

## **Методологические рекомендации по статистическому наблюдению за оборотом розничной торговли и расчету его индекса физического объема <sup>1)</sup>**

### **Введение**

Документ «Методологические рекомендации по статистическому наблюдению за оборотом розничной торговли и расчету его индекса физического объема» подготовлен в соответствии с Программой работ Статкомитета СНГ на 2011 год и представляет собой развитие документа «Методологические рекомендации по статистическому наблюдению за оборотом розничной торговли», разработанного в 2007 году.

Необходимость совершенствования методов статистического наблюдения за оборотом розничной торговли в странах Содружества вызвана:

- появлением новых форм торговли и новых путей реализации товаров населению;
- расширением круга хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в розничной торговле;
- внедрением в статистическую практику национальных классификаторов видов экономической деятельности;
- возросшей потребностью национальных статистических служб в использовании современного международного опыта.

Целью настоящего документа является систематизация определений, классификаций и принципов статистического наблюдения за оборотом розничной торговли в соответствии с требованиями Системы национальных счетов и международных статистических стандартов.

При подготовке документа использовались международные рекомендации, в том числе статистического отдела ООН и Евростата, а также результаты анализа практики статистических органов стран СНГ, в частности, опыта национальных статистических служб Казахстана и России по организации разработки данных статистики розничной торговли, наиболее подробно изложенные в методологических рекомендациях по наблюдению за субъектами малого и среднего предпринимательства, по определению объемов ненаблюдаемой экономики в торговле.

---

<sup>1)</sup> Материал был направлен в национальные статистические службы стран Содружества (за № 4-ВС/2-221 от 23.12.2011). При подготовке настоящей публикации были учтены поступившие из национальных статистических служб стран СНГ замечания и предложения по указанному документу.

В данном документе рассматриваются ключевые положения методологии статистического наблюдения за оборотом розничной торговли такие, как сфера охвата и структура сектора розничной торговли, классификации, используемые при формировании оборота розничной торговли. Особое внимание уделено методологии статистического наблюдения за розничной торговлей в организованном секторе, где описываются методы обследования крупных, средних и малых предприятий, а также индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность вне территории рынков. Рассматривается также неформальный сектор торговли, включающий розничные рынки. Рассматриваются методы определения объема сокрытия (занижения) в розничной торговле и раскрываются методологические принципы исчисления индексов физического объема оборота розничной торговли.

## **I. Общие положения о розничной торговле**

Характерные особенности, отличающие розничную торговлю от других видов экономической деятельности, заключаются, прежде всего, в специфическом признаке производственного процесса этого сектора, который именуется «перепродажа». По определению, *перепродажа* товаров представляет собой *продажу без видоизменения*.

**Розничная торговля** – это *перепродажа (продажа без видоизменения) новых или бывших в употреблении товаров населению для личного потребления или домашнего использования*.

В соответствии с пересмотренной редакцией статистического классификатора экономической деятельности в рамках Европейского сообщества (НАСЕ, Rev.2)<sup>1)</sup> рекомендуется определять сферу охвата розничной торговли согласно классификации по разделу G — «Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов»:

- розничная торговля автомобилями (код 45.11.2);
- розничная торговля прочими автотранспортными средствами (код 45.19.2);
- розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями для автомобилей (код 45.32.0);
- розничная торговля мотоциклами, мотороллерами, деталями и принадлежностями к ним (код 45.40.2);
- розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами (код 47).

---

<sup>1)</sup> Полные названия сокращений приведены в приложении 1 на стр. 190.

Согласно пересмотренному варианту классификации NACE, Rev.2, из объема товарооборота исключен оборот предприятий питания, который формируется по виду деятельности «услуги ресторанов, баров, столовых, доставка пищи» (код 56). Изменения произошли и в отношении «ремонта предметов личного пользования и бытовых товаров», который стал классифицироваться в сфере коммерческих услуг по подразделу «Прочие виды деятельности в сфере услуг», а не по статистике торговли, как это было ранее.

Номенклатура товаров, торговля которыми отнесена к розничной торговле, ограничена так называемыми потребительскими товарами или товарами розничного спроса.

Показатели розничной торговли базируются на определениях, используемых в документах по бухгалтерскому учету, с учетом международных рекомендаций. Показателем, используемым для статистического наблюдения за состоянием розничной торговли, является **оборот розничной торговли**, в общем виде представляющий собой *выручку от реализации товаров*.

Обязательным признаком операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (документов строгой отчетности, приравненных к чекам).

*Оборот розничной торговли* включает в себя стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков (что также учитывается как продажа за наличный расчет). В соответствии с международными стандартами в *оборот розничной торговли также включаются*:

- стоимость товаров, отправленных покупателям по почте с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи);
- стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателю) в объеме полной стоимости товара;
- стоимость товаров, проданных в порядке комиссионной торговли (по договору комиссии, поручения или агентского договора) в размере полной стоимости по моменту продажи товаров;
- стоимость проданных по образцам товаров длительного пользования (по времени выписки счета-фактуры и доставки покупателю независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);
- стоимость товаров, проданных через розничные фирмы по системе

электронной торговли (по каналам Интернета, электронной системе обмена данными (ЭДИ) или иных онлайн-овых систем) по времени выписки счета или доставки покупателю независимо от времени фактической оплаты товара покупателем;

- стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;
- полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения бесплатно или со скидкой (лекарственных средств, 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, проданной населению с товаром, за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды (по данным приемных пунктов или магазинов);
- стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые заведения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям и т.п. с последующей оплатой организациями торговли предприятиями, органами социального обеспечения и др., включается в оборот розничной торговли.

*Не включаются в оборот розничной торговли:*

- 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 и физическим лицам (без образования юридического лица; в том числе организациям социальной сферы, спецпотребителям, предпринимателям и т.п.) для использования в производственных целях.

Субъектами статистического наблюдения за розничной торговлей являются:

- юридические лица;
- физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели);
- граждане, которые осуществляют продажу товаров населению на розничных рынках.

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

Информация, представляемая в национальные статистические органы предприятиями, организациями всех отраслей экономики, позволяет сформировать объем оборота розничной торговли как в институциональном, так и в функциональном направлениях.

В качестве информационной базы для крупных, средних и малых предприятий рекомендуется использовать данные форм государственного статистического наблюдения с последующей корректировкой на коэффициент недоучета оборота. Кроме того, целесообразно проводить выборочные обследования по изучению товарных рынков с охватом всех их участников: производителей продукции, организаций оптовой, розничной торговли и индивидуальных предпринимателей.

*Данные об обороте розничной торговли должны быть исчислены в фактических ценах продажи, включающих торговую наценку и налоги на продукты (налог на добавленную стоимость, акциз, налог с продаж).*

Классификация предприятий, организаций, осуществляющих продажу товаров населению, производится в соответствии с действующей в стране национальной отраслевой классификацией видов экономической деятельности, полностью гармонизированной с классификацией экономической деятельности в рамках Европейского сообщества (NACE, Rev.2).

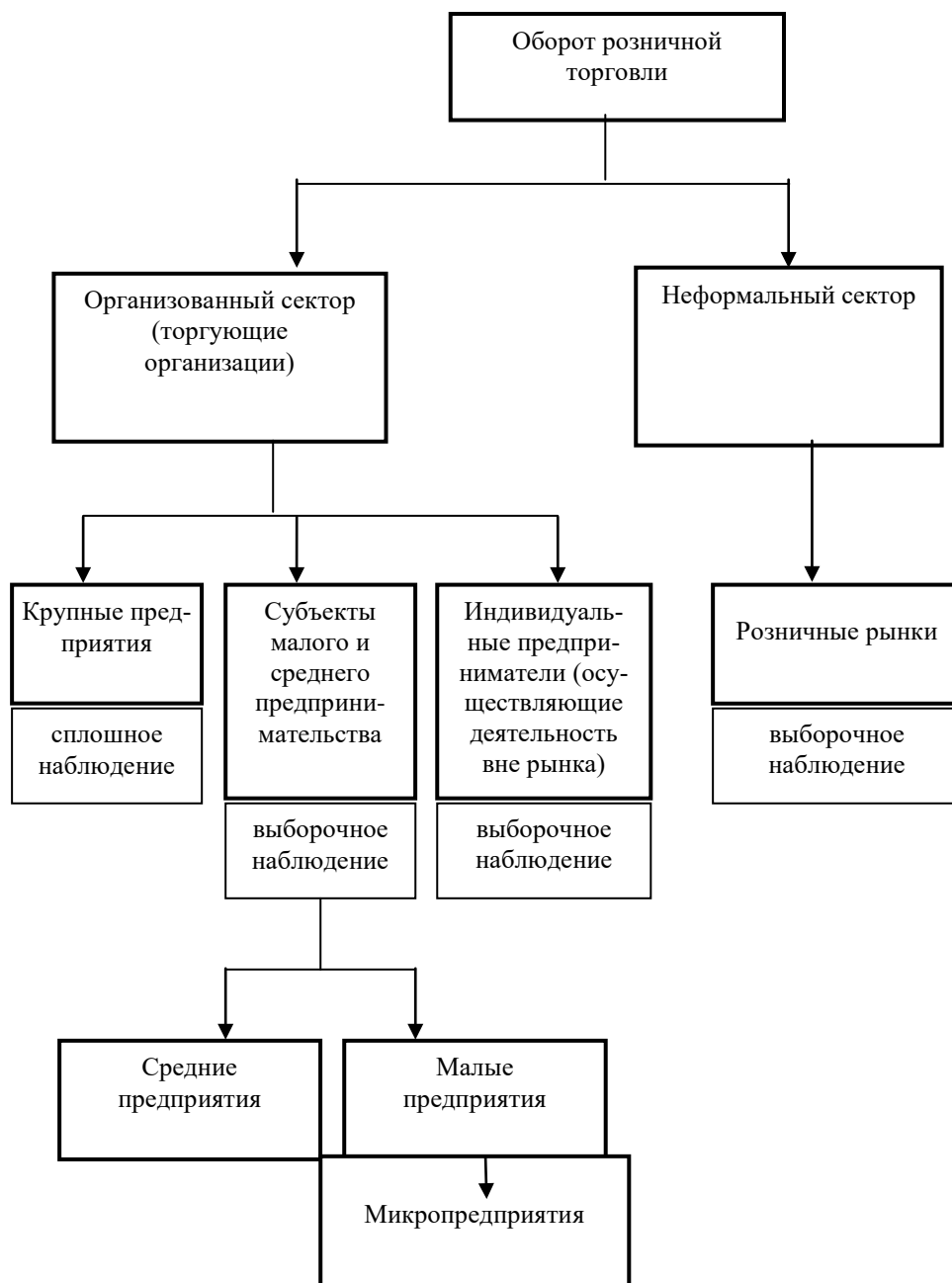
Номенклатура структуры оборота розничной торговли по товарам формируется на основе национальной классификации продукции по видам экономической деятельности, идентичной международному классификатору продукции по видам экономической деятельности Европейского сообщества (CРА 2008).

Общий объем оборота розничной торговли определяется как сумма следующих данных:

- оборот розничной торговли крупных предприятий;
- оборот розничной торговли малых (включая микропредприятия) и средних предприятий;
- оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговлю вне территории рынков;
- продажа товаров на розничных рынках.

Таблица 1.

Статистическое наблюдение за оборотом розничной торговли



## **II. Методология статистического наблюдения за розничной торговлей в организованном секторе**

### **II.1. Организованный сектор розничной торговли.**

#### **Наблюдение за крупными предприятиями**

Система статистического наблюдения за объемом *оборота розничной торговли организованного сектора* (как видно из таблицы 1) определяется на основании данных отчетов и обследований официально зарегистрированных предприятий (включая те предприятия, для которых торговая деятельность не является основной):

- крупных предприятий;
- малых (включая микропредприятия) и средних предприятий;
- индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговлю вне территории рынков.

Статистическую информацию об обороте розничной торговли по *крупным предприятиям* для всей экономики рекомендуется формировать на основе ежемесячных (квартальных) *сплошных наблюдений*.

### **II.2. Статистическое наблюдение за субъектами малого и среднего предпринимательства**

Опыт большинства стран СНГ свидетельствует о том, что малый и средний бизнес является достаточно эффективным и наиболее динамично развивающимся сектором. Понятие малого предпринимательства определено в законодательстве многих стран. Также законодательно закреплены количественные критерии деятельности малых предприятий (численность занятых, объём продаж). Однако значения этих критериев могут существенно отличаться. Так, например, в России наряду с малыми и средними предприятиями выделяются микропредприятия. Законом установлен и порядок проведения выборочных статистических наблюдений по субъектам малого предпринимательства.

Статистическое наблюдение за субъектами малого и среднего предпринимательства торговли более целесообразно осуществлять на основе выбороч-

ных обследований, с применением методов математической статистики и проводить путем:

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

При выборочном наблюдении обследуются не все единицы изучаемой совокупности, а лишь определённым образом отобранная их часть. Вся совокупность единиц, из которых осуществляется отбор, называется **генеральной совокупностью**, а единицы, отобранные для непосредственного наблюдения, представляют собой **выборочную совокупность**, или просто **выборку**. Отбор из **генеральной совокупности** проводится таким образом, чтобы на основе выборки можно было получить достаточно точное представление об основных параметрах совокупности в целом. Главное требование, которому должна отвечать **выборочная совокупность**, - это требование её **репрезентативности**, т.е. **представительности**.

В **план выборочного наблюдения** в общем виде включаются следующие пункты:

- постановка целей и задач наблюдения;
- формирование основы выборки (генеральной совокупности);
- выбор метода отбора;
- формирование выборочной совокупности;
- сбор данных и обработка полученных результатов;
- распространение выборочных данных на генеральную совокупность.

Основным источником при сборе отчетности, как это принято в мировой практике, является **Статистический регистр** хозяйствующих субъектов, содержащий сведения о предприятиях и, таким образом, представляющий возможность организации и координации статистических обследований. Учитывая, что ни один **Статистический регистр** не может быть совершенным, необходимо периодически актуализировать его данные, обеспечивая тем самым возможность разработки оптимального плана выборки и улучшения качества и точности результатов выборочного обследования.

Рассмотрим основные этапы выборочного наблюдения на примере ежемесячных обследований малых предприятий (без микропредприятий).



### II.2.1. Формирование перечней объектов выборочного статистического наблюдения по малым предприятиям

Для формирования *выборочной совокупности* создается *основа* выборки - генеральная совокупность, в которую из *Статистического регистра* включаются предприятия розничной торговли, относящиеся к кругу *малых предприятий*.

Выборка делается по определенным критериям, характеризующим генеральную совокупность. Основными критериями могут быть коды классификации, признаки размерности предприятий и т. п. Одним из критериев отбора генеральной совокупности может быть признак *активности* деятельности предприятий. Так, например, по признаку *активности* в генеральную совокупность могут быть отобраны статистические единицы:

- вновь введенные предприятия;
- действующие;
- временно не работающие.

При формировании выборочной совокупности генеральная совокупность разделяется на три группы (массива).

В *первый массив* включаются *нетипичные* малые предприятия, которые по значениям одного или нескольких показателей выделяются из общей массы предприятий, являются единственными представителями малого предпринимательства по конкретному виду деятельности или территории. Все объекты этого массива обследуются в *сплошном режиме*.

