предпринимателей, относимых к малым предприятиям (без микро), будет варьировать в зависимости от их численности в каждом субъекте Российской Федерации:

- если численность составляет менее 60 единиц в группе, то все индивидуальные предприниматели из этой группы включаются в списочную выборку;

- если численность составляет от 60 до 500 единиц в группе, то в выборку включается каждый второй индивидуальный предприниматель из этой группы (но не менее 2 единиц в каждом из 7 слоёв, сформированных по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД);

- если численность составляет более 500 единиц в группе, то в выборку включается каждый третий индивидуальный предприниматель из этой группы (но не менее 2 единиц в каждом из 7 слоёв, сформированных по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД).

Для совокупности индивидуальных предпринимателей, относимых к микропредприятиям, также применяется выборочный метод. При этом к

указанному массиву присоединяется массив индивидуальных предпринимателей, тип которых не установлен. Объем списочной выборки для указанного типа индивидуальных предпринимателей определяется по формуле:

$$n_{\text{микро}} = n_c - k_{\text{кр.и ср.}} - n_{\text{мал}}, \quad (15)$$

где

- $n_{\text{микро}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типами "микропредприятие" и "тип предприятия отсутствует";
- n_c - общий объем списочной выборки;
- $k_{\text{кр.и ср.}}$ - число индивидуальных предпринимателей, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, а также субъектов, относимых к средним предприятиям;
- $n_{\text{мал}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типом "малое предприятие".

Далее осуществляется расслоение списочной выборки по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД2, при этом для выборочной совокупности индивидуальных предпринимателей, относимых к микропредприятиям, объем выборки в каждом слое определяется по формуле:

$$n_{\text{слой}} = n_{\text{микро}} / 7, \quad (16)$$

где

- $n_{\text{слой}}$ - объем выборки в слое;
- $n_{\text{микро}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типами "микропредприятие" и "тип предприятия отсутствует";
- 7 - количество подклассов в 47 классе ОКВЭД2.

План территориальной выборки объектов торговли, в которых осуществляют продажу товаров населению индивидуальные предприниматели, предусматривает два этапа отбора.

Для *первого этапа* создается территориальная основа первичных единиц выборки (ПЕВ), представляющая собой муниципальные районы субъекта Российской Федерации с численностью проживающего населения по данным текущей статистики. При формировании на региональном уровне территориальной основы выборки (списка ПЕВ) основным критерием должно быть приблизительное равенство численности проживающего населения в единицах, относящихся к одному типу местности. Для решения проблемы разнородности ПЕВ по численности проживающего населения может быть использован один из двух вариантов формирования территориальной выборки в зависимости от объема слоев по типу ПЕВ.

Первый вариант предусматривает случайный отбор с расслоением списка ПЕВ по численности проживающего населения. Непосредственно для расслоения можно пользоваться приблизительным равенством (формула Экмана для определения оптимальных границ слоев по количественному показателю):

$$N_1(x - x_{\min}) \cong N_2(x_{\max} - x), \quad (17)$$

где

- N_1, N_2 - объемы образованных слоев (число территориальных единиц в каждом слое);
- x_{\min} - минимальная по территориальным единицам численность проживающего населения;
- x_{\max} - максимальная по территориальным единицам численность проживающего населения;
- x - граница между первым и вторым слоями по численности проживающего населения в территориальных единицах, обеспечивающее наименьшее различие правой и левой частей приближенного равенства.

Второй вариант предполагает отбор выборки с вероятностью пропорциональной размеру (численности населения) территориальных единиц из расслоенного только по типу местности списка ПЕВ.

Из созданного списка территориальных единиц, расслоенного по типу населенного пункта и, возможно, по численности проживающего населения, методом простой случайной выборки или отбора с вероятностью пропорциональной размеру извлекаются две - три ПЕВ из каждого слоя. Количество отбираемых единиц зависит от рассчитанного объема выборки объектов торговли (не более 70% общего объема региональной выборки предпринимателей), а также от объема слоев.

Для *второго этапа* формирования территориальной выборки в отобранных территориальных единицах (ПЕВ) создаются списки объектов торговли предпринимателей, осуществляющих деятельность в границах каждой территориальной единицы, включенной в выборку. Указанные списки формируются либо на основе торговых дислокаций по данным администраций, либо в ходе непосредственного обхода территориальных единиц и визуальной регистрации объектов торговли.

Под торговой дислокацией принято понимать перечень объектов розничной торговли, принадлежащих индивидуальным предпринимателям на правах собственности или аренды, а также перечень торговых центров, и других объектов розничной торговли (кроме рынков), принадлежащих юридическим лицам, в которых торговые площади (торговые места) сдаются в аренду индивидуальным предпринимателям.

Торговые дислокации индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынках и ярмарках, в территориальную выборку не включаются. Также не обследуются автозаправочные станции, принадлежащие индивидуальным предпринимателям, и объекты по розничной продаже автотранспортных средств, мотоциклов, их деталей, узлов и принадлежностей (деятельность, идентифицированная кодами класса 45 ОКВЭД2).

Основным методом сбора информации от индивидуальных предпринимателей, включенных в списочную выборку, является почтовый. Сбор данных в ходе наблюдения за индивидуальными предпринимателями, попавшими

в территориальную выборку, осуществляется экспедиционным способом, предполагающим проведение опросов методом личного интервью при обходе торговых дислокаций индивидуальных предпринимателей.

Опрос проводится интервьюерами (лицами, привлекаемыми на договорной основе в соответствии с законодательством Российской Федерации). Ответ заносится в бланк формы № 1-ИП (торговля) со слов опрашиваемого, без обязательного предъявления респондентом каких-либо документов, подтверждающих правильность его ответов.

Более подробное описание объекта статистического наблюдения, статистического инструментария, алгоритмов формирования выборочной совокупности, методов сбора, контроля, редактирования первичных данных, методов распространения данных выборки на генеральную совокупность индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле приведено в «Методологических положениях по проведению выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле (с учетом типизации индивидуальных предпринимателей)», утвержденных приказом Росстата от 29 августа 2013 г. № 346.

По завершению процесса сбора данных, осуществляется ввод и авто редактирование собранной информации. Массив прошедших процедуру автоматизированного редактирования первичных данных двух выборок разделяется на списочную и территориальную выборки, после чего осуществляется идентификация нетипичных единиц по переменной выручки и обработка неответов респондентов.

Для учета случаев неответов респондентов, когда предприниматель осуществляет предпринимательскую деятельность, применяется метод импутации медианного значения в группе по коду ОКВЭД2. Для учета остальных случаев выборочные веса ответивших предпринимателей автоматизировано корректируются. При этом скорректированный выборочный вес единиц списочной выборки, представивших сведения, равен отношению объема генеральной совокупности (основы выборки) к суммарному количеству в выборке ответивших предпринимателей, признанных типичными.

После обработки микроданных наблюдения выполняется процедура распространения, то есть оцениваются показатели программы обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, по данным обеих выборок в отдельности в соответствии с примененными планами выборок.

Распространение данных каждой из выборок осуществляется в соответствии со следующими общими формулами.

Оценка суммарного показателя:

$$\hat{Y}_d = \sum_{k=1}^{n_d} w_k y_k \quad , \quad (18)$$

где

- \hat{Y}_d - оценка суммарного показателя обследования;
- d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;
- w_k - выборочный вес или фактор распространения, рассчитанный на стадии планирования выборки (согласно используемому плану) и скорректированный с учетом выявленных нетипичных единиц и неответов респондентов;
- y_k - значение признака k -ой единицы, полученное в ходе наблюдения.

Количество единиц генеральной совокупности оценивается как сумма выборочных весов единиц, в том числе относящихся к заданному разрезу разработки по типу предприятия и по коду ОКВЭД на 3 знака:

$$\hat{N}_d = \sum_{k=1}^{n_d} w_k, \quad (19)$$

где

- \hat{N}_d - количество единиц генеральной совокупности;
- d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;
- w_k - выборочный вес или фактор распространения, рассчитанный на стадии планирования выборки (согласно используемому плану) и скорректированный с учетом выявленных нетипичных единиц и неответов респондентов.

Средний показатель в расчете на одну единицу наблюдения (индивидуального предпринимателя или торговую дислокацию) рассчитывается как отношение оценки суммарного показателя к оценке объема соответствующей генеральной совокупности:

$$\hat{\bar{Y}}_d = \frac{\hat{Y}_d}{\hat{N}_d}, \quad (20)$$

где

- $\hat{\bar{Y}}_d$ - оценка среднего показателя в расчете на одну единицу наблюдения;
- \hat{Y}_d - оценка суммарного показателя обследования;
- d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;
- \hat{N}_d - количество единиц генеральной совокупности.

Для анализа распространенных итоговых показателей обследования вычисляется комбинированная оценка среднего значения показателя по формуле:

$$\bar{Y}_{КОМБ}(p) = p\bar{Y}_T + (1-p)\bar{Y}_C, \quad (21)$$

где

- $\bar{Y}_{КОМБ}(p)$ - комбинированная оценка среднего значения показателя выручки в расчете на одного предпринимателя;

- p - параметр задается организатором обследования ($0 \leq p \leq 1$) и отражает мнение эксперта о надежности полученных оценок среднего по данным списочной и территориальной выборки;
- \bar{Y}_T - оценка среднего значения показателя обследования, рассчитанная по данным территориальной выборки;
- \bar{Y}_C - оценка среднего значения показателя обследования, рассчитанная по данным списочной выборки.

Задание параметра p большим 0,5 означает большую надежность распространенных итогов по данным территориальной выборки. Задание параметра p меньшим 0,5 означает большую надежность распространенных итогов по данным выборки из списочной основы регистра. В случае отсутствия предпочтения параметру p присваивается нейтральное значение, равное 0,5.

В качестве итоговой комбинированной оценки суммарного показателя программы обследования индивидуальных предпринимателей субъекта Российской Федерации (например, объема оборота розничной торговли), в том числе по типам индивидуальных предпринимателей и по видам деятельности по ОКВЭД2 на уровне 3 знаков кода, берется максимум из значений оценки суммарного показателя обследования, рассчитанной по данным территориальной выборки, и произведения оценки объема генеральной совокупности на комбинированную оценку среднего значения показателя:

$$Y = \text{MAX}(Y_T, N_C \cdot \bar{Y}_{\text{КОМБ}}(p)), \quad (22)$$

где

- Y - итоговая оценка суммарного показателя обследования;
- N_C - оценка объема генеральной совокупности, рассчитанная по данным списочной выборки;
- Y_T - оценка суммарного показателя обследования, рассчитанная по данным территориальной выборки;
- $\bar{Y}_{T,C}(p)$ - комбинированная оценка среднего значения показателя обследования, в расчете на одного предпринимателя.

