

ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держкомстату України
від 14 січня 2005 року № 15
зі змінами і доповненнями, внесеними
наказом Держкомстату України
від 9 жовтня 2006 року № 481

Методика визначення обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібною торгівлі

Київ – 2006

1. Загальні положення

1. Методика визначає порядок формування статистичної інформації про обсяги продажу товарів населенню за усіма каналами реалізації та загального обсягу обороту роздрібної торгівлі з урахуванням діяльності всіх суб'єктів господарювання (у тому числі фізичних осіб-підприємців), які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, та громадян.

Методика призначена для проведення розрахунків на державному та регіональному рівнях.

2. Визначення термінів, що застосовуються:

Суб'єкти господарювання – учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Суб'єктами господарювання є:

- господарські організації – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані у встановленому законом порядку;
- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці (далі – фізичні особи-підприємці).

Оборот роздрібної торгівлі – включає роздрібний товарооборот суб'єктів господарювання – юридичних осіб, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі, обсяги продажу споживчих товарів на ринках та фізичними особами-підприємцями.

Оборот ресторанного господарства – включає роздрібний товарооборот суб'єктів господарювання – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, які здійснюють діяльність з ресторанного господарства.

Роздрібний товарооборот – обсяг продажу споживчих товарів населенню через роздрібну торгову мережу та мережу ресторанного господарства суб'єктами господарювання – юридичними особами.

Організований ринок – суб'єкт господарювання, створений на відведеній за рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці і зареєстрований в установленому порядку, функціональними обов'язками якого є надання послуг та створення для продавців і покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються залежно від попиту і пропозицій. Продаж споживчих товарів на організованому ринку здійснюється суб'єктами господарювання та громадянами.

Неформальний ринок – продаж споживчих товарів громадянами, які офіційно не зареєстровані відповідно до закону як підприємці і здійснюють торгівлю споживчими товарами у непристосованих для цього місцях.

3. Основними напрямками статистичних досліджень та розрахунків щодо стану та тенденцій розвитку споживчого ринку є визначення:

- обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації;
- обороту роздрібної торгівлі;
- обороту ресторанного господарства.

Систему статистичних досліджень та розрахунків зі статистики роздрібної торгівлі та ресторанного господарства щодо стану та тенденцій розвитку споживчого ринку схематично представлено у Додатку 1.

За існуючою системою статистичних спостережень зі статистики роздрібної торгівлі та ресторанного господарства на споживчому ринку виділено такі основні канали реалізації товарів:

- продаж споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства;

- продаж споживчих товарів фізичними особами-підприємцями та громадянами, у тому числі:

- фізичними особами-підприємцями, що мають/орендують мережу роздрібною торгівлі та ресторанного господарства;
- громадянами на організованих ринках з продажу сільськогосподарських продуктів;
- громадянами на неформальних ринках.

4. Одиницями статистичних спостережень зі статистики роздрібною торгівлі та ресторанного господарства є:

- суб'єкти господарювання:

- юридичні особи, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, а також які мають ринки;
- фізичні особи-підприємці, що мають/орендують мережу роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, а також які мають ринки;

- фізичні особи-підприємці та громадяни, які здійснюють продаж споживчих товарів на організованих та неформальних ринках.

5. Джерелами статистичної інформації для проведення розрахунків є:

- дані державних статистичних спостережень (суцільних, вибіркових, переписів, одноразових, обстеження умов життя домогосподарств);
- адміністративні дані;
- оцінки та розрахунки.

6. Система позначень показників:

Позначення показника	Назва показника
1	2
<i>Про обсяги продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібної торгівлі</i>	
<i>T</i>	Обсяг продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації
<i>O_{p.m.}</i>	Оборот роздрібної торгівлі
<i>O_{p.z.}</i>	Оборот ресторанного господарства
<i>Про обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібної торгівлі та ресторанного господарства</i>	
<i>T_ю</i>	Обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібної торгівлі та ресторанного господарства (роздрібний товарооборот)
<i>T_{ю p.m.}</i>	Обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібної торгівлі
<i>T_{ю p.z.}</i>	Обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з ресторанного господарства
<i>Про обсяг продажу споживчих товарів фізичними особам-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства</i>	
<i>T_ф</i>	Обсяг продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства
<i>K_ф</i>	Коефіцієнт обсягу продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, у роздрібному товарообороті юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців
<i>T_{ф p.m.}</i>	Обсяг продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі
<i>T_{ф p.z.}</i>	Обсяг продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу ресторанного господарства
<i>Про обсяг продажу фізичними особами-підприємцями та громадянами на організованих ринках сільськогосподарської продукції</i>	
<i>T_{c/z}</i>	Обсяг продажу на організованих ринках сільськогосподