Понятия и определения. Основные показатели статистики оптовой и розничной торговли и общественного питания[1)]

Оборот оптовой торговли – выручка от реализации товаров, приобретенных ранее на стороне в целях перепродажи, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям для профессионального использования (переработки или дальнейшей продажи).

Оборот оптовой торговли включает данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других видов деятельности, осуществляющих оптовую торговлю.

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.

Индекс физического объема оборота оптовой торговли – совокупное изменение товарной массы в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом, показывает, как изменился оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния цен в сопоставимых ценах.

Оборот розничной торговли – выручка 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 (что также учитывается как продажа за наличный расчет), по поручению физического лица без открытия счета, посредством платежных карт.

Стоимость товаров, проданных (отпущенных) отдельным категориям населения со скидкой, или полностью оплаченных органами социальной защиты, включается в оборот розничной торговли в полном объеме. В оборот розничной торговли не включается стоимость товаров, проданных (отпущенных) из розничной торговой сети юридическим лицам (в том числе организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям, и оборот общественного питания. Оборот розничной торговли включает данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других видов деятельности, осуществляющим продажу товаров населению через собственные торговые заведения, или с оплатой через свою кассу.

Оборот розничной торговли также включает стоимость товаров, проданных населению индивидуальными предпринимателями и физическими лицами на розничных рынках и ярмарках.

Приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

Индекс физического объема оборота розничной торговли – относительный показатель, характеризующий изменение объема продажи товарной массы (количественного фактора оборота) в текущем периоде по сравнению с базисным в сопоставимых ценах. Индивидуальные индексы отражают изменение объема продажи одного товара, общий (сводный) индекс физического объема оборота характеризует совокупные изменения товарной массы. Этот индекс показывает, как изменился оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния динамики цен.

Оборот розничной торговли **в расчете на душу населения** – отношение оборота розничной торговли на среднегодовую численность населения.

Объем всех реализованных продовольственных товаров в розничной торговле - показатель оборота розничной торговли продовольственными товарами, исчисляемый в фактических ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и иные обязательные платежи. Формируется без учета объема скрытой деятельности в границах муниципального района, городского округа в соответствии с постановлением Правительства РФ от 4 мая 2010 г. N 305. Товарные запасы – товары, пребывающие в сфере товарного обращения.

Товарные запасы призваны обеспечивать непрерывность нормального процесса обращения товаров, страховать непредвиденные перерывы в поступлении товаров. Размер товарных запасов зависит от объема товарооборота и от сбалансированности предложения и спроса.

Оборот общественного питания – оборот ресторанов, баров, кафе, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций, осуществляющих поставку продукции общественного питания. Включает выручку от продажи собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки населению для потребления, главным образом, на месте, а также организациям и индивидуальным предпринимателям для организации питания различных контингентов населения.

В оборот общественного питания включается стоимость кулинарной продукции и покупных товаров, отпущенных: работникам организаций с последующим удержанием из заработной платы; на дом по заказам населения; на рабочие места по заказам организаций и индивидуальных предпринимателей; транспортным организациям в пути следования сухопутного, воздушного, водного транспорта; для обслуживания приемов, банкетов и т. п.; организациями общественного питания организациям социальной сферы (школам, больницам, санаториям, домам престарелых и т.п.) в объеме фактической стоимости питания; по абонементам, талонам и т.п. в объеме фактической стоимости питания; учащимся школ за счет родительской платы, а также в столовых школ, техникумов, высших учебных заведений и других образовательных учреждений за наличный расчет. Оборот общественного питания включает данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других видов деятельности, осуществляющим продажу населению кулинарной продукции и покупных товаров для потребления, главным образом, на месте через собственные заведения общественного питания.

Оборот общественного питания приводится в фактических продажных ценах, включающих наценку общественного питания, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

Индекс физического объема общественного питания определяется путем сопоставления величины оборота в сравниваемых периодах в сопоставимых ценах.

Относительный показатель оборота общественного питания **в расчете на душу населения** – отношение абсолютного значения оборота общественного питания на среднегодовую численность населения.

Розничный рынок – имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющий в своем составе торговые места.

Рынки подразделяются по специализации:

- **по продаже продовольственных товаров** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи продуктов питания и безалкогольных напитков.

- **по продаже радио- и электробытовой техники** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи бытовой техники, аудио-, видео-, радио-, фото и телеаппаратуры, вычислительной техники.
- **по продаже строительных материалов** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи материалов, изделий, оборудования, инвентаря для строительства и ремонта.
- **вещевой** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи одежды, обуви, мебели, ковров и ковровых изделий, посуды, моющих, чистящих средств и других товаров бытовой химии, парфюмерно-косметических товаров, ювелирных украшений, канцелярских принадлежностей.
- **сельскохозяйственный рынок** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи сельскохозяйственной продукции в соответствии с перечнем, определенным Правительством Российской Федерации.
- **сельскохозяйственный кооперативный рынок** – сельскохозяйственный рынок, управление которым осуществляется управляющей рынком компанией, зарегистрированной в соответствии с законодательством Российской Федерации в форме сельскохозяйственного потребительского кооператива, и на котором осуществляется продажа сельскохозяйственной продукции в соответствии с перечнем, определенным Правительством Российской Федерации.
- **прочий** – специализированный рынок, на котором 80% и более торговых мест отведено для осуществления продажи инструментов и оборудования для дома и сада, запасных частей и принадлежностей для ремонта и технического обслуживания личных транспортных средств, зоологических товаров (домашних животных, птиц, аквариумных рыбок, принадлежностей для их содержания и кормов).

Торговое место - место на рынке (в том числе павильон, киоск, палатка, лоток), специально оборудованное и отведенное управляющей рынком компанией, используемое для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) и отвечающее требованиям, установленным органом государственной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого находится рынок, и управляющей рынком компанией.

Ярмарка – мероприятие, имеющее временный характер и организуемое вне пределов розничных рынков в целях повышения доступности товаров для населения, поддержки российских производителей товаров, реализации межправительственных и межрегиональных соглашений в области торговоэкономического сотрудничества. Ярмарки могут проводиться исполнительными органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Торговое место на ярмарке – специально оборудованное на площадке ярмарки место, представляемое организатором ярмарки участнику ярмарки для осуществления им деятельности по продаже товаров.

Ярмарки подразделяются на типы:

- **универсальная** – ярмарка с широкой номенклатурой предлагаемых продовольственных (включая продукцию сельскохозяйственного производства) и непродовольственных товаров; из числа универсальных ярмарок выделяются ярмарки выходного дня;

- **ярмарка выходного дня** (праздничная) – ярмарка, организуемая в целях дополнительного обеспечения населения товарами в выходные и праздничные дни;
- **специализированная ярмарка по продаже в основном продовольственных товаров** – ярмарка, на которой большая часть торговых мест выделяется для продажи продовольственных товаров широкого ассортимента или одного вида;
- **специализированная ярмарка по продаже в основном непродовольственных товаров** – ярмарка, на которой большая часть торговых мест выделяется для продажи непродовольственных товаров широкого ассортимента или одного вида (например, ярмарка школьных товаров, садоводческая ярмарка, меховая ярмарка, ярмарки для реализации произведений декоративно-прикладного искусства (ремесел) и художественного творчества и т.п.);
- **специализированная ярмарка прочая** – ярмарка, на которой большая часть торговых мест выделяется для продажи инструментов для сада, саженцев, семян и пр. (садоводческие ярмарки), зоологических товаров (домашних животных, птиц, аквариумных рыбок, принадлежностей для их содержания и кормов).

[1)] Официальная статистическая методология по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли предоставлена на официальном сайте Росстата (https://rosstat.gov.ru/Главная страница/Статистика/Официальная статистика/ Розничная торговля и общественное питание/Методология).