2.4.3. Организация статистического наблюдения за розничными рынками и ярмарками

Явления продажи товаров на рынках и индивидуальными предпринимателями близки, так как в связи с высокой стоимостью затрат на собственную торговую площадь многие предприниматели предпочитают торговать на рынке, где места относительно дешевы. Однако помимо индивидуальных предпринимателей на рынке торгуют частные лица (население), крестьянские (фермерские) хозяйства, граждане, ведущие личное подсобное хозяйство.

Объектами статистического наблюдения за объемами рыночной и ярмарочной продажи являются рынки, ярмарки и торговые места на них. В круг обследуемых на рынке (ярмарке) торговых мест входят места, отведенные для торговли товарами физическим лицам (индивидуальным предпринимателям, частным лицам (населению), крестьянским (фермерским) хозяйствам, личным

подсобным хозяйствам). При этом торговые места, отведенные юридическим лицам (ООО, ЗАО, ОАО и т.п.), не учитываются, так как статистическое наблюдение за торговым оборотом этих хозяйствующих субъектов осуществляется в режиме сплошного обследования коммерческих организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства (ф.ф. №№ П-1, П-5(м), и выборочного обследования малых предприятий, микропредприятий (ф.ф. №№ ПМ, 3-ТОРГ(ПМ), ПМ (микро). Исключение составляют торговые места, выделенные на ярмарках юридическим лицам, зарегистрированным в странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Наблюдение за объемами продажи товаров на рынках (ярмарках) проводится ежеквартально в форме опроса торгующих на рынках. Цель данного наблюдения – получить объективный показатель объема продажи товаров в расчете на одно торговое место на обследуемом рынке (ярмарке) в зависимости от его специализации и места нахождения (в городе или поселке городского типа, сельском населенном пункте) для последующей оценки объема продажи в целом по всем рынкам субъекта Российской Федерации.

Наблюдение за розничной продажей на рынках проводится примерно по 60 укрупненным позициям, которые формируются по данным наблюдения за объемами продажи более чем по 400 видам товаров. Для обследования используются формы федерального статистического наблюдения № Б-1 «Блокнот регистрации объемов продажи товаров на рынке» (в зависимости от специализации рынков используются соответствующие блокноты) и № 3-рынок «Сведения о числе торговых мест на рынках». При обследовании ярмарок используется инструментарий, утвержденный для наблюдения за объемами продажи на рынках (ф. № Б-1) и форма № 3-ярмарка «Сведения о числе торговых мест на ярмарках».

Формирование выборочной совокупности осуществляется в два этапа: сначала отбираются рынки (ярмарки), а затем – торговые места на них. При этом учитывается представительство (при наличии) всех типов рынков (ярмарок), представительство рынков (ярмарок), находящихся в городской и сельской местности.

На отобранных рынках (ярмарках) производится систематизация торговых зон, т.е. определяется схема размещения на рынке (ярмарке) и число торговых мест, на которых осуществляется торговля однородными товарами.

В соответствии с заданным объемом выборки (не менее 5% от общего числа торговых мест в субъекте Российской Федерации) в каждой товарной группе путем простого механического отбора устанавливаются подлежащие обследованию торговые места. Число отобранных товаров может быть одинаковым, или разным, в зависимости от их представительности на данном рынке. Если на рынке (ярмарке) торговые места по продаже каких-либо изделий в разрезе группировок формы № Б-1 (по соответствующему типу рынков (ярмарок) представлены ограниченным числом торговых мест (до 5), то в обязательном порядке обследуется 1 торговое место.

Сбор данных в ходе обследования рынков (ярмарок) осуществляется экспедиционным способом, предполагающим проведение опросов методом личного интервью. Опрос проводится специально уполномоченными работниками (интервьюерами) при обходе торговых мест на рынке (ярмарке). Регистрируется объем торговой выручки, полученной на одном торговом месте в течение определенного временного отрезка (1 часа, 1 дня, 1 месяца – в зависимости от готовности респондента сообщить необходимую информацию).

По итогам выборочного обследования определяется среднедневная выручка на одно торговое место на обследованных рынках (ярмарках):

$$O_{i/k} = \frac{\sum O_m * K_m}{\sum K_m}, \quad (23)$$

где i - индекс, обозначающий тип рынка (ярмарки);

k – индекс, обозначающий место нахождения рынка (ярмарки) (городская или сельская местность);

$O_{i/k}$ - выручка на одного продавца на обследованном рынке (ярмарке) в день наблюдения

O_m - выручка на одного продавца m -ой товарной группы

K_m - количество продавцов i -ой товарной группы.

III. Методологические основы и алгоритм формирования показателей «Оборот розничной торговли» и «Индекс физического объема оборота розничной торговли»

3.1. Определения и статистические источники

Одним из основных макроэкономических показателей потребительского рынка является оборот розничной торговли. Его объем, динамика, структура входят в число показателей, характеризующих экономический потенциал страны. По нему строятся всевозможные международные сопоставления. Оборот розничной торговли является базовым показателем для формирования объема конечного потребления при расчетах ВВП методом конечного использования.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД2) розничная торговля идентифицируется классом 47 «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами», который включает перепродажу (продажу без преобразования) новых и бывших в употреблении товаров для личного или бытового употребления.

Ассортимент товаров данной группировки ограничивается товарами, обычно именуемыми потребительскими товарами или товарами розничной торговли. Поэтому товары, обычно не реализуемые в розничной торговле, такие

как зерно хлебных злаков, руды, промышленное оборудование и т. п. не входят в эту группировку. Вместе с тем в 47 класс включается торговля такими товарами, как персональные компьютеры, канцтовары, краски или древесина, моторное топливо, хотя эта продукция может быть не применима в личных или бытовых целях.

Традиционно используемая в торговле обработка товара не затрагивает основных характеристик товаров и может включать в себя, например, лишь их сортировку, разделение, смешивание и упаковку.

Также классом 47 идентифицируется розничная торговля посредством комиссионных торговых агентов и деятельность розничных аукционных домов.

К 47 классу не относятся розничная торговля автотранспортными средствами (идентифицируется кодами ОКВЭД2 45.11.2, 45.11.3, 45.19.2, 45.19.3), розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (код ОКВЭД2 45.32), розничная торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями (коды ОКВЭД2 45.40.2, 45.40.3);

По сравнению с ОКВЭД в ОКВЭД2 включена розничная торговля моторным топливом для автомобилей и мотоциклов в специализированных магазинах, включая розничную торговлю смазочными материалами и охлаждающими жидкостями для автотранспортных средств (код ОКВЭД2 47.3); исключен ремонт предметов личного пользования и бытовых товаров.

Розничной торговлей занимаются как организации и индивидуальные предприниматели, для которых эта деятельность является основной, так и организации и индивидуальные предприниматели других видов экономической деятельности.

Устанавливается, что показателем, используемым для целей федерального статистического наблюдения за состоянием розничной торговли является **«оборот розничной торговли»**, в общем виде представляющий собой выручку от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт (электронных денег).

В оборот розничной торговли также включаются¹:

стоимость товаров, проданных по договорам комиссии (поручения или агентским договорам) по моменту продажи в размере полной стоимости товаров, включая вознаграждение;

¹ В целях федерального статистического наблюдения

полная стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателям);

стоимость товаров длительного пользования, проданных по образцам (по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);

стоимость товаров, проданных при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет (интернет торговля (электронная торговля), под которой понимается продажа товаров по заказам от покупателей, поступивших в интерактивном режиме (ON-LINE), где цена и (или) условия продажи приняты или оговорены по Интернету, электронной почте и т.п.) по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от формы расчета и времени фактической оплаты товара покупателем;

стоимость товаров, проданных по почте; товары высылаются покупателю, который выбирает их по рекламным объявлениям, каталогам, образцам или другим видам рекламы;

стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;

полная стоимость лекарственных средств, отпущенных отдельным категориям граждан бесплатно или по льготным рецептам;

полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (угля, газа в баллонах, древесного топлива и т.п.);

стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета, без учета стоимости доставки);

стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;

стоимость проданной порожней тары.

Оборот розничной торговли показывается, включая стоимость стеклянной посуды, проданной вместе с товаром (за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды) или принятой в обмен на товар.

Стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые подразделения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям, пособиям и т.п. с последующей оплатой организациям торговли предприятиями, органами социального обеспечения или др., включается в оборот розничной торговли.

Не включаются в оборот розничной торговли:

стоимость товаров, выданных своим работникам в счет оплаты труда;

стоимость объектов недвижимости;

стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи;

стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам (в том числе и организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям.

Организации (комиссионеры, поверенные, агенты), осуществляющие деятельность в интересах другого лица по договорам комиссии, поручения либо агентским договорам, стоимость товаров, проданных населению, включают в оборот розничной торговли в полном объеме. Комитенты, доверители, принципалы, являющиеся собственниками этих товаров, их стоимость в оборот розничной торговли не включают.

Данные об обороте розничной торговли представляют как организации розничной торговли, так и организации других видов деятельности, если они осуществляют продажу приобретенных на стороне товаров (в том числе полученных в соответствии с договором мены) или товаров собственного производства населению через торговые заведения, находящиеся на их балансе, или с оплатой через свою кассу.

Оборот общественного питания в оборот розничной торговли не включается. Организации общественного питания в оборот розничной торговли включают стоимость кулинарных изделий и кулинарных полуфабрикатов, а также покупных товаров, которые были проданы через свои объекты розничной торговли (магазины, павильоны, палатки и т.п.). Покупные товары, включенные в меню и проданные в обеденных залах ресторанов, кафе, столовых, закусочных, баров, отражаются в обороте общественного питания.

Одним из основных признаков операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (счета) или иного заменяющего чек документа¹.

Оборот розничной торговли приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

Информационной основой формирования показателя «оборот розничной торговли» кроме унифицированных форм федерального статистического наблюдения, по которым представляют сведения организации всех видов деятельности (перечень приведен в разделе 2.2), являются специализированные формы статистического наблюдения, сведения по которым представляют только торговые организации.