В круг нетипичных предприятий включаются организации с наибольшим объемом выручки и имеющие данные о средней численности работников. Для их отбора программными средствами предусматривается ранжирование списка предприятий генеральной совокупности в каждой из трех группировок по показателю «Выручка» (на уровне двухзначных кодов КДЕС).

Рекомендуется относить в первый массив 15-20% общего числа предприятий базовой совокупности.

*Второй массив* включает малые предприятия, по которым в Статистическом регистре имеются данные о средней численности работников и значения по показателю выручка от реализации не превышают заданной величины.

Предполагается, что во второй массив попадает основная масса предприятий, которые являются типичными для своего вида деятельности.

Расслоение основы выборки для второго массива осуществляется по трем признакам:

- виды экономической деятельности;
- численность работников;
- выручка.

*Третий массив* включает все остальные предприятия (вновь введенные предприятия, временно не работающие, не представившие отчетность).

Для предприятий *второго и третьего массивов* рекомендуемый объем выборки составляет 20% (возможно снижение объема выборки до 10%). *Выборка делается один раз в год* средствами программного обеспечения. Размер выборки из слоев остается *фиксированным*, т.е. одни и те же предприятия будут использоваться для получения оценок по каждому краткосрочному периоду.

В конце года генеральная совокупность *корректируется* - ликвидированные предприятия удаляются, новые включаются. Организации, не представившие отчетность два года подряд, исключаются из выборочной совокупности. При ликвидации предприятий осуществляется их замена на предприятия с равнозначными признаками. Появляющиеся новые предприятия при малой численности подлежат сплошному охвату. В случаях изменения основного вида деятельности или размерности предприятия в основу выборки также вносятся соответствующие коррективы. Необходимо учитывать также возникшие ситуации слияния предприятий и разделения предприятий для устранения структурных изменений в регистре. В следующем году выборочное обследование будет базироваться на обновленном регистре, таким образом, годовые оценки не будут ухудшаться.

## **II.2.2. Формирование выборочной совокупности статистического наблюдения**

Для формирования выборочных совокупностей используется метод расслоенного случайного отбора. Суть метода в том, что *генеральная совокупность* разделяется на *неперекрывающиеся слои (страты)*, из которых затем производится отбор *методом простой случайной выборки*. Расслоение объектов генеральной совокупности по типически однородным группам произво-

дится в соответствии со следующими признаками: территория, отрасль, численность, выручка от реализации. Применяемый метод выборки повышает точность результатов, увеличивает надежность оценки и уменьшает стандартную ошибку выборки.

*Выборочная совокупность* включает все единицы наблюдения *первого массива* и независимые расслоенные случайные выборки из *второго и третьего массивов*.

Список единиц *второго массива* по региональному признаку делится на более мелкие подмножества по отраслевому признаку, то есть по трем позициям кода экономической деятельности по КДЕС, а затем по показателю средняя численность работников еще на 4 слоя. Границы слоев определяются *автоматизировано*, при необходимости могут корректироваться вручную.

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

- коды КДЕС 3 знака;
- средняя численность работников.

Объем выборки из *второго массива* составляет не более 20% от числа предприятий, включенных в данный массив. Минимальный размер выборки в каждом слое должен быть больше 5 элементов. Каждый элемент, попавший в выборку, получает плановый вес  $N_h/n_h$ , который затем используется при распространении на генеральную совокупность, где:

$n_h$  - объем выборки из  $h$ -го слоя;

$N_h$  - объем  $h$ -го слоя.

Список единиц *третьего массива* расслаивается только по кодам КДЕС на уровне 3 знаков. Рекомендуемый объем выборки составляет 20%, однако возможно снижение до 10%. В целях распределения установленного для *третьего массива* объема выборки по слоям используется метод *пропорционального размещения*, то есть отбор единиц выборочной совокупности осуществляется пропорционально их численности в соответствующих группах генеральной совокупности.

### II.2.3. Распространение данных выборочного обследования

Данные, собранные в ходе даже наилучшим образом организованных статистических наблюдений, находятся под влиянием различных типов ошибок или неполучения ответов. Для решения проблем отсутствующих, неправильных или непоследовательных ответов используется редактирование и условное вменение данных как неотъемлемая часть всех видов процесса обработки данных статистических наблюдений.

Редактирование данных может осуществляться на этапе ввода (редактирование входных данных). С помощью специальных математических методов моделируются неполученные данные («восстанавливаются» неотчеты) по предприятиям, не представившим статистическую отчетность.

Рекомендуется применять *метод заполнения по среднему в слое*. Значения признаков замещаются соответствующими средними значениями по ответившим единицам в данном слое или виде деятельности по КДЕС.

После проверки качества данных в поступивших отчетах и, в случае необходимости, выполнения с помощью специальных математических методов процедуры «восстановления» неотчетов, полученные в результате выборки данные распространяются на *генеральную совокупность малых предприятий*.

Для распространения результатов выборочного обследования на генеральную совокупность, как правило, используется *метод свободной экстраполяции*. Этот метод, базируется на принципе, когда значения наблюдаемой переменной умножаются на их веса. В статистических обследованиях широко практикуется *взвешивание элементов выборки*, то есть назначение им определенных *весов*, о чём уже упоминалось. Для сплошного наблюдения (первого массива) выборочный вес каждой единицы равен «1», *выборочные веса* единиц второго и третьего массивов задаются планом выборки и равны:

$$L_k = N_k/n_k, \quad \text{при } k = 1, \dots, h,$$

где  $L_k$  - вес (коэффициент распространения) элементов в страте  $k$ ;

$N_k$  – число единиц в базовой совокупности, в страте  $k$ ;

$n_k$  - число единиц в выборочной совокупности в страте  $k$ ;

$h$  - число страт.

Распространение данных на *генеральную совокупность* производится по формуле:

$$\hat{Y}_d = \sum_{h=1}^{n_d} w_h y_h,$$

где индексом  $d$  обозначен фиксированный разрез разработки ( $d$ ) статистической информации (вид деятельности по КДЕС 3 знака);

Суммирование ведется по единицам в выборке (с номерами  $h$ ), отвечающим критерию отнесения к заданному разрезу разработки ( $d$ ) статистической информации;

$n_d$  - число элементов в выборке, относящихся к данному разрезу разработки ( $d$ );

$u_h$  - значение агрегируемого признака программы обследования  $h$ -ой единицы;

$w_h$  - выборочный вес  $h$ -ой единицы;

$\hat{Y}_d$  - оценка суммарного показателя признака ( $y$ ), рассчитанная по рассматриваемому разрезу разработки ( $d$ ).

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

$$\hat{Y} = Y_1 + \hat{Y}_2 + \hat{Y}_3,$$

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

$Y_1, \hat{Y}_2, \hat{Y}_3$  - суммарные показатели, рассчитанные как сумма значений данного показателя соответственно по единицам 1, 2 и 3 массивов.

### **II.2.3. Методологические подходы к формированию оборота розничной торговли субъектов малого предпринимательства**

В связи с тем, что периодичность сбора и разработки статинформации по малым предприятиям установлена квартальная, их объемы за первые месяцы, следующие за отчетным периодом (годом, кварталом), могут быть оценены *методом сравнения взаимосвязанных показателей*.

Данный метод довольно часто используется в статистической практике при проведении *досчетов*. Суть метода заключается в следующем. Сначала определяется круг показателей, взаимосвязанных с досчитываемым показателем, затем выбирается имеющий наибольшую связь. Размер неучтенного объема устанавливается исходя из несоответствия изменений досчитываемого показателя и с ним связанного. Результаты, полученные на основе применения данного метода, можно значительно улучшить путем применения различных *корректирующих или поправочных коэффициентов*, особенно, если их величины установлены не экспертно, а исходя из более обоснованных источников.

Например, по сведениям о такой зависимости по другим категориям предприятий, если досчет производится по малым предприятиям, можно сравнить изменения показателей по средним и крупным предприятиям и затем установить размер поправочного коэффициента.

Рассмотрим возможные варианты расчета объема оборота розничной торговли по малым предприятиям, неохваченным сплошным статистическим наблюдением:

➤ **Вариант 1**

Статистическое наблюдение за оборотом малых предприятий в ежемесячном режиме отслеживается по выборочному кругу организаций только по предприятиям, основным видом деятельности которых является «розничная торговля», «розничная торговля автомобилями, мотоциклами, их деталями, моторным топливом». Для определения коэффициента досчета оборота розничной торговли малых предприятий используются данные формы статистического наблюдения по малым предприятиям, собираемой с квартальной периодичностью.

Коэффициент досчета рассчитывается по формуле:

$$K_m = (O_v - O_{47} - O_{45}) / O_{47}, \text{ где}$$

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

$O_v$  – оборот по всем малым предприятиям (распространенные данные) за отчетный квартал (по данным формы статистического наблюдения, собираемой с квартальной периодичностью);

$O_{47}$  - сумма строк «отгружено товаров собственного производства в порядке розничной торговли» и «продано товаров несобственного производства в порядке розничной торговли» по малым предприятиям с основным видом деятельности по коду 47 КДЕС «Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами» (распространенные данные) за отчетный квартал;

$O_{45}$  - сумма строк «отгружено товаров собственного производства в по-

рядке розничной торговли» и «продано товаров несобственного производства в порядке розничной торговли» по малым предприятиям с основным видом деятельности «Розничная торговля автомобилями, мотоциклами, их деталями, моторным топливом» КДЕС, по кодам 45.11.2, 45.19.2, 45.32.0, 45.40.2 (распространенные данные) за отчетный квартал.

Общий объем розничной торговли *малых предприятий* (за исключением микропредприятий) за отчетный месяц рассчитывается по формуле:

$$V_m = V_{47} * (1 + K_m) + V_{45} \quad , \quad \text{где}$$

$V_m$  – оборот розничной торговли по всем торгующим малым предприятиям в отчетном месяце;

$V_{47}$  - оборот розничной торговли малых предприятий по коду 47 КДЕС, в отчетном месяце;

$K_m$  - коэффициент досчета оборота розничной торговли малых предприятий с основным видом деятельности «розничная торговля» на генеральную совокупность малых предприятий;

$V_{45}$  - оборот розничной торговли малых предприятий по коду 45 КДЕС, в отчетном месяце.

### ➤ **Вариант 2**

Оценка малых предприятий с основным видом деятельности «розничная торговля» осуществляется по показателям соответствующих кварталов за прошлый год.

На первом этапе устанавливается объем розничной торговли крупных и средних предприятий – по торговым (с основным и вторичным видом деятельности «розничная торговля») и не торговым предприятиям (для которых вид деятельности «розничная торговля» является вторичным видом деятельности) по данным статистического наблюдения по отраслям «Промышленность», «Строительство» и др.

Объем розничной торговли крупных и средних предприятий определяется как сумма данных указанных отраслей.

На втором этапе устанавливается объем оборота розничной торговли по малым предприятиям, неохваченным сплошным статистическим наблюдением.

Для досчета берутся объемы соответствующих кварталов прошлого года по аналогичным предприятиям, отчитавшимся в прошлом году соответственно по каждому виду деятельности.

1. Рассчитывается оборот на одно обследованное предприятие в соответствующем квартале прошлого года по формуле:

$$V_m = \frac{V_{mp}}{K}, \text{ где}$$

$V_m$  - оборот на одно обследованное предприятие в соответствующем квартале прошлого года;

$V_{mp}$  - оборот по всем предприятиям в соответствующем квартале прошлого года;

$K$  - количество отчитавшихся малых предприятий в соответствующем квартале прошлого года.

2. Рассчитывается оборот на одно предприятие соответствующего квартала отчетного года в постоянных ценах:

$$V_{ras} = \frac{V_m * J}{100}, \text{ где}$$

$V_{ras}$  - рассчитанный оборот на одно обследованное предприятие соответствующего квартала отчетного года в постоянных ценах;

$J$  - индекс цен текущего квартала отчетного года к соответствующему кварталу прошлого года.

3. Рассчитывается оборот по всем предприятиям в соответствующем квартале отчетного года:

$$V_{mkv} = V_{ras} * K, \text{ где}$$

$V_{mkv}$  - рассчитанный оборот по всем предприятиям в соответствующем квартале отчетного года;

$K$  - количество действующих предприятий на начало соответствующего квартала отчетного года.

Ежегодно следует проводить сравнительный анализ данных выборочного и сплошного наблюдений, по итогам которого вносить изменения в алгоритмы расчетов, совершенствовать методы распределения экстраполированных данных на территориальном уровне.



### **II.3. Организация статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими торговую деятельность вне территории рынков**

В формировании оборота розничной торговли весьма заметная роль принадлежит *индивидуальному предпринимательству вне территории рынков*, на долю которого, например, в Казахстане приходится 22% его объема, отдельных регионах Российской Федерации - половина и более его объема. В связи с этим к методологическому и организационному обеспечению статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями предъявляются особые требования.

*Индивидуальные предприниматели – это физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.*

Проведение обследования деятельности индивидуальных предпринимателей, работающих в сфере торговли, осуществляется на основе выборочного статистического наблюдения с *годовой периодичностью*. Основная цель обследования - получение объема продажи товаров в разрезе регионов и в целом по стране.

Главное требование, которому должна отвечать выборочная совокупность, - это требование ее *репрезентативности*, т.е. представительности.

При создании основы выборки и определении плана отбора должны учитываться такие факторы, как динамично меняющийся состав исследуемой совокупности и практические сложности осуществления контакта с респондентами для получения первичных сведений по фактическому адресу проживания индивидуального предпринимателя.

Выборочная совокупность по индивидуальным предпринимателям, формируется в размере не менее 5% от генеральной совокупности индивидуальных предпринимателей, имеющих вид деятельности «розничная продажа автомобилей, деталей, мотоциклов, моторного топлива» – код КДЕС 45.11.2,

45.19.2, 45.32.0, 45.40.2; «розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами» – код КДЕС 47 (за исключением ИП, применяющих специальный налоговый режим, с видом деятельности 47.89.2 «розничная торговля на рынках», так как они учитываются в числе ИП, торгующих на рынках).

Программа обследования (анкета) индивидуальных предпринимателей предусматривает минимальный перечень 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;
- численность работающих в бизнесе;
- стоимость товаров, приобретенных для продажи населению;
- число объектов розничной торговли (магазинов, павильонов, киосков и т.п.);
- структура по основным группам товаров (согласно «Статистической классификации продукции по видам экономической деятельности» в Европейском экономическом сообществе).

Формирование выборочной совокупности индивидуальных предпринимателей осуществляется на основе двухэтапного отбора: *списочной* и *территориальной* выборок. Применяется комбинированный метод расслоенного случайного отбора.

В качестве источников отбора единиц наблюдения рекомендуется:

*Территориальная основа наблюдения*, представляющая собой перечни населенных пунктов и опросных участков в территориальных субъектах стран. Формирование выборки из территориальной основы осуществляется методом расслоенного случайного отбора территориальных единиц. В рамках методологии территориальной выборки *на первом этапе* по каждому территориальному субъекту формируется перечень населенных пунктов с признаком численности населения (по данным статистики населения). Затем список населенных пунктов группируется по типу (областной центр, *Статкомитет СНГ* *«Статистика СНГ»*

---

город, поселок городского типа, сельский населенный пункт) и численности населения.

*На втором этапе* во всех отобранных городских населенных пунктах, имеющих в своем составе районы (или иные территориально-административные единицы), осуществляется выборка районов. В этих целях создается список районов. В случае наличия информации о численности в них населения, районы следует упорядочить по значениям численности населения, проживающего в районе.

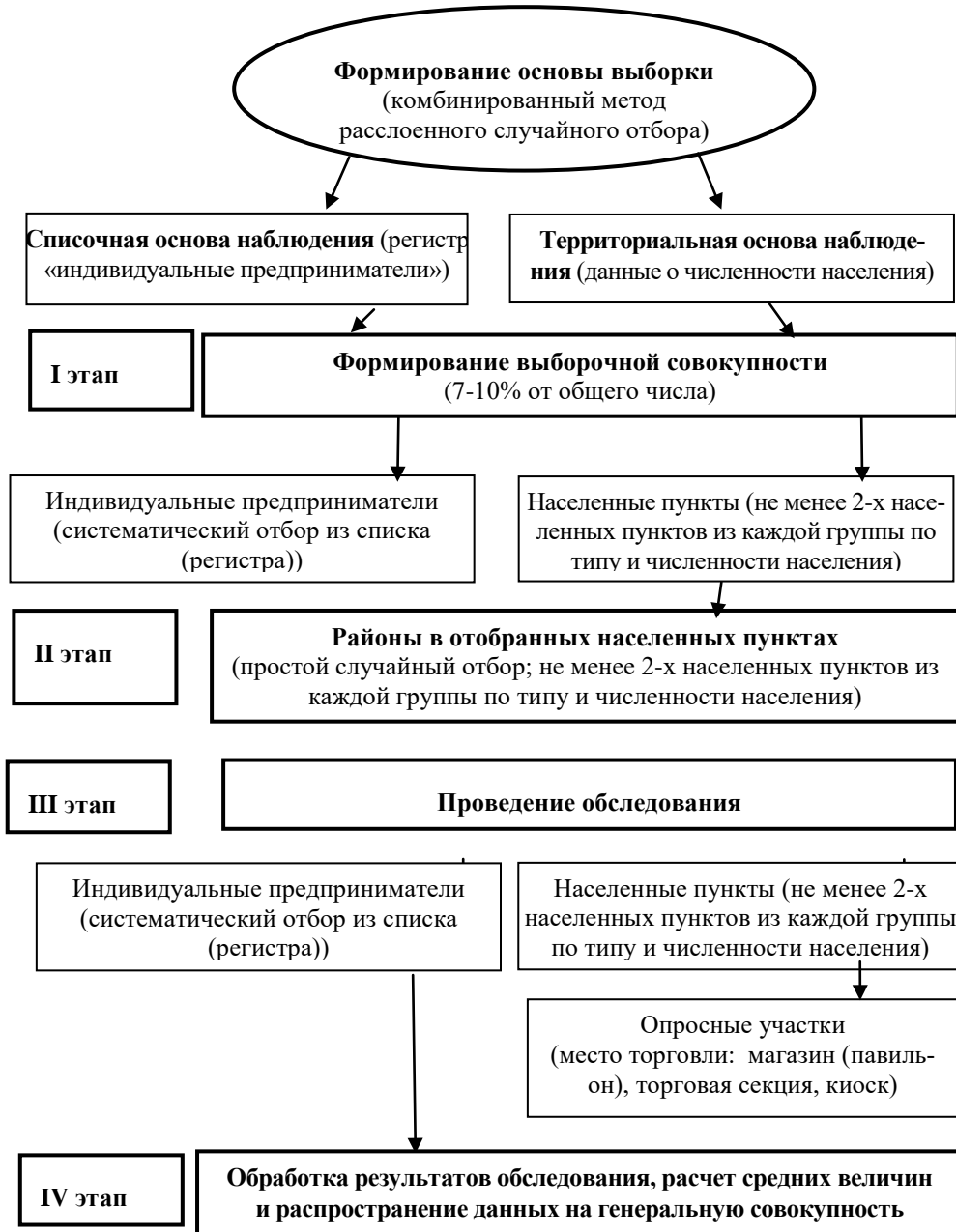
В каждой отобранной первичной единице (населенном пункте) осуществляется систематический отбор не менее двух районов из общего списка районов.

*На третьем этапе* отбора в каждом включенном в выборку районе создается список *опросных участков*. В целях образования территориальных единиц третьего этапа с приблизительно одинаковой численностью населения опросные участки могут укрупняться или разукрупняться. В качестве учетной единицы опросного участка выступает место торговли: магазин (павильон), торговая секция (в случае аренды торговой площади), киоск.

*Списочная основа наблюдения*, которую составляют индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в региональных разделах статистического регистра. При формировании *выборочной совокупности* из списочной основы для обеспечения приемлемой точности результатов должно производиться ее распределение по регионам, видам деятельности и доступной характеристике размера единиц, например, по обороту. Далее из распределенной и упорядоченной по назначениям основы отбора путем систематического извлечения формируется список единиц выборки, которые обследуются *по адресу проживания*.

Таблица 2.

**Схема проведения выборочного обследования индивидуальных предпринимателей в торговле**



В условиях отсутствия количественных признаков в базовом списке предпринимателей, для повышения точности распространенных результатов, предусматривается использовать уже обследованные единицы выборки, распространенные по величине оборота. Распространение на генеральную совокупность осуществляется с использованием данных группировки предпринимателей по средней величине оборота.

Основная причина применения *комбинированного метода* - возможность возместить недостатки каждой выборочной основы достоинствами другой. Так, обследование на основе *территорий* обеспечивает полноту охвата совокупности индивидуальных предпринимателей торговли, в то время как *списочная*, менее полная, но более эффективная в смысле точности результатов. Применение данного метода позволяет более эффективно применять модель случайной выборки, улучшить результаты обследования.

Общий объем выборки индивидуальных предпринимателей устанавливается на уровне страны и производится распределение его между выборками из *списочной* и *территориальной* основ.

Распространение данных каждой из выборок на генеральную совокупность производится по формуле:

$$Y_d = \sum_{k=1}^{n_d} W_k Y_k, \text{ где}$$

$Y_d$  - суммарный показатель обследования;  
 $d = T$  или  $d = c$  - индекс, обозначающий расчет по территориальной или списочной выборке;

$W_k$  - выборочный вес или фактор распространения, рассчитанный на стадии планирования отбора;

$Y_k$  - значение признака  $k$  - ой единицы.

Итоговая оценка по выборке суммарного значения переменной ( $Y$ ) (например, оборот - всего), рассчитывается как средняя из полученных оценок по формуле:

$$Y = \frac{Y_c + Y_T}{2}, \text{ где}$$

$Y$  - итоговый распространенный показатель обследования;

$Y_c$  - компонент оценки показателя ( $Y$ ), рассчитанный по единицам наблюдения списочной части обследования;

$Y_T$  - компонент оценки показателя ( $Y$ ), рассчитанный по единицам территориальной части обследования.

Полученные распространенные показатели обследования проверяются на точность, используя величину дисперсии каждой из компонентов итоговой выборки.

*Оценка среднего месячного оборота одного предпринимателя* производится с использованием данных обследования о средней месячной выборке: по выборке из списка и по данным территориальной выборки. Эти значения должны быть близки. Существенное превышение оценки среднего оборота по данным территориальной выборки значения оборота, полученного по данным выборки из регистра, свидетельствует о занижении предпринимателями при опросе по месту жительства значений количественных показателей, характеризующих объемы их деятельности. В качестве итоговой величины среднего оборота целесообразно принимать значение, полученное по территориальной выборке. Таким образом, имея генеральную совокупность индивидуальных предпринимателей, реализующих товары за пределами рынков, и среднемесячный оборот в расчете на одного предпринимателя, получаем *оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей, реализующих товары вне рынка.*

Для расчета общего объема оборота торговли индивидуальных предпринимателей (ИП) по месяцам используются данные о среднемесячном обороте розничной торговли (по основному виду деятельности) в расчете на одного обследованного предпринимателя и динамика оборота розничной торговли малых предприятий. Расчет производится по следующей формуле:

$$V_{ип} = (R_{ср} * Tр.с * Ч_{ип}) * (1 + K_{ип}), \text{ где}$$

$V_{ип}$  - оборот розничной торговли индивидуальных предпринимателей в отчетном месяце;

$R_{ср}$  – среднемесячный оборот розничной торговли в расчете на одного обследованного предпринимателя, например, по данным формы отчетности за август предшествующего отчетному году;

$Tр.с$  – темп роста (снижения) объемов оборота розничной торговли малыми предприятиями в отчетном месяце по сравнению с августом прошлого года;

$Ч_{ип}$  – количество индивидуальных предпринимателей в розничной торговле;

$K_{ип}$  – коэффициент досчета объема оборота торговли по индивидуаль-

ным предпринимателям вне территории рынка, зарегистрированным по видам деятельности “розничная торговля” (КДЕС код 47), кроме “розничной торговли на рынках” (КДЕС код 47.89.2) на объем продажи индивидуальными предпринимателями по видам деятельности “розничная торговля автомобилями, мотоциклами, их деталями, моторным топливом” (КДЕС, по кодам 45.11.2, 45.19.2, 45.32.0, 45.40.2).

Сведения о числе ИП в розничной торговле в течение года уточняются, что приводит к изменению общего объема розничной торговли, которое осуществляется в соответствии с действующим регламентом.

### **III. Методология учета продажи товаров на розничных рынках (неформальный сектор)**

*Неформальный сектор* представляет собой экономическое понятие, трактовка которого в разных странах имеет определенные особенности.

Его размеры и значимость могут зависеть от социальных структур, национальной и местной экономической политики и правоприменительных мер, принимаемых в той или иной стране.

Наблюдение за розничной продажей потребительских товаров отдельными гражданами (физическими лицами) в специально отведенных для торговли местах – *на розничных рынках (включая ярмарки)* – осуществляется на основе выборочных обследований (*с месячной или квартальной периодичностью*), проводимых органами государственной статистики.

Инструментарий по учету продажи потребительских товаров на розничных рынках состоит из:

- форм статистического наблюдения за числом торговых мест на розничных рынках и фактическим их использованием (полугодовой или годовой периодичности);

- бланка (блокнота) регистрации продажи товаров и цен на розничных рынках. Их может быть несколько в зависимости от специализации торговли рынков. Например, Росстатом утверждено семь таких блокнотов регистрации – для рынков по продаже продуктов питания, радио- и электробытовой техники, строительных материалов, универсальных, вещевых, сельскохозяйственных, сельскохозяйственных кооперативных рынков.

Перечень рынков выборочной совокупности является базовым, т.е. по-

стоянным, однако, он может дополняться или изменяться в силу возникновения социально-экономических изменений в регионе, для получения реальных показателей.

Для расчета объемов продажи на розничных рынках используются следующие *статистические показатели*:

- среднемесячная продажа в расчете на одно торговое место;
- количество фактически используемых торговых мест;
- число дней работы рынков в отчетном месяце.

В круг обследуемых на рынке торговых мест входят места, отведенные для торговли товарами физическим лицам (индивидуальным предпринимателям и частным лицам). При этом выборочное наблюдение не распространяется на торговые места, отведенные юридическим лицам. Торговый оборот этих хозяйствующих субъектов учитывается в режиме обследования крупных и малых предприятий. Также не включаются в выборочное наблюдение рынки, специализирующиеся на мелкооптовой и оптовой торговле потребительскими товарами. На некоторых рынках осуществляется продажа товаров индивидуальным потребителям и физическим лицам для последующей переработки или перепродажи. В целях исключения двойного учета в розничной торговле объем этих продаж не должен учитываться в обороте рынков.

Объем выборки торговых мест для обследования должен составлять не менее 5% от общего количества торговых мест на рынках.

Обследование рынков рекомендуется проводить как в столицах государств, так и региональных центрах, других городах на специально отведенных для торговли площадях, с учетом условий географической репрезентативности при выборке единиц совокупности.

Сведения о количестве торговых мест на розничных рынках и числе дней их работы определяются на основании действующих форм статистического наблюдения или по данным запроса у администрации рынка.

*Торговые места на рынках предоставляются всем гражданам, оплатившим их.* С торгующих на рынке взимается разовый сбор в установленном администрацией рынка размере, согласованном с администрацией региона. Сумма разового сбора должна вноситься в кассу рынка или контролеру с выдчей плательщику квитанции установленного образца и ежедневно фиксиру-



ется в книге кассира-операциониста.

В каждом регионе целесообразно отобрать 1-2 рынка с наибольшим количеством торговых мест (в крупных городах число рынков целесообразно увеличить), по типам (специализации) из которых один вещевой (универсальный), один (если таковой имеется) специализированный по продаже отдельных товаров (автозапчастей, радио- и электробытовой техники, строительных материалов и т.п.). Обследование в условиях квартальной периодичности рекомендуется проводить дважды во втором месяце наблюдаемого квартала (т.е. по два дня в феврале, мае, августе и ноябре).

Число дней обследования определяется статорганами на месте, при этом необходимо, чтобы среди них были предусмотрены как будние, так и выходные дни.

На основании визуального наблюдения устанавливается перечень товаров, реализуемых на рынках, затем отбираются основные группы товаров, предлагаемые наибольшим числом продавцов.

Сбор данных в ходе наблюдения осуществляется экспедиционным способом, предполагающим проведение опросов методом личного интервью.

Наблюдение за объемами продажи товаров на рынках проводится в несколько этапов.

На *первом этапе* на наблюдаемом рынке собирается информация о количестве и цене проданных товаров по каждому опрошенному продавцу. Регистрация продажи по товарным группам осуществляется с использованием блокнота регистрации по соответствующей специализации рынка, а также терминалов (мини-компьютеров) для сбора данных о продаже и ценах.

На каждом из рынков выборочным обследованием охватывается 2-3 торгующих каждым товаром, которые являются базовыми единицами.

На *втором этапе* определяется продажа по каждому продавцу и в целом по рынку. Расчет производится в следующем порядке: сначала рассчитывается оборот по каждому продавцу путем суммирования выручки от продажи каждого наименования товара. Выручка от продажи по товарам определяется умножением количества проданного товара на цену за единицу товара. Затем для получения продажи в целом по рынку данные по объему оборота по каждому торгующему суммируются.

На *третьем этапе* рассчитывается однодневный объем продажи одним продавцом на обследуемом рынке по следующему алгоритму:

$$V_{sr} = \frac{Vr}{Kr}, \quad \text{где}$$

$V_{sr}$  – однодневный объем продажи одним продавцом;

$Vr$  – суммарный однодневный объем продажи товаров продавцами, участвовавшими в наблюдении;

$Kr$  – количество опрошенных продавцов.

Расчет однодневного объема продажи одним продавцом осуществляется с учетом объемов продажи товаров в будние и выходные дни и числа будних и выходных дней торговли рынка, отобранного для наблюдения.

Количество рынков и данные о суммарном количестве торгующих на них мест (т.е. о человеко-днях торговли) определяется на основании действующих форм статистического наблюдения или запроса у администрации рынка. Кроме того, сведения о наличии рынков и торговых мест на них ежеквартально корректируется на процент фактического использования торговых мест. В случае отсутствия у администрации рынков такого учета, число торгующих можно определить расчетным путем как частное от деления суммы разового сбора за месяц на стоимость одного торгового места.

На *четвертом этапе* рассчитываются объемы продажи на розничных рынках по следующему алгоритму:

$$V_p = \sum_i W_{iter} * M_{in} * D_n, \quad i = 1, 2, \dots, 150, \quad \text{где}$$

$V_p$  - объемы продажи на розничных рынках в отчетном месяце;

$W_{i\ ter}$  – однодневный объем продажи одним продавцом товара «i» на территории «ter»;

$M_{i\ n}$  – количество торговых мест по продаже товара «i» на «n-ом» рынке;

$D_n$  – количество дней торговли «n-го» рынка.

Данные обследования (однодневный объем продажи одним продавцом) распространяется на месяцы, в которых рынки не наблюдаются (данные за  
*Статкомитет СНГ* *«Статистика СНГ»*

---

февраль - на март и апрель; за май - на июнь и июль; за август - на сентябрь и октябрь; за ноябрь - на декабрь и январь следующего года). В расчет в эти месяцы принимается суммарное число торгующих (человеко-дней торговли), сложившееся именно в эти месяцы. При этом необходимо учитывать изменение цен: средний оборот одного продавца корректируется на индекс цен на потребительские товары отчетного месяца к предыдущему месяцу.

В случае, когда обследование розничных рынков не представляется возможным провести, однодневный объем продажи одним продавцом можно получить по данным налоговых служб о суммарном валовом доходе и количестве физических лиц, отчитывающихся налоговой службе по торговозакупочному виду деятельности. Полученная выручка должна быть скорректирована на индекс цен на потребительские товары отчетного периода к периоду, за который получены данные налоговой службы.

Скорректированная на индекс цен на потребительские товары выручка одного торгующего физического лица затем умножается на суммарное число торгующих в отчетном месяце на рынках (число человеко-дней).

#### **IV. Определение объемов ненаблюдаемой экономики в розничной торговле**

В странах СНГ оценки ненаблюдаемой экономики (ННЭ) производятся в контексте составления национальных счетов с целью обеспечения полноты охвата валового внутреннего продукта (ВВП) и его компонентов.

Виды деятельности, которые, вероятней всего, будут ненаблюдаемыми, можно разбить на следующие группы:

- теневые;
- незаконные, в неформальном секторе;
- осуществляемые домашними хозяйствами для их собственного конечного использования.

Виды деятельности могут также оказаться неучтенными вследствие недостатков в программе сбора основных статистических данных. Эти группы видов деятельности называются *проблемными областями*. В совокупности виды деятельности, не отраженные в основных данных вследствие их принад-

лежности к одной или нескольким из указанных проблемных областей, по определению называются ненаблюдаемой экономикой (ННЭ). Таким образом, измерение ННЭ связано с действиями по двум направлениям:

- совершенствование непосредственного измерения с помощью программы сбора данных, которое приводит к уменьшению числа ненаблюдаемых видов деятельности, а, следовательно, и к уменьшению неизмеренных видов деятельности;

- совершенствование косвенного измерения, в результате чего уменьшается число неизмеренных видов деятельности.

В Руководстве по измерению ненаблюдаемой экономики содержится следующая классификация ННЭ по типам:

- *ненаблюдаемая деятельность по статистическим причинам*: непредставление отчетности, неполный охват предприятий из-за недостатков в ведении их регистров, неполный охват предприятий, не попадающих в регистры и в программы регулярных обследований из-за малого размера или из-за того, что они недавно образовались;

- *ненаблюдаемая деятельность по экономическим причинам*: преднамеренное искажение предприятиями отчетных данных, преднамеренная нерегистрация предприятий, деятельность неформального сектора, незаконная деятельность, другие виды ненаблюдаемой деятельности.

Оценка *неформального сектора* освещается в разделе III «Методология учета продажи товаров на розничных рынках».

**Связь между проблемными областями ННЭ и проблемами статистического измерения представлена на следующей схеме:**



#### IV. 1. Статистические причины наличия «теневой экономики»

Основным результатом непредставления отчетности является искажение, которое вносится в статистический показатель оборота, если оборот всех единиц, не представивших отчетность, принимается равным нулю.

Если предприятие не представило статистическую отчетность и при этом есть основания предполагать, что оно осуществляет деятельность, то с помощью специальных математических методов моделируются неполученные данные («восстанавливаются» ответы).

Рекомендуется применять *метод заполнения по среднему в слое*. Значения признаков замещаются соответствующими средними значениями по ответившим единицам в данном слое или виде деятельности по КДЕС.

Таким образом, информацией для оценки раздела ННЭ по причине непредставления отчетности являются *данные от аналогичных предприятий* (предприятий аналогичных по виду деятельности и размерности, представивших отчеты); *данные регистра* и *отраслевого каталога* – о количестве предприятий, не представивших отчеты.

Причиной отсутствия регистрации производственных единиц, ошибочное наличие или отсутствие единиц в регистре, а также неверная классификация зарегистрированных единиц является то, что из статистических или административных источников не поступает соответствующая актуализирующая информация или она является ошибочной. Данная ситуация может объясняться, прежде всего, скоротечностью жизненного цикла предприятий торговли.

Таким образом, неактуальная информация может сложиться по причине имеющихся в регистре ошибочных данных о виде экономической деятельности предприятия.

Предприятия могут быть полностью незарегистрированными в источниках данных по статистическим причинам и не потому, что они пытаются скрыть свое существование от властей. Например, это может происходить вследствие быстрого кругооборота предприятий, являющегося распространенной проблемой в странах, в которых доля малых производственных единиц особенно высока, или вследствие отсутствия адекватного законодательства. В

силу установленных налоговых законодательных норм малым предприятиям экономически выгодно работать по упрощенной системе декларирования, либо регистрироваться в качестве индивидуальных предпринимателей. Поэтому органам статистики важно косвенное измерение деятельности этих предприятий.

#### **IV. 2. Экономические причины наличия «теневого экономики»**

Наряду со статистическими причинами, наличие теневой экономики обусловлено и экономическими причинами.

Даже если все единицы включены в рамки обследования, проблемой все равно остается занижение отчетных данных. Чаще всего это происходит из-за того, что для целей налогообложения респондент занижает доход, либо завышает издержки производства или занижает прибыли, решая при этом подделывать статистическую отчетность.

Аналитическая основа статистики рассматривает данный тип ННЭ, как возникающий по экономическим причинам.

После определения объема розничной торговли крупных, средних и малых предприятий, устанавливается объем занижения товарооборота из-за его сокрытия торговыми предприятиями. Рассмотрим разновидности методов, используемых для расчета скрытой (заниженной деятельности).

I. Объемы скрытой (заниженной) деятельности можно определить путем проведения специальных выборочных обследований для расчета данных об уровнях торговой наценки в организациях розничной торговли. Например, на основании обследования конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле (форма Росстата № 1-конъюнктура). Информацию предоставляют юридические лица (кроме микропредприятий) с основным видом деятельности «розничная торговля» (ежеквартально). Анкета обследования содержит качественные показатели оценки руководителями торгующих организаций розничной торговли различных аспектов их экономической деятельности. В анкете обследования включены следующие вопросы:

а) вопросы о среднем сложившемся (фактическом) уровне торговой наценки (в % к стоимости проданных товаров); ответы устанавливаются ин-

тервалами от «до 5%» до «свыше 70%»;

б) вопросы о среднем уровне торговой наценки (в процентах к стоимости проданных товаров), который был бы достаточным, по мнению руководителей, для возмещения затрат (издержек обращения) и получения прибыли (ответы устанавливаются интервалами от «до 5%» до «свыше 70%»).

Процент сокрытия определяется как разность между сложившимся и ожидаемым уровнями торговой наценки. Значение процента сокрытия не меняется в течение года.

II. При определении объема сокрытия (занижения) оборота розничной торговли используется метод аналогии – через последовательные сопоставления объема розничной торговли с рядом известных параметров.

Это можно сделать путем сопоставления динамики сопряженных показателей в статистической и бухгалтерской отчетности:

- оборота розничной торговли и удельного веса себестоимости реализации товаров (покупной стоимости товаров) в выручке от реализации товаров;
- оборота розничной торговли и удельного веса издержек обращения (коммерческих и управленческих расходов) в выручке от реализации товаров.

Предполагается, что динамика указанных показателей при их достоверности должна быть близка.

Объемы уличной торговли в неустановленных местах (вдоль транспортных магистралей, около магазинов, рынков и других мест возможного скопления людей) незарегистрированных хозяйствующих субъектов (кроме торговли на розничных рынках и ярмарках) и нелегальной торговли оцениваются при расчете валового выпуска торговли и не учитываются при формировании показателя «оборот розничной торговли».

## **V. Методология расчета индекса физического объема оборота розничной торговли**

Видное место в системе анализа динамики оборота розничной торговли (далее оборота) принадлежит индексному методу.

Динамика оборота измеряется двумя индексами:

- индекс стоимостных объемов оборота (в текущих ценах);
- индекс физического объема оборота (в постоянных ценах).

Индекс стоимостных объемов оборота в текущих ценах характеризует

изменение объемов оборота за счет двух факторов – изменения цен и изменения количества проданных товаров. Определяется этот индекс простым сравнением во времени суммы оборота отчетного периода с суммой оборота базисного периода в текущих ценах, т.е.:

$$I = (O_1 / O_o \times 100), \text{ где}$$

$O_1, O_o$  – обороты розничной торговли соответственно за отчетный и базисный периоды в текущих ценах.

В физическом выражении индекс оборота розничной торговли рассчитывается путем дефлятирования текущей стоимости оборота с помощью индекса потребительских цен на товары (ИПЦ). *Индекс физического объема* оборота показывает, как меняется оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния изменения цен.

Для расчета индекса физического объема оборота розничной торговли сравниваются обороты отчетного и базисного периодов в постоянных ценах, т.е. в ценах одного и того же периода, принятого в качестве базисного периода:

$$I_{\text{фo}} = (O_1 / I_d \times 100) / O_o, \text{ где}$$

$I_{\text{фo}}$  – индекс физического объема оборота розничной торговли;

$O_1, O_o$  – обороты розничной торговли соответственно за отчетный и базисный периоды в текущих ценах;

$I_d$  – индекс - дефлятор оборота розничной торговли.

В аналитических целях целесообразно осуществлять переоценку оборота розничной торговли по отдельным товарным группам, сформированным в соответствии с Классификацией индивидуального потребления по целям (КИПЦ), используя индексы потребительских цен в качестве дефляторов для соответствующих товарных групп. Для данного расчета используются ИПЦ, исчисленные в среднем за отчетный период (месяц, квартал, полугодие и т.д.). Ниже приведены основные группировки товаров по классификации КИПЦ, рекомендуемые для расчета индекса физического объема оборота розничной торговли.



Код классификационный	Наименование товаров
<b>01.</b>	<b>Продукты питания и безалкогольные напитки</b>
<b>01.1</b>	<b>Продукты питания</b>
01.1.1	Хлебобулочные изделия и крупы (НД)
01.1.2	Мясо (НД)
01.1.3	Рыба и морепродукты (НД)
01.1.4	Молочные изделия, сыр и яйца (НД)
01.1.5	Масла и жиры (НД)
01.1.6	Фрукты (НД)
01.1.7	Овощи (НД)
<b>01.2</b>	<b>Безалкогольные напитки</b>
<b>02.</b>	<b>Алкогoльные напитки, табачные изделия и наркотики</b>
<b>02.1</b>	<b>Алкогoльные напитки</b>
02.1.1.0	Спиртные напитки (НД)
02.1.2	Вино (НД)
02.2.0	Табачные изделия (НД)
<b>03.</b>	<b>Одежда и обувь</b>
<b>03.1</b>	<b>Одежда</b>
03.1.2	Верхняя одежда и белье (ПД)
<b>03.2</b>	<b>Обувь</b>
03.2.1.1	Мужская обувь
03.2.1.2	Женская обувь
03.2.1.3	Обувь для детей 14-лет

Условные обозначения:

НД – товары недлительного пользования;

ПД – товары полудлительного пользования;

Д – товары длительного пользования.

## Заключение

Методологические рекомендации по статистическому наблюдению за оборотом розничной торговли подготовлены в связи с необходимостью совершенствования определений, классификаций и методологии статистического наблюдения за розничной торговлей, вызванной, прежде всего, появлением новых форм торговли, новых путей реализации товаров населению, расширением круга хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в розничной торговле, внедрением в статистическую практику национальных классификаторов видов экономической деятельности, возросшей потребностью национальных статистических служб в использовании современного международного опыта.

В документе дано международное определение розничной торговли: «Розничная торговля - перепродажа (продажа без видоизменения) новых или бывших в употреблении товаров населению для личного потребления или домашнего использования».

Показателем, используемым для статистического наблюдения за состоянием розничной торговли, является оборот розничной торговли, в общем виде представляющий собой выручку от реализации товаров.

Основное содержание документа – это возможные и целесообразные методологические подходы формирования объема оборота розничной торговли на основе всех каналов реализации товаров населению независимо от форм собственности, организационно-правовых форм, ведомственной принадлежности:

- юридическими лицами, для которых розничная торговля является основной деятельностью;
- юридическими лицами, для которых этот вид деятельности не основной;
- индивидуальными предпринимателями, осуществляющими торговлю вне территории рынков;
- физическими лицами, осуществляющими продажу на розничных рынках.

В документе указывается, что при формировании статистической информации об обороте розничной торговли используется сплошное наблюдение (учет) и выборочное наблюдение объектов с последующими дорасчетами, уточнениями.

Обозначены основные методологические принципы статистического наблюдения за субъектами малого и среднего предпринимательства торговли на основе выборочных обследований, с применением методов математической статистики.

Отмечено, что интегрирующей основой при сборе отчетности, как это принято в мировой практике, является Статистический регистр хозяйствующих субъектов.

Изложены методологические принципы статистического наблюдения за деятельностью индивидуальных предпринимателей с применением комбинированного метода расслоенного случайного отбора. Формирование осуществляется на основе двухэтапного отбора (списочной и территориальной выборок).

Определены основные направления организации статистического наблюдения за объемами продажи на розничных рынках.

Приведены возможные варианты оценки объемов по ненаблюдаемой «теневой» экономике в розничной торговле.

В документе приведены рекомендуемые подходы к расчету индексов физического объема оборота розничной торговли с использованием при этом индекса-дефлятора.

Подводя итоги, обозначим основные направления совершенствования статистического наблюдения за оборотом розничной торговли:

- система статистики должна ориентироваться на выборочные наблюдения, поскольку они характеризуются высоким уровнем оперативности информационного обеспечения.
- обеспечение согласованности подходов к организации и совершенствованию статистического наблюдения за оборотом розничной торговли;
- выявление общих критериев достоверности и объективности данных статистического учета;
- учет национальных особенностей статистического наблюдения в странах Содружества;
- наличие заинтересованности стран в разработке единого подхода к организации наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность вне рынка, физических лиц.

**Перечень использованных сокращений**

<i>NACE, Rev.2</i> <i>(КДЕС)</i>	классификация видов экономической деятельности в Европейском экономическом сообществе (редакция 2)
<i>CPA 2008</i> <i>(КПЭС)</i>	классификация продукции по видам экономической деятельности в Европейском экономическом сообществе
<i>ЭДИ</i>	электронные системы обмена данными
<i>ИП</i>	индивидуальные предприниматели
<i>ННЭ</i>	ненаблюдаемая экономика