**Оборот розничной торговли**

**Оборот розничной торговли** - выручка от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физического лица без открытия счета, посредством платежных карт и электронных денег.

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.

Оборот розничной торговли формируется по данным сплошного федерального статистического наблюдения за организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, выборочных обследований малых предприятий розничной торговли (за исключением микропредприятий), розничных рынков, которые проводятся с месячной периодичностью, а также ежегодных выборочных обследований индивидуальных предпринимателей и микропредприятий с распространением полученных данных на генеральную совокупность объектов наблюдения.

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

Оборот розничной торговли 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 оборота розничной торговли в сравниваемых периодах в сопоставимых ценах.

Товарные запасы в розничной торговле

Учитываются запасы товаров, предназначенные для продажи населению и находящихся на складах (и др. местах хранения) организаций с основным видом деятельности «розничная торговля». Запасы товаров отражаются по продажным ценам (включающим наценку, НДС и другие аналогичные обязательные платежи).

Обеспеченность оборота розничной торговли товарными запасами отражает число дней торговли, на которое хватит товарных запасов до момента их полного использования. Рассчитываются как отношение объема товарных запасов в организациях с основным видам деятельности «розничная торговля» на однодневный оборот розничной торговли этих организаций. При этом учитываются запасы товаров по всем местам хранения товаров (на складах, складах-холодильниках, в магазинах), включая арендованные. Не включаются в объем товарных запасов в розничной торговле товары, принятые от населения на комиссию.

Оборот общественного питания

**Оборот общественного питания** - выручка 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.

Данные об обороте общественного питания предоставляют как организации общественного питания (например, столовые, кафе, рестораны, бары, закусочные), так и организации других видов деятельности, если они осуществляют продажу собственной кулинарной продукции или покупных товаров без кулинарной обработки для потребления на месте через заведения общественного питания, находящиеся на их балансе.

В оборот общественного питания включаются стоимость собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки, проданных (отпущенных):

* работникам организаций с последующим удержанием из заработной платы;
* по абонементам, талонам и тому подобным в объеме фактической стоимости питания;
* организациями общественного питания организациям социальной сферы (например, школам, больницам, санаториям, домам престарелых) в объеме фактической стоимости питания;
* на дом по заказам населения;
* на рабочие места по заказам организаций и индивидуальных предпринимателей;
* транспортным предприятиям в пути следования сухопутного, воздушного, водного транспорта;
* для обслуживания приемов, банкетов и тому подобных.

Оборот общественного питания формируется по данным сплошного федерального статистического наблюдения за организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, которое проводится с месячной периодичностью, ежеквартального выборочного обследования малых предприятий (за исключением микропредприятий), а также ежегодных выборочных обследований индивидуальных предпринимателей и микропредприятий с распространением полученных данных на генеральную совокупность объектов наблюдения. Оборот общественного питания приводится в фактических продажных ценах, включающих наценку общественного питания, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

Динамика оборота общественного питания определяется путем сопоставления величины оборота в сравниваемых периодах в сопоставимых ценах.

В соответствии с требованиями системы национальных счетов оборот общественного питания организаций досчитываются на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами.

**Индекс физического объема оборота общественного питания** – относительный показатель, характеризующий изменение оборота общественного питания в сравниваемых периодах в сопоставимых ценах.

**Объекты розничной торговли и общественного питания**

Информация о количестве объектов розничной торговли и общественного питания приводится на основе обработки итогов формы федерального статистического наблюдения
№ 1-ТОРГ(МО) «Сведения об объектах розничной торговли и общественного питания», предоставляемой органами местного самоуправления.

**Площадь торгового зала** (зала для обслуживания покупателей) – установочная площадь магазина (площадь торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей), площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей. В площадь торгового зала магазина не включается площадь для приема, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административно - бытовых помещений.

**Магазин** – стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеются торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения.

**Гипермаркет** – магазин с площадью торгового зала от 5000 м2, в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания.

**Супермаркет** (универсам) - магазин с площадью торгового зала от 400 м2, в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания. К супермаркетам также относятся магазины «Гастроном».

**Специализированный продовольственный магазин** – магазин, в котором осуществляется продажа товаров одной продовольственной группы или ее части («рыба», «мясо», «колбасы», «минеральные воды», «хлеб», «овощи-фрукты» и так далее).

**Специализированный непродовольственный магазин** - магазин, в котором осуществляется продажа товаров одной непродовольственной группы или ее части («одежда», «обувь», «ткани», «мебель», «книги», «зоотовары», «семена», «цветы» и так далее).

**Минимаркет** (магазины «Продукты») – предприятие розничной торговли, в котором с использованием методов самообслуживания и/или индивидуального обслуживания через прилавок осуществляют продажу продовольственных и/или непродовольственных товаров повседневного спроса узкого ассортимента, включающего ограниченное число разновидностей товаров.

**Универмаг** – магазин с совокупной площадью торговых залов от 3500 м2 в городском населенном пункте и от 650 м2 в сельском населенном пункте, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

**Прочие магазины** – предприятия розничной торговли, реализующие товары нескольких непродовольственных групп («Промтовары», «Все для дома», «Комиссионный магазин», «Секонд Хенд», «Сток», антикварные магазины, «Медтехника» и прочие). По этой строке также отражаются «Магазины-склады». В сельской местности к прочим магазинам относятся также торговые центры, в которые преобразованы бывшие розничные рынки.

**Торговый павильон** – нестационарный торговый объект, представляющий собой отдельно стоящее строение (часть строения) или сооружение (часть сооружения) с замкнутым пространством, имеющее торговый зал и рассчитанное на одно или несколько рабочих мест продавцов. Павильон может иметь помещения для хранения товарного запаса.

**Торговая палатка** – нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную прилавком легковозводимую сборно-разборную конструкцию, образующую внутреннее пространство, не замкнутое со стороны прилавка, предназначенный для размещения одного или нескольких рабочих мест продавцов и товарного запаса на один день торговли.

**Киоск** – нестационарный торговый объект, представляющий собой сооружение без торгового зала с замкнутым пространством, внутри которого оборудовано одно рабочее место продавца и осуществляется хранение товарного запаса. Данные о количестве передвижных палаток и киосков (по продаже кваса, кур- гриль, мороженого и т.п.), а также палаток и киосков, реализующих проездные билеты на все виды транспорта, не отражаются.

**Площадь зала обслуживания посетителей объекта общественного питания** –
площадь помещений и открытых площадок, используемая для организации общественного питания. Площади, недоступные для потребителей, не учитываются.

К **столовой** относится предприятие (объект) общественного питания, осуществляющее приготовление и реализацию с потреблением на месте разнообразных блюд и кулинарных изделий в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

**Закусочная –** предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров (например, шашлычная, котлетная, сосисочная, пельменная (вареничная), чебуречная, чайная, пирожковая, блинная, пончиковая, бутербродная, рюмочная).

**Ресторан** – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров.

**Кафе** - предприятие (объект) по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции, которое реализует фирменные, заказные блюда, кондитерские изделия, напитки.

**Бар** - предприятие (объект) питания, оборудованное барной стойкой и реализующее, в зависимости от специализации, алкогольные и/или безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, холодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Данные о розничных рынках и числе торговых мест на них приведены на основе итогов сплошного статистического наблюдения по форме № 3-рынок.

Данные о розничных рынках и числе торговых мест на них приведены в соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2006г. № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации».

**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.

Данные о ярмарках и числе торговых мест на них приведены на основе итогов сплошного статистического наблюдения по форме № 3-ярмарка.

**Ярмарка** – мероприятие, имеющее временный характер и организуемое вне пределов розничных рынков. Ярмарки могут проводиться органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

**Конъюнктура и деловая активность организаций розничной торговли**

Обследование деловой активности организаций розничной торговли представляет собой репрезентативное выборочное обследование, представительное по территориальному признаку, охватывающее все группы организаций по формам собственности и размеру.

**Индекс предпринимательской уверенности** - композитный индикатор, который рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок фактического экономического состояния, уровня складских запасов (берется с обратным знаком).