¹ Налоговый кодекс Российской Федерации ст.169, гл. 21

**ПЕРЕЧЕНЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ФОРМ ФЕДЕРАЛЬНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО
НАБЛЮДЕНИЯ ¹⁾, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ
ПОКАЗАТЕЛЯ «ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ»**

№ п/п	Формы федерального статистического наблюдения		
	индекс	периодичность	наименование
1	3-ТОРГ(ПМ)	квартальная	Сведения о продаже товаров малыми предприятиями розничной торговли
2	3-рынок	квартальная	Сведения о числе торговых мест на рынках
3	3-ярмарка	квартальная	Сведения о числе торговых мест на ярмарках
4	Б-1п	квартальная	Блокнот регистрации объемов продажи товаров на специализированном розничном рынке (продовольственный рынок)
5	Б-1с	квартальная	Блокнот регистрации объемов продажи товаров на универсальном розничном рынке
6	Б-1сельхоз	квартальная	Блокнот регистрации объемов продажи товаров на специализированном розничном рынке (сельскохозяйственный рынок)
7	1-ТОРГ	годовая	Сведения о продаже и запасах товаров в организациях оптовой и розничной торговли
8	1-ИП (торговля)	1 раз в год	Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя в розничной торговле
9	1-конъюнктура	квартальная	Обследование конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле
10	ТОРГ (микро) ²⁾	1 раз в 5 лет	Сведения об основных показателях деятельности микропредприятия

1) формы федерального статистического наблюдения утверждаются приказами Росстата и находятся в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<http://www.gks.ru/>);

2) в период проведения сплошного статистического учета субъектов малого и среднего предпринимательства

3.2. Алгоритм формирования показателя «Оборот розничной торговли»

Оборот розничной торговли складывается как сумма оборотов розничной торговли торгующих организаций, индивидуальных предпринимателей вне рынка, объемов продажи на розничных рынках и ярмарках (Схема 3):

Схема 3.



Оборот розничной торговли *организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства* ($V_{кр. и ср.}$), формируется ежемесячно по данным прямого свода ф. № № П-1 и П-5(м). Так как ф. № П-5(м) собирается с квартальной периодичностью, то до получения ее итогов месячный оборот розничной торговли по этим хозяйствующим субъектам формируется по соотношению между ними и соответствующими данными по ф. № П-1, сложившемуся в предыдущем квартале.

3.2.1. Оборот розничной торговли малых предприятия (без микропредприятий)

Формирование оборота розничной торговли малых предприятий приведено на схеме 4:

Схема 4.



Изменение торгового оборота малых предприятий отслеживается по форме № 3-ТОРГ (ПМ) «Сведения об обороте розничной торговли малого предприятия» в ежеквартальном режиме и только по предприятиям, основным видом деятельности которых является розничная торговля, включая розничную торговлю автотранспортными средствами, мотоциклами, их узлами и принадлежностями, моторным топливом. Форма собирается по выборочному кругу организаций с последующим распространением итогов на всю генеральную совокупность малых предприятий с указанными видами деятельности.

Оборот розничной торговли этих хозяйствующих субъектов рассчитывается по формуле:

$$V_{\text{м}}^{\text{к}} = V_{47}^{\text{к}} * (1 + K_{\text{м}}) + V_{45}^{\text{к}}, \quad (24)$$

где $V_{\text{м}}^{\text{к}}$ – оборот розничной торговли по всем торгующим малым предприятиям (за исключением микропредприятий) за отчетный квартал;

$V_{47}^{\text{к}}$ - оборот розничной торговли малых предприятий с кодами ОКВЭД2, входящими в 47 класс (за исключением микропредприятий) за отчетный квартал, по данным ф. № 3-ТОРГ (ПМ);

$K_{\text{м}}$ - коэффициент досчета оборота розничной торговли малых предприятий с основным видом деятельности «розничная торговля» на генеральную совокупность малых предприятий (за исключением микропредприятий);

$V_{45}^{\text{к}}$ - оборот розничной торговли малых предприятий с кодами ОКВЭД2, входящими в 45 класс (за исключением микропредприятий), за отчетный квартал, по данным ф. № 3-ТОРГ (ПМ).

Для определения коэффициента досчета оборота розничной торговли малых предприятий с основным видом деятельности «розничная торговля» на полный круг хозяйствующих субъектов (за исключением микропредприятий) используются данные унифицированной формы статистического наблюдения № ПМ, собираемой с квартальной периодичностью, расчеты производятся по формуле:

$$K_m = (O_v - O_{47} - O_{45}) / O_{47} , \quad (25)$$

где K_m - коэффициент досчета оборота розничной торговли малых предприятий с основным видом деятельности «розничная торговля» на генеральную совокупность малых предприятий (за исключением микропредприятий)

O_v - сумма строк 07 «отгружено товаров собственного производства в порядке розничной торговли» и 09 «продано товаров несобственного производства в порядке розничной торговли» по всем малым предприятиям (распространенные данные) за отчетный квартал, по данным ф. № ПМ;

O_{47} - сумма строк 07 «отгружено товаров собственного производства в порядке розничной торговли» и 09 «продано товаров несобственного производства в порядке розничной торговли» по малым предприятиям с основным видом деятельности, идентифицированным 47 кодом ОКВЭД2 «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» (распространенные данные) за отчетный квартал, по данным ф. № ПМ;

O_{45} - сумма строк 07 «отгружено товаров собственного производства в порядке розничной торговли» и 09 «продано товаров несобственного производства в порядке розничной торговли» по малым предприятиям с основным видом деятельности, идентифицированным 45 кодом ОКВЭД2 «Торговля оптовая и розничная автотранспортными средствами и мотоциклами их ремонт» (распространенные данные) за отчетный квартал, по данным ф. № ПМ.

До получения итогов по ф. № 3-ТОРГ (ПМ) месячный оборот розничной торговли по малым предприятиям рассчитывается по формуле:

$$V_m^n = V_m^{n-1} * O_{кр}^n / O_{кр}^{n-1} , \quad (26)$$

где V_m^n – оборот розничной торговли по малым предприятиям за отчетный месяц;
 V_m^{n-1} - оборот розничной торговли по малым предприятиям за предыдущий месяц;
 $O_{кр}^n / O_{кр}^{n-1}$ – темп роста (снижения) в отчетном месяце по сравнению с предыдущим месяцем оборота розничной торговли по крупным и средним организациям без данных по торговым сетям (по итогам обработки ф. № П-1).

Обращаем внимание, что такой подход может использоваться только в том случае, если в оставшейся совокупности крупных и средних организаций отсутствуют нетипичные организации, т.е. организации с большим объемом оборота розничной торговли в отчетном месяце, организации, представившие отчет только за отчетный месяц. В противном случае происходит необоснованное завышение оборота розничной торговли малых предприятий. Для того чтобы избежать этого необходимо «очистить» оборот розничной торговли крупных и средних организаций не только от данных по розничным торговым сетям, но и от данных по нетипичным организациям.

3.2.2. *Оборот розничной торговли микропредприятий*

Основным источником информации по микропредприятиям является унифицированная форма федерального статистического наблюдения № МП (микро), которая разрабатывается с годовой периодичностью. Для получения оборота розничной торговли малых предприятий, включая микропредприятия, за отчетный месяц используется коэффициент досчета, который рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{мик}} = V_{\text{мик}} / V_{\text{мп0}} , \quad (27)$$

где $K_{\text{мик}}$ - коэффициент досчета оборота розничной торговли малых предприятий всех видов деятельности на торговый оборот микропредприятий;

$V_{\text{мик}}$ – оборот розничной торговли микропредприятий, по данным формы № МП (микро) за предыдущий отчетному год (*в период проведения сплошного статистического учета субъектов малого и среднего предпринимательства используются данные ф. № ТОРГ (микро), так как ф. № МП (микро) отменяется*) ;

$V_{\text{мп0}}$ – утвержденный оборот розничной торговли по всем торгующим малым предприятиям (включая микропредприятий) за предыдущий отчетному год.

В период проведения сплошного статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства наблюдение по унифицированной форме № МП (микро) не проводится. Формирование оборота розничной торговли микропредприятий осуществляется на основе данных единовременной специализированной формы № ТОРГ (микро) «Сведения об оборотах розничной торговли и общественного питания микропредприятий», содержащей минимальное число показателей и распространяемой на микропредприятия с основными видами деятельности «розничная торговля» и «общественное питание».

Указанная выше форма, прежде всего, вводится в целях информационного обеспечения постановления Правительства Российской Федерации от 4 мая 2010 г. № 305 для расчета объема всех реализованных продовольственных товаров в границах субъекта Российской Федерации, в том числе в границах городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя, в границах муниципальных районов и городских округов в денежном выражении за год.

Таким образом, общий объем розничной торговли малых предприятий (включая микропредприятия) за отчетный месяц рассчитывается по формуле:

$$V_{\text{м+микро}} = V_{\text{м}}^{\text{п}} * (1 + K_{\text{мик}}) , \quad (28)$$

где $V_{\text{м+микро}}$ – оборот розничной торговли по всем торгующим малым предприятиям, включая микропредприятий, в отчетном месяце;

$V_{\text{м}}^{\text{п}}$ – оборот розничной торговли по всем торгующим малым предприятиям (за исключением микропредприятий) в отчетном месяце;

$K_{\text{мик}}$ - коэффициент досчета оборота розничной торговли малых предприятий всех видов деятельности на торговый оборот микропредприятий.

3.2.3. Объемы продажи на рынках и ярмарках

В основу расчета объемов продажи на розничных рынках и ярмарках положены данные о среднедневной выручке в расчете на одно торговое место, количестве фактически используемых торговых мест на рынках и ярмарках и числе дней работы рынков и ярмарок в отчетном (к-ом) месяце. Ежемесячные расчеты по субъекту Российской Федерации осуществляются по формуле:

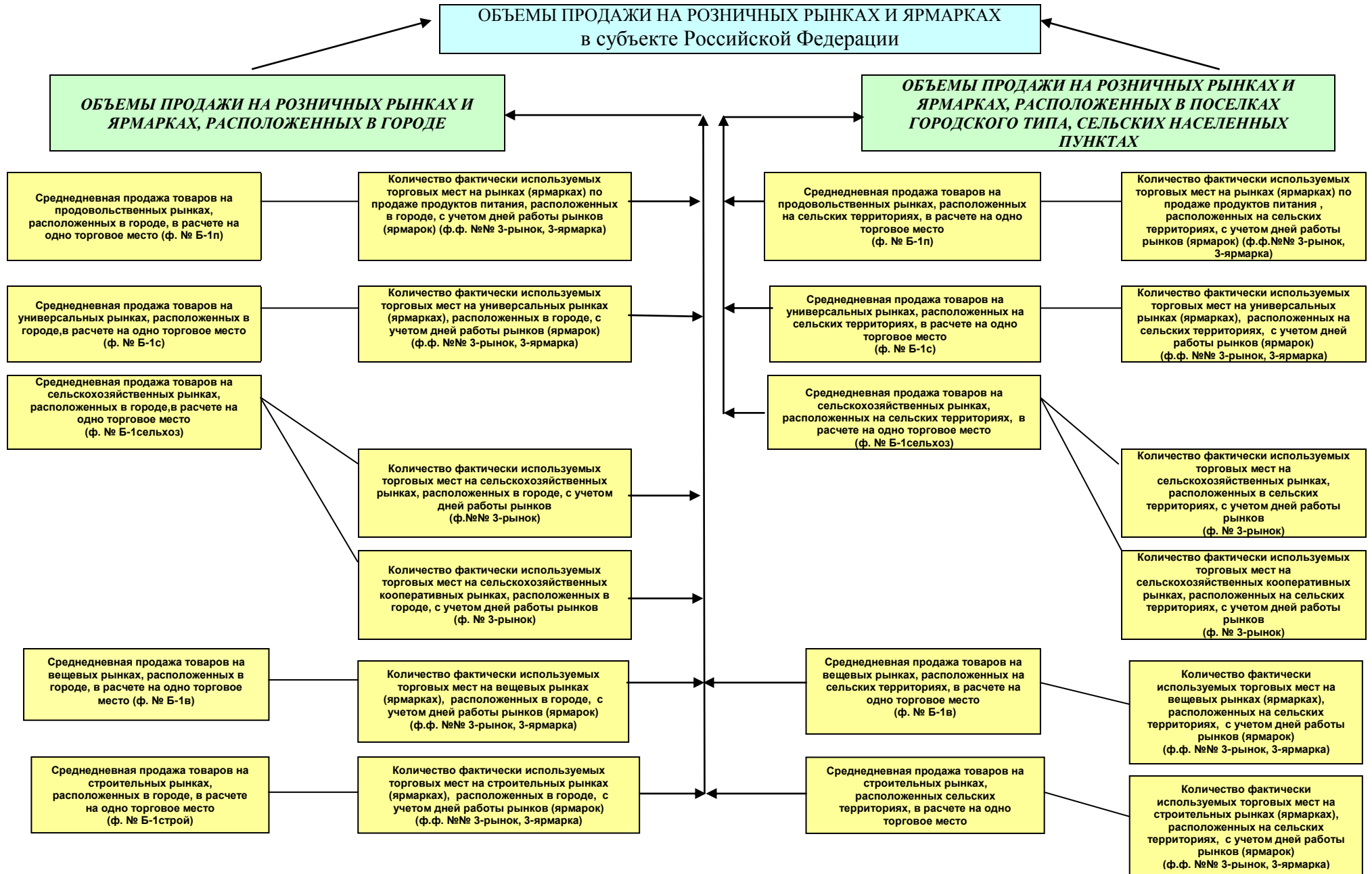
$$V_p = (\sum W_{Гi} * I * M_{Гi} * d_{Гi} + \sum W_{Cи} * I * M_{rcи} * d_{rcи} + \sum W_{Гi} * I * M_{яi} * d_{яi} + \sum W_{rcи} * I * M_{ясi} * d_{ясi})_k, \quad (29)$$

где

- V_p** - объемы продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в к-ом месяце ($k=1\div 12$) по субъекту Российской Федерации;
- $W_{Гi}$** – среднедневная продажа на обследуемых рынках i-ой специализации, расположенных в городе, в расчете на одно торговое место, по данным ф. № Б-1;
- $M_{Гi}$** – количество фактически используемых мест на рынках i-ой специализации, расположенных в городе, по данным ф. № 3-рынок;
- $d_{Гi}$** – среднее количество дней работы рынков i-ой специализации, расположенных в городе, в отчетном месяце, по данным ф. № Б-1;
- $W_{rcи}$** – среднедневная продажа на обследуемых рынках i-ой специализации, расположенных в поселках городского типа, сельских населенных пунктах, в расчете на одно торговое место, по данным ф. № Б-1;
- $M_{rcи}$** – количество фактически используемых мест на рынках i-ой специализации, расположенных в поселках городского типа, сельских населенных пунктах, по данным ф. № 3-рынок;
- $d_{rcи}$** – среднее количество дней работы рынков i-ой специализации, расположенных в поселках городского типа, сельских населенных пунктах, в отчетном месяце, по данным ф. № Б-1;
- $M_{яi}$** - количество фактически используемых мест на ярмарках, расположенных в городе, по данным ф. № 3-ярмарка;
- $d_{яi}$** – среднее количество дней работы ярмарок i-ой специализации, расположенных в городе, в отчетном месяце, по данным ф. № 3-ярмарка;
- $M_{ясi}$** – количество фактически используемых мест на ярмарках, расположенных в поселках городского типа, сельских населенных пунктах, по данным ф. № 3-ярмарка;
- $d_{ясi}$** – среднее количество дней работы ярмарок i-ой специализации, расположенных в поселках городского типа, сельских населенных пунктах, в к-ом месяце, по данным ф. № 3-ярмарка;
- I** - индекс потребительских цен по группе «Товары», используется для корректировки среднедневной продажи при формировании данных за месяцы, в которых наблюдение за торговыми местами на рынках не проводилось (при формировании данных за февраль, май, август, ноябрь $I = 1$). Например, при формировании данных за март используется индекс март к февралю, при формировании данных за апрель – цепные индексы за март к февралю и апрель к марту (аналогично для данных за май, август, ноябрь);

Порядок формирования данных об объемах продажи на рынках и ярмарках приведен на схеме 5:

Схема 5.



3.2.4. Оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле (вне рынков и ярмарок)

Источником информации о деятельности индивидуальных предпринимателей вне рынка является форма федерального статистического наблюдения № 1-ИП (торговля), которая собирается на выборочной основе с годовой периодичностью. Формирование объемов розничной торговли индивидуальных предпринимателей в ежемесячном режиме производится по формуле:

$$V_{\text{ип}} = (B * \text{ИПЦ} * Ч) * (1 + K_{\text{инд}}), \quad (30)$$

где $V_{\text{ип}}$ - оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей в отчетном месяце;
 B – среднемесячная выручка в расчете на одного обследованного предпринимателя, зарегистрированного 47 классом ОКВЭД2 (без 47.8), по данным ф. № 1-ИП (торговля) за предшествующий отчетному год;
 ИПЦ – индекс потребительских цен на товары к предыдущему месяцу;
 $Ч$ – число индивидуальных предпринимателей в розничной торговле;
 $K_{\text{инд}}$ – коэффициент досчета объема розничной продажи индивидуальными предпринимателями вне рынка, зарегистрированных 47 классом ОКВЭД2 (без 47.8) на объем продажи индивидуальными предпринимателями, основной вид деятельности которых идентифицируется кодами ОКВЭД2, относящимися к группе 45.32 и подгруппам 45.11.2, 45.11.3, 45.19.2, 45.19.3, 45.40.2, 45.40.3, определяется по данным унифицированной формы № 1-ИП и специализированной формы № 1-ИП (торговля).

Число фактически действующих индивидуальных предпринимателей ($Ч$) в розничной торговле, реализующих товары вне рынка, определяется по итогам разработки ф. № 1-ИП (торговля) за предыдущий отчетному год с учетом вновь зарегистрированных или прекративших свою деятельность в текущем году индивидуальных предпринимателей по кодам ОКВЭД2 47 (без 47.8) по данным государственной регистрации.

Число ИП в розничной торговле в течение года может меняться, что может привести к уточнению оборота розничной торговли, которое осуществляется в соответствии с действующим регламентом.

3.2.5. Оценка объемов деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами (скрытой деятельности), в розничной торговле

В соответствии с требованиями системы национальных счетов оборот розничной торговли организаций досчитывается на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами (скрытой деятельности).

Результаты обследований скрытых отношений в торговле позволяют утверждать, что латентные явления в отрасли имеют гораздо более широкие масштабы, чем в других отраслях. Одной из причин распространенности указанных процессов является специфика отрасли. В первую очередь это то, что торговля состоит в основном из малых предприятий, они составляют 95% от

общего числа торговых организаций. Как утверждают многие исследователи, именно в сфере малого бизнеса наибольшее распространение получает теневая деятельность. Другим фактором распространённости латентных явлений в отрасли является то, что торговля, в частности розничная, получает большую часть выручки в виде наличных денег.

Скрытая экономическая деятельность в торговле образуется, в основном, за счет занижения объемов оборота торгующих организаций в текущей статистической отчетности в целях уклонения уплаты налогов, отчислений на социальные цели и сокрытия фактических объемов импорта. Поэтому досчет оборота торговли на величину сокрытия необходим как для обеспечения объективности показателей статистики торговли, так и для обеспечения полноты оценок ВВП.

Закон о статистике, определяющий правовые основы для реализации единой государственной политики в сфере официального статистического учета, не предусматривает в отношении респондентов возможности проведения субъектами официального статистического учета проверок (сверки сведений в формах федерального статистического наблюдения с данными первичного учета). Выявить размер сокрытия на микроуровне в этих условиях весьма проблематично.

В этих условиях для определения объемов сокрытия оборота розничной торговли привлекаются косвенные данные.

Понятие «объем сокрытия оборота розничной торговли» представляет собой разницу между фактическими объемами оборота розничной торговли и его объемом, включенным респондентами в статистическую отчетность.

В настоящее время для расчета величины сокрытия используются данные выборочного обследования конъюнктуры и деловой активности организаций розничной торговли (кроме микропредприятий) по форме федерального статистического наблюдения № 1-конъюнктура «Обследование конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле», которое проводится с квартальной периодичностью в целях анализа ситуации, складывающейся в розничной торговле.

Величина сокрытия ($K_{\text{сокр}}$) отражается в процентах и определяется как разность между уровнем торговой наценки, который, по мнению обследованных руководителей торговых организаций, обеспечил бы получение необходимой прибыли, и сложившимся уровнем на основе данных формы федерального статистического наблюдения № 1-конъюнктура.

Для дорасчета оборота розничной торговли организаций в отчетном году рекомендуется использовать среднегодовую величину сокрытия, рассчитанную по данным предыдущего года:

$$K_{\text{сокр}}^{\text{сред}} = (K_{\text{сокр}}^{\text{Iкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IIкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IIIкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IVкв}}) / 4, \quad (31)$$

где $K_{\text{сокр}}^{\text{сред}}$ – среднегодовая величина сокрытия – процентов.

$K_{\text{сокр}}^{\text{Iкв}}$, $K_{\text{сокр}}^{\text{IIкв}}$, $K_{\text{сокр}}^{\text{IIIкв}}$ и $K_{\text{сокр}}^{\text{IVкв}}$ – величина сокрытия соответственно за I, II, III и IV кварталы предыдущего года.

Среднегодовая величина сокрытия рассчитывается отдельно по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства ($K^{сред/кр}_{сокр}$), и по малым предприятиям ($K^{сред/м}_{сокр}$). Значение процента сокрытия в течение года не меняется. Так как ф. № 1-конъюнктура собирается с квартальной периодичностью, то на микропредприятия она не распространяется, следовательно, $K^{сред}_{микро} = K^{сред}_{м}$.

Таким образом, общий объем оборот розничной торговли с дорасчетом на объем скрытой деятельности рассчитывается по формуле:

$$V_{с\ сокр} = V_{кр. и\ ср.} * (100 + K^{сред/кр}_{сокр}) / 100 + V_{м+микро} * (100 + K^{сред/м}_{сокр}) + V_p + V_{ин}, \quad (32)$$

где $V_{с\ сокр}$ - оборот розничной торговли за отчетный месяц с дорасчетом на объем скрытой деятельности;

$V_{кр. и\ ср.}$ - оборот розничной торговли за отчетный месяц по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства;

$K^{сред/кр}_{сокр}$ - среднегодовая величина сокрытия по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства, процентов;

$V_{м+микро}$ - оборот розничной торговли за отчетный месяц по малым предприятиям (включая микропредприятия);

$K^{сред/м}_{сокр}$ - среднегодовая величина сокрытия по малым предприятиям, процентов.

V_p - объемы продажи товаров на розничных рынках и ярмарках за отчетный месяц;

$V_{ин}$ - оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей за отчетный месяц.

Следует иметь в виду, что при формировании объема оборота розничной торговли на объем сокрытия не дорассчитываются в связи с особенностями организации статнаблюдения, объемы, получаемые по результатам сбора данных экспедиционным способом:

- объемы продажи товаров на розничных рынках и ярмарках;

- оборот розничной торговли (выручка по основному виду деятельности) индивидуальных предпринимателей, для которых основным видом деятельности является розничная торговля.

Порядком проведения указанных выше наблюдений в случае предоставления респондентами явно недостоверных сведений или в случае отказа осуществляющего деятельность респондента от участия в обследовании интервьюеру рекомендуется экспертно определить значения основных показателей данного объекта торговли, сделав соответствующую пометку на анкете: «данные вменены». Если сведения о размере деятельности не были экспертно вменены интервьюером, то при обработке итогов обследования в автоматизированном режиме осуществляется процедура импутации или перевзвешивания данных.

Занижение торгового оборота устанавливается в ежемесячном оперативном режиме на основе досчета на уровне субъектов Российской Федерации, определение размера занижения в % к обороту торгующих организаций производится 1 раз в год.

Неукоснительное соблюдение органами государственной статистики положений статьи 9 Закона о статистике об обеспечении конфиденциальности

первичных статистических данных, предоставляемых респондентами, использование этих данных исключительно в целях получения официальной статистической информации и размещение ее в открытом доступе только в агрегированном виде способствует росту доверия органам государственной статистики со стороны респондентов, отражению ими в формах федерального статистического наблюдения более полных сведений и таким образом сокращению размеров скрытой деятельности.

Объемы уличной торговли физическими лицами вне мест, выделенных на рынках и ярмарках, в неустановленных местах (вдоль транспортных магистралей, у станций метро, железнодорожных вокзалов, около магазинов, рынков и т.п. местах) и нелегальной торговли оцениваются при расчете валового выпуска торговли и не учитываются при формировании показателя «оборот розничной торговли».

3.3. Алгоритм формирования показателя «Индекс физического объема оборота розничной торговли»

Относительным показателем изменения оборота розничной торговли в динамике является индекс физического объема. Индекс физического объема оборота характеризует совокупное изменение товарной массы в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом и показывает, как изменился оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния изменения цен.

Индекс физического объема оборота розничной торговли (ИФО) рассчитывается по формуле:

$$\text{ИФО} = \text{O}_1 \setminus \text{D} * 100 \setminus \text{O}_0 * 100 , \quad (33)$$

где **ИФО** - индекс физического объема оборота розничной торговли;

O₁, O₀ – оборот розничной торговли соответственно за отчетный и базисный периоды;

D – индекс-дефлятор оборота розничной торговли.

Индекс-дефлятор оборота розничной торговли представляет собой агрегированный индекс цен, рассчитанный на основе данных о товарной структуре оборота розничной торговли и об индексах потребительских цен (ИПЦ). Он используется для пересчета оборота розничной торговли из текущих цен в сопоставимые цены.

Необходимость использования индекса-дефлятора связано с различиями в товарной структуре оборота розничной торговли и в структуре расходов домашних хозяйств, которая применяется при расчете ИПЦ по группе товаров. Как правило, по таким товарным позициям, как мясо животных и домашней птицы, продукты из мяса, рыба и морепродукты, цельномолочная продукция, свежие фрукты, картофель, косметические и парфюмерные товары, мебель, легковые автомобили, компьютеры доли в структуре расходов населения, рассчитанные по данным обследования бюджетов домашних хозяйств, больше

чем доли аналогичных товаров в обороте розничной торговли. Такая ситуация связана с тем, что в расходах населения учитываются покупки населением товаров вне розничной торговой сети (продуктов питания - у частных лиц вне розничных рынков и ярмарок; непродовольственных товаров - по частным объявлениям в публикациях и информационно-телекоммуникационной сети Интернет).

Порядок исчисления индекса-дефлятора оборота розничной торговли определен на основе научных подходов к построению сводных индексов-дефляторов и возможностей информационной базы статистики розничной торговли. Он согласуется с международными подходами к построению индексов-дефляторов розничной торговли.

Расчет индекса-дефлятора оборота розничной торговли строится с использованием модифицированной формулы индекса Ласпейреса:

$$D = \frac{\sum_{i=n}^1 i_p * p_{i0} q_{i0}}{\sum_{i=n}^1 p_{i0} q_{i0}}, \quad (34)$$

где **D** – индекс-дефлятор оборота розничной торговли;

i_p – индекс потребительских цен на i- товар (i-ую товарную группу), индекс-дефлятор по промежуточной i-той товарной группе;

p_{i0}q_{i0} – стоимость реализованного i-го товара (i-ой товарной группы) в действовавших ценах предыдущего года.

В расчете индекса-дефлятора оборота розничной торговли используются следующие данные:

1) об индексах потребительских цен (ИПЦ), разрабатываемые по итогам выборочного наблюдения (регистрации) цен на потребительском рынке, в соответствии с Официальной статистической методологией организации статистического наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденной приказом Росстата от 30 декабря 2014 г. № 734;

2) товарная структура оборота розничной торговли по полному кругу хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю за отчетный год (по данным ф.ф. №№ П-1, П-5(м), 3-ТОРГ (ПМ), Б-1, досчет);

3) ассортиментная структура оборота розничной торговли организаций розничной торговли (с основным видом деятельности, идентифицированным классом 45, 47 по ОКВЭД2, не относящимся к субъектам малого предпринимательства (объемы продажи по более детализированной товарной номенклатуре), за отчетный год (по данным ф. № 1-ТОРГ).

Для приведенного метода исчисления индекса-дефлятора оборота розничной торговли необходимо наличие информации по достаточно широкой и полной номенклатуре реализованных товаров. В соответствии с пунктом 8 постановления Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2008 г. № 79 «О порядке проведения выборочных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства» микропредприятия обследуются с годовой периодичностью по унифицированной форме, содержащей сведения об основных показателях их экономической деятельности без учета отраслевой специфики. В связи с этим информация о товарной структуре оборота розничной торговли микропредприятий и индивидуальных предпринимателей формируется по структуре оборота малых предприятий розничной торговли. В случае если в субъекте Российской Федерации микропредприятия и индивидуальные предприниматели формируют от 50% до 100% оборота розничной торговли по основным товарным группам рекомендуется рассчитывать индекс-дефлятор оборота розничной торговли по следующей формуле:

$$D = ИПЦ_{п} * D_{п} + ИПЦ_{н} * D_{н} , \quad (35)$$

где **D** – индекс-дефлятор оборота розничной торговли;

ИПЦ_п – индекс потребительских цен по группе «пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия»;

ИПЦ_н – индекс потребительских цен по группе «непродовольственные товары»;

D_п, D_н – удельный вес соответственно пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий и непродовольственных товаров в обороте розничной торговли.

3.4. Проверка объективности статистических данных об объеме оборота розничной торговли

В целях повышения качества и объективности статистической информации проводится анализ расчетов объемов оборота розничной торговли с привлечением сопряженных показателей на всех уровнях разработки (при заполнении респондентами первичных данных в формах, при агрегировании данных по субъекту Российской Федерации, при формировании информации в целом по России).

Агрегированные данные по субъекту Российской Федерации, по России сопоставляются со следующими показателями:

Показатели	В % к соответствующему периоду предыдущего года
Индекс промышленного производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака	
Индекс текстильного и швейного производства	
Индекс промышленного производства кожи, изделий из кожи и обуви	
Индекс физического объема оборота розничной торговли	
Реальные располагаемые денежные доходы	
Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника	
номинальная	
реальная	
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения)	
Поступления от продажи товаров юридическими лицами в банк (форма 0409202 «Отчет о наличном денежном обороте» символ 2)	
Индекс потребительских цен на товары	
Общая численность безработных	
Численность официально зарегистрированных безработных	

Существенные отклонения в значениях индексов названных показателей при соответствующем логическом анализе являются основанием для корректировки объемов оборота.

Кроме того, на федеральном уровне ежеквартально дополнительная оценка оборота розничной торговли производится путем составления баланса товарных ресурсов розничной торговли.

В основу определения величины товарных ресурсов положен балансовый метод, при котором учитываются все имеющиеся источники их формирования:

$$T_p = Z_n + B + I - \text{Э} - Пп - Z_k, \quad (36)$$

где **T_p** - товарные ресурсы потребительских товаров;
Z_n и **Z_k** - запасы товаров на предприятиях-производителях, в организациях оптовой и розничной торговли соответственно на начало и конец отчетного периода;
B - выпуск товаров;
I - импорт товаров;
Э - экспорт товаров;
Пп - промежуточное потребление.

Анализируется товарная структура оборота розничной торговли. Причины резких изменений в структуре должны быть в обязательном порядке подтверждены сопряженными показателями.

IV. Методологические основы и алгоритм формирования показателей «Оборот оптовой торговли» и «Индекс физического объема оборота оптовой торговли»

4.1. Определения и статистические источники

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД2) оптовая торговля идентифицируется классом 46 «Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами».

Также 46 классом идентифицируются операции, связанные с оптовой торговлей: сборка, сортирование крупных партий товаров, их деление на более мелкие партии, переупаковывание, фасование и розлив по бутылкам, хранение, охлаждение, доставка и установка товаров за собственный счет; упаковывание твердых товаров и розлив в бутылки жидких или помещение в закрытые контейнеры газообразных товаров, включая смешивание и фильтрование, осуществляемые за свой счет.

К 46 классу не относятся оптовая торговля автотранспортными средствами (идентифицируется кодами ОКВЭД2 45.11.1, 45.11.4, 45.19.1, 45.19.4), оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (код ОКВЭД2 45.31), оптовая торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями (коды ОКВЭД2 45.40.1, 45.40.4); упаковывание твердых товаров и розлив в бутылки жидких или помещение в закрытые контейнеры газообразных товаров, включая смешивание и фильтрование, для третьей стороны (код ОКВЭД2 82.92), а также торговля электроэнергией, тепловой энергией и газом, подаваемым по распределительным сетям газоснабжения (код ОКВЭД2 35), операции с недвижимым имуществом (код ОКВЭД2 68) и аренда и прокат товаров (код ОКВЭД2 77).

Оптовой торговлей занимаются как организации и индивидуальные предприниматели, для которых эта деятельность является основной, так и организации и индивидуальные предприниматели других видов экономической деятельности.

Устанавливается, что показателем, используемым для целей федерального статистического наблюдения за состоянием оптовой торговли является **«оборот оптовой торговли»**, в общем виде представляющий собой выручку от реализации товаров, приобретенных ранее на стороне, в целях перепродажи юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям для профессионального использования (переработки или дальнейшей продажи).

Комиссионеры (поверенные, агенты), осуществляющие деятельность в оптовой торговле в интересах другого лица (комитента, доверителя, принципала)

по договорам комиссии (поручения) либо агентским договорам в обороте оптовой торговли отражают только сумму полученного вознаграждения. Стоимость проданных на основе договоров комиссии, поручения или агентских договоров товаров отражается комитентами (доверителями, принципалами).

Транспортирование и распределение газа по распределительным сетям газоснабжения среди конечных потребителей (населения, предприятий и т.п.), а также распределение (отпуск) электрической и тепловой энергии в оборот оптовой торговли не включаются, так как их реализация конечному потребителю (т.е. организациям, использующим их при производстве продукции или в коммунально-бытовых целях) не является оптовой продажей.

Продажа товаров населению относится к обороту розничной торговли и в оборот оптовой торговли не включается.

Стоимость лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи, топливных карт, проданных объектов недвижимости в оборот оптовой торговли не включается.

Одним из признаков операции, относимой к оптовой торговле, является наличие счета-фактуры на отгрузку товара¹.

Данные об обороте оптовой торговли представляют как организации оптовой торговли, так и других видов деятельности, осуществляющие перепродажу юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям товаров, ранее приобретенных на стороне.

Оборот оптовой торговли приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость, акциз, экспортную пошлину, таможенные сборы и аналогичные обязательные платежи. Сумма вознаграждения комиссионеров (поверенных, агентов) отражается по фактической стоимости, включая НДС.

Формирование объема оборота оптовой торговли осуществляется на основании данных, предоставляемых всеми категориями хозяйствующих субъектов по формам федерального статистического наблюдения, сбор и разработка которых осуществляются в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Информационной основой формирования показателя «оборот оптовой торговли» кроме унифицированных форм федерального статистического наблюдения, по которым представляют сведения организации всех видов деятельности (перечень приведен в разделе 2.2), являются специализированные формы статистического наблюдения, сведения по которым представляют только торговые организации.

¹ Налоговый кодекс Российской Федерации ст. 169, гл. 21

ПЕРЕЧЕНЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ФОРМ ФЕДЕРАЛЬНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО НАБЛЮДЕНИЯ ¹⁾, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПОКАЗАТЕЛЯ «ОБОРОТ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ»

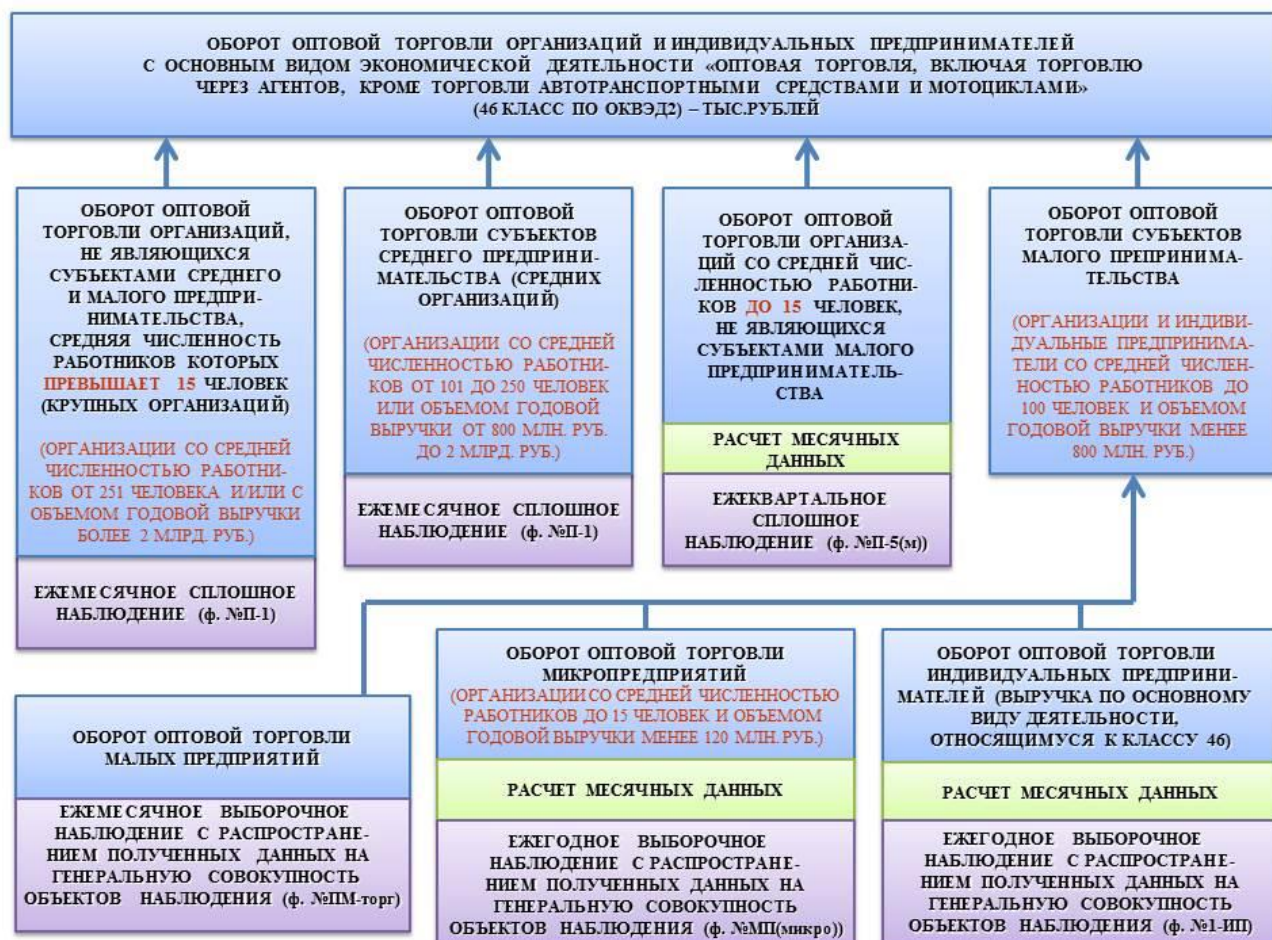
№ п/п	Формы федерального статистического наблюдения		
	индекс	периодичность	наименование
1	ПМ-торг	месячная	Сведения об обороте оптовой торговли малого предприятия
2	1-ТОРГ	годовая	Сведения о продаже и запасах товаров в организациях оптовой и розничной торговли
3	1-конъюнктура (опт)	квартальная	Обследование конъюнктуры и деловой активности в оптовой торговле

1) формы федерального статистического наблюдения утверждаются приказами Росстата и находятся в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<http://www.gks.ru/>)

4.2. Алгоритм формирования показателя «Оборот оптовой торговли»

Формирование сводных итогов по обороту оптовой торговли в общем виде приведено на схеме 6:

Схема 6.



Формирование сводных итогов по обороту оптовой торговли осуществляется без учета демографии организаций (т.е. по кругу организаций соответствующих лет).

Оборот оптовой торговли за отчетный месяц текущего года определяется расчетным путем по следующим хозяйствующим субъектам, предоставляющим сведения о своей деятельности с квартальной или годовой периодичностью:

- по организациям со средней численностью работников до 15 человек, не являющимся субъектами малого предпринимательства;
- по малым предприятиям (без микропредприятий), для которых оптовая торговля не является основным видом экономической деятельности;
- по микропредприятиям;
- по индивидуальным предпринимателям, для которых оптовая торговля является основным видом экономической деятельности.

4.2.1. Оборот оптовой торговли организаций со средней численность работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства

Для ежемесячного расчета объемов оборота оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, на основании квартальных данных определяются следующие соотношения:

$$K_{\text{до15-46}} = O_{\text{до15-46}}^{\text{КВ}} / O_{\text{не суб.МП-46}}^{\text{КВ}} \quad (37)$$

$$K_{\text{до15-др}} = O_{\text{до15-др}}^{\text{КВ}} / O_{\text{не суб.МП-др}}^{\text{КВ}}, \quad (38)$$

где $K_{\text{до15-46}}$ – соотношение оборотов оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, осуществляющих деятельность в оптовой торговле (46 класс по ОКВЭД2) и организаций оптовой торговли, не являющихся субъектами малого предпринимательства.

$K_{\text{до15-др}}$ – соотношение оборотов оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, других видов деятельности и организаций других видов деятельности, не являющихся субъектами малого предпринимательства.

$O_{\text{до15-46}}^{\text{КВ}}$ - оборот оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, осуществляющих деятельность в оптовой торговле (46 класс по ОКВЭД2), *за квартал*. *Источник данных* - ежеквартальное сплошное обследование.

$O_{\text{до15-др}}^{\text{КВ}}$ - оборот оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, других видов деятельности, *за квартал*. *Источник данных* - ежеквартальное сплошное обследование.

$O_{\text{не суб.МП-46}}^{\text{КВ}}$ - оборот оптовой торговли организаций оптовой торговли, не являющихся субъектами малого предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек) *за квартал* (сумма данных месяцев, входящих в квартал). *Источник данных* – ежемесячное сплошное обследование.

$O_{\text{не суб.МП-др}}^{\text{кв}}$ - оборот оптовой торговли организаций других видов деятельности, не являющихся субъектами малого предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек) **за квартал** (сумма данных месяцев, входящих в квартал). *Источник данных* – ежемесячное сплошное обследование.

Таким образом, расчет данных отчетного месяца осуществляется по следующим формулам:

$$O_{\text{до15-46}}^{\text{мес}} = O_{\text{не суб.МП-46}}^{\text{мес}} \times K_{\text{до15-46}} \quad (39)$$

$$O_{\text{до15-др}}^{\text{мес}} = O_{\text{не суб.МП-др}}^{\text{мес}} \times K_{\text{до15-др}}, \quad (40)$$

где $O_{\text{до15-46}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, осуществляющих деятельность в оптовой торговле (46 класс по ОКВЭД2), **за отчетный месяц**;

$O_{\text{до15-др}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства, других видов деятельности, **за отчетный месяц**;

$O_{\text{не суб.МП-46}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли организаций оптовой торговли, не являющихся субъектами малого предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек) **за отчетный месяц**. *Источник данных* – ежемесячное сплошное обследование;

$O_{\text{не суб.МП-др}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли организаций других видов деятельности, не являющихся субъектами малого предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек) **за отчетный месяц**. *Источник данных* – ежемесячное сплошное обследование.

Рекомендуется ежеквартально уточнять рассчитанные соотношения оборотов оптовой торговли ($K_{\text{до15-46}}$ и $K_{\text{до15-др}}$), так как они подвержены значительным изменениям, обусловленным особенностями оптовой торговли (например, заключение больших по объему разовых контрактов).

4.2.2. *Оборот оптовой торговли малых предприятий (без микропредприятий)*

Для расчета оборота оптовой торговли малых предприятий (без микропредприятий), для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, используются сводные итоги ежеквартального выборочного обследования малых предприятий всех видов деятельности.

Однако программой указанного обследования не предусмотрено наблюдение за показателем "оборот оптовой торговли" (наблюдение за этим показателем ведется в рамках ежемесячного выборочного обследования малых предприятий, для которых основным видом деятельности является оптовая и розничная торговля). Поэтому, по итогам ежеквартального обследования оборот оптовой торговли определяется расчетно:

$$O = \Pi_{\text{несоб}} - \Pi_{\text{роз}}, \quad (41)$$

где O - оценка объема оборота оптовой торговли;
 $P_{\text{несоб}}$ – продано товаров несобственного производства;
 $P_{\text{роз}}$ – продано товаров в порядке розничной торговли.

По данному алгоритму формируется оценка оборота оптовой торговли для двух групп малых предприятий:

- предприятия оптовой торговли (46 класс по ОКВЭД2);
- предприятия, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, без предприятий осуществляющих обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (35 класс ОКВЭД2) и забор, очистку и распределение воды (36 класс по ОКВЭД2). Это обусловлено тем, что показатель "продано товаров несобственного производства" по указанным предприятиям включает объемы проданных по распределительным сетям электроэнергии, газа, пара и воды, что согласно ОКВЭД2 не является оптовой торговлей.

По рассчитанным данным объемов оборотов оптовой торговли малых предприятий (без микропредприятий) определяется следующее соотношение:

$$K_{\text{МП-др}} = O_{\text{МП-др}}^{\text{КВ}} / O_{\text{МП-46}}^{\text{КВ}}, \quad (42)$$

где $K_{\text{МП-др}}$ – соотношение оборотов оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, и малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности (46 класс ОКВЭД2);

$O_{\text{МП-др}}^{\text{КВ}}$ - оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, *за квартал. Источник данных* – расчет по данным ежеквартального выборочного обследования малых предприятий всех видов деятельности, распространенных на базовую совокупность объектов наблюдения (формула 38);

$O_{\text{МП-46}}^{\text{КВ}}$ - оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за квартал. Источник данных* – расчет по данным ежеквартального выборочного обследования малых предприятий всех видов деятельности, распространенным на базовую совокупность объектов наблюдения (формула 38).

Таким образом, расчет данных оборота оптовой торговли малых предприятий (без микропредприятий) за отчетный месяц осуществляется по следующей формуле:

$$O_{\text{МП-др}}^{\text{мес}} = O_{\text{МП-46}}^{\text{мес}} \times K_{\text{МП-др}}, \quad (43)$$

где $O_{\text{МП-др}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*– тыс.руб.;

$O_{\text{МП-46}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за отчетный месяц. Источник данных* – данные ежемесячного выборочного обследования малых предприятий основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения.

Рекомендуется ежеквартально уточнять рассчитанное соотношение оборотов оптовой торговли ($K_{МП-др}$), так как оно может значительно изменяться из-за особенностей ведения оптовой торговли.

4.2.3. Оборот оптовой торговли микропредприятий

Для ежемесячного расчета объемов оборота оптовой торговли микропредприятий в отчетном году используются соотношения оборотов оптовой торговли, сложившиеся по итогам за предыдущий отчетный год:

$$K_{мик-46} = O_{мик-46}^{год} / O_{МП-46}^{год} \quad (44)$$

$$K_{мик-др} = O_{мик-др}^{год} / O_{МП-др}^{год} \quad , \quad (45)$$

- где $K_{мик-46}$ – соотношение оборотов оптовой торговли микропредприятий и малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности **за январь-декабрь**;
- $K_{мик-др}$ – соотношение оборотов оптовой торговли микропредприятий и малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности **за январь-декабрь**;
- $O_{мик-46}^{год}$ – оборот оптовой торговли микропредприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности (46 класс ОКВЭД2) **за год**. *Источник данных*- данные ежегодного выборочного обследования микропредприятий всех видов деятельности, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения (в период проведения сплошного статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства наблюдение по унифицированной форме № МП (микро) не проводится, поэтому используются данные формы № МП (микро) за предыдущий сплошному наблюдению год, скорректированные по данным формы № ПМ-торг за январь-декабрь года, за который проводится сплошное наблюдение);
- $O_{МП-46}^{год}$ – оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности **за январь-декабрь**. *Источник данных*- данные ежемесячного выборочного обследования малых предприятий основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения;
- $O_{мик-др}^{год}$ – оборот оптовой торговли микропредприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности **за год**. *Источник данных* - данные ежегодного выборочного обследования микропредприятий всех видов деятельности, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения;
- $O_{МП-др}^{год}$ – оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности **за январь-декабрь**. Рассчитывается как сумма месячных данных (с января по декабрь включительно) оборота оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности: $\sum O_{МП-др}^{мес}$ (алгоритм расчета приведен в п.4.2.2 "Малые предприятия (без микропредприятий)", формула 40).

Таким образом, расчет данных отчетного месяца осуществляется по следующей формуле:

$$O_{мик-46}^{мес} = O_{МП-46}^{мес} \times K_{мик-46} \quad (46)$$

$$O_{\text{мик-др}}^{\text{мес}} = O_{\text{МП-др}}^{\text{мес}} \times K_{\text{мик-др}}, \quad (47)$$

где $O_{\text{мик-46}}^{\text{мес}}$ – оборот оптовой торговли микропредприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*;

$O_{\text{мик-др}}^{\text{мес}}$ – оборот оптовой торговли микропредприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*;

$O_{\text{МП-46}}^{\text{мес}}$ – оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*. *Источник данных* – данные ежемесячного выборочного обследования малых предприятий, основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения;

$O_{\text{МП-др}}^{\text{мес}}$ – оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*. (алгоритм расчета приведен в пункте 4.2.2 "Малые предприятия (без микропредприятий)", формула 40).

В случае существенного изменения количества микропредприятий по состоянию на начало текущего отчетного года по сравнению с аналогичной датой предыдущего года необходимо произвести корректировку соотношений $K_{\text{мик-46}}$ и $K_{\text{мик-др}}$, рассчитанных по итогам за предыдущий год с учетом изменения числа микропредприятий. Например, для организаций с кодами ОКВЭД2, входящими в 46 класс:

Данные условные	
$K_{\text{мик-46}}$ – соотношение оборотов оптовой торговли микропредприятий и малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности - январь-декабрь предыдущего года	0,946
число микропредприятий с кодами ОКВЭД2, входящими в 46 класс - начало предыдущего года	379629
- начало текущего отчетного года	351831
изменение числа микропредприятий в отчетном году по сравнению с предыдущим годом в связи с актуализацией генеральной совокупности объектов федерального статистического наблюдения (АС ГС ОФСН) на основе показателя «выручка»	$351831 / 379629 \times 100 = 92,68\%$
- скорректированное соотношение $K_{\text{мик-46}}$ для расчета оборота оптовой торговли микропредприятий в отчетном году.	$0,946 \times 92,68 / 100 = 0,877$

4.2.4. Оборот оптовой торговли индивидуальных предпринимателей

Расчет объемов оборота оптовой торговли индивидуальных предпринимателей, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, за месяц отчетного года осуществляется по формуле:

$$O_{\text{ИП-46}}^{\text{мес}} = O_{\text{МП-46}}^{\text{мес}} \times K_{\text{ИП-46}}, \quad (48)$$

- где $O_{ИП-46}^{мес}$ - оборот оптовой торговли индивидуальных предпринимателей, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*;
- $O_{МП-46}^{мес}$ - оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за отчетный месяц*. *Источник данных* – данные ежемесячного выборочного обследования малых предприятий, основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения;
- $K_{ИП-46}$ - соотношение объема выручки по основному виду деятельности индивидуальных предпринимателей, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, и суммы оборотов оптовой торговли организаций оптовой торговли, не являющихся субъектами малого предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек) и субъектов малого предпринимательства (без микропредприятий).

$K_{ИП-46}$ рассчитывается по итогам за год, при этом все используемые в расчете данные должны быть за один и тот же календарный год:

$$K_{ИП-46} = V_{ИП-46}^{год} / O_{МП-46}^{год} , \quad (49)$$

- где $V_{ИП-46}^{год}$ – выручка от продажи товаров, работ и услуг по основному виду деятельности индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в оптовой торговле (46 класс ОКВЭД2), *за год* - тыс.руб. *Источник данных* - данные ежегодного выборочного обследования индивидуальных предпринимателей всех видов деятельности, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения;
- $O_{МП-46}^{год}$ – оборот оптовой торговли малых предприятий, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности, *за январь-декабрь*. *Источник данных* - данные ежемесячного выборочного обследования малых предприятий, основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, распространенные на базовую совокупность объектов наблюдения.

Для расчета оборота оптовой торговли индивидуальных предпринимателей за отчетный месяц текущего года, как правило, используется соотношение, сложившееся по данным годового обследования индивидуальных предпринимателей, проведенного в предыдущем году.

В период проведения сплошного статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства наблюдение по унифицированной форме № 1-ИП не проводится, поэтому используется соотношение, сложившееся по данным годового обследования индивидуальных предпринимателей, проведенного в году, предшествующем сплошной переписи.

4.2.3. Дорасчет оборота оптовой торговли на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами

В соответствии с требованиями системы национальных счетов оборот оптовой торговли организаций досчитывается на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами (далее – скрытая деятельность).

Для расчета величины сокрытия используются данные выборочного обследования конъюнктуры и деловой активности организаций оптовой торговли,

которое проводится с квартальной периодичностью в целях анализа ситуации, складывающейся на оптовом рынке.

Величина сокрытия ($K_{\text{сокр}}$) отражается в процентах и определяется как разность между сложившимся и ожидаемым уровнями торговой наценки на основе данных формы федерального статистического наблюдения № 1-конъюнктура (опт).

Для дорасчета оборота оптовой торговли организаций в отчетном году рекомендуется использовать среднегодовую величину сокрытия, рассчитанную по данным предыдущего года:

$$K_{\text{сокр}}^{\text{сред}} = (K_{\text{сокр}}^{\text{Iкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IIкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IIIкв}} + K_{\text{сокр}}^{\text{IVкв}}) / 4, \quad (50)$$

где $K_{\text{сокр}}^{\text{сред}}$ – среднегодовая величина сокрытия – процентов.

$K_{\text{сокр}}^{\text{Iкв}}$, $K_{\text{сокр}}^{\text{IIкв}}$, $K_{\text{сокр}}^{\text{IIIкв}}$ и $K_{\text{сокр}}^{\text{IVкв}}$ – величина сокрытия соответственно за I, II, III и IV кварталы предыдущего года.

Оборот оптовой торговли за отчетный месяц текущего года с дорасчетом на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами, рассчитывается отдельно для каждой из следующих категорий хозяйствующих субъектов:

Организации с основным видом деятельности "оптовая торговля"

- организации, не являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек);
- организации со средней численность работников до 15 человек, не являющиеся субъектами малого предпринимательства;
- средние предприятия;
- малые предприятия (без микропредприятий);
- микропредприятия.

Организации, для которых "оптовая торговля" не является основным видом деятельности

- организации, не являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства (без организаций, средняя численность работников которых до 15 человек);
- средние предприятия.

Оборот оптовой торговли за отчетный месяц текущего года с дорасчетом на объем скрытой деятельности рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{сокр}}^{\text{мес}} = (O^{\text{мес}} \times K_{\text{сокр}}^{\text{сред}}) / 100 + O^{\text{мес}}, \quad (51)$$

где $O_{\text{сокр}}^{\text{мес}}$ - оборот оптовой торговли за отчетный месяц текущего года с дорасчетом на объем скрытой деятельности;

$O^{мес}$ - оборот оптовой торговли за отчетный месяц текущего года (определяется для каждой категории хозяйствующих субъектов в соответствии с вышеприведенными рекомендациями и алгоритмами);

$K^{сред}_{сокр}$ – среднегодовая величина сокрытия – процентов;

$(O^{мес} \times K^{сред}_{сокр})$ - объем скрытой деятельности.

Следует иметь в виду, что при формировании объема оборота оптовой торговли *на объем сокрытия не дорассчитываются* в связи со спецификой вида деятельности «оптовая торговля», следующие его составляющие:

- оборот оптовой торговли (выручка по основному виду деятельности) *индивидуальных предпринимателей*, для которых основным видом деятельности является оптовая торговля;

- оборот оптовой торговли следующих категорий хозяйствующих субъектов, для которых оптовая торговля не является основным видом деятельности:

- а) организаций со средней численностью работников до 15 человек, не являющихся субъектами малого предпринимательства;
- б) малых предприятий (без микропредприятий);
- в) микропредприятий.

4.3. Индекс физического объема оборота оптовой торговли

Относительным показателем изменения оборота оптовой торговли в динамике является ***индекс физического объема***. Индекс физического объема оборота характеризует совокупное изменение товарной массы в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом и показывает, как изменился оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния изменения цен.

Индекс физического объема оборота оптовой торговли (ИФО) рассчитывается по формуле:

$$\text{ИФО} = O_1 \setminus Д * 100 \setminus O_0 * 100 , \quad (52)$$

где **ИФО** – индекс физического объема оборота оптовой торговли;

O_1, O_0 – оборот оптовой торговли соответственно за отчетный и базисный периоды;

Д – индекс-дефлятор оборота оптовой торговли.

Исходными данными для исчисления индекса-дефлятора служат структура оборота оптовой торговли, индексы потребительских цен на отдельные виды товаров, индексы цен производителей промышленных товаров (услуг), индексы цен на приобретенные организациями отдельные виды товаров, индекс цен приобретения отдельных видов зерна, а также на федеральном уровне – индексы средних фактических экспортных цен на отдельные топливно-энергетические товары (нефть, газ, уголь).

**ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА РАСЧЕТА
ИНДЕКСА-ДЕФЛЯТОРА ОБОРОТА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ
ОРГАНИЗАЦИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ**



**V. Публикация обобщающих показателей
по статистике розничной и оптовой торговли**

Формирование официальной статистической информации по основным показателям внутренней торговли осуществляется с периодичностью и в сроки, установленные Федеральным планом статистических работ, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № 671-р.

**Сроки формирования официальной статистической
информации и уточненных данных по показателям «оборот оптовой торговли»
и «оборот розничной торговли»**

Сроки формирования		Основание для уточнения данных
Оборот оптовой торговли		
1 оценка (оперативные данные)	12 рабочий день после отчетного месяца	
2 оценка	40 рабочий день после отчетного месяца	Уточняются предварительные месячные данные, полученные от организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства
3 оценка	43 рабочий день после отчетного квартала	Уточнение предварительных данных за все месяцы предыдущего квартала после получения итогов по формам, разрабатываемым с квартальной периодичностью
4 оценка	17 апреля после отчетного года	Уточнение предварительных данных за все месяцы предыдущего года после получения итогов по формам, разрабатываемым с годовой периодичностью

Сроки формирования		Основание для уточнения данных
Оборот розничной торговли		
1 оценка (оперативные данные)	12 рабочий день после отчетного месяца	
2 оценка	43 рабочий день после отчетного квартала	Уточнение предварительных данных за все месяцы предыдущего квартала после получения итогов по формам, разрабатываемым с квартальной периодичностью, и уточнение предварительных месячных данных, полученных от организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства
3 оценка	17 апреля после отчетного года	Уточнение предварительных данных за все месяцы предыдущего года после получения итогов по формам, разрабатываемым с годовой периодичностью

Корректировка оперативных данных более чем на 10%, требует подробного обоснования вносимых изменений (анализируется структура объёмов продаж организаций, итоги деятельности которых оказали существенное влияние на величину корректировки ранее сформированных данных).

Годовые данные об объемах оборота розничной (оптовой) торговли и индексы физического объема утверждаются Росстатом. При этом *годовой объем оборота розничной (оптовой) торговли обязательно должен соответствовать сумме помесечных данных.*

После утверждения годовых итогов Росстатом и доведения утвержденных данных до территориальных органов Федеральной службы государственной статистики внесение изменений как в годовые объемы оборота, индексы его физического объема, так и в помесечное распределение оборота розничной (оптовой) торговли не допускается.

Помесечное распределение оборота розничной (оптовой) торговли предыдущего года учитывается при формировании соответствующих оперативных данных в отчетном году.

Информация по статистике внутренней торговли размещается на официальном сайте Росстата в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в рубрике «Официальная статистическая информация» в разделе «Предпринимательство», подразделы «Розничная торговля и услуги населению» и «Оптовая торговля и товарные рынки». Показатели, которые формирует Росстат согласно Федеральному плану статистических работ по статистике торговли, включены в Единую межведомственную информационно-статистическую систему (ЕМИСС).

Сводные итоги публикуются в статистических сборниках «Россия в цифрах», «Российский статистический ежегодник», «Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации», «Регионы России. Социально-экономические показатели», «Торговля в России», «Социальное положение и

уровень жизни населения России», «Республика Белоруссия и Россия», «Малое и средние предпринимательство в России» и другие.

В оперативном режиме официальная статистическая информация об основных показателях внутренней торговли помещается в ежемесячных докладах Росстата «Информация о социально-экономическом положении России» и «Социально-экономическое положение России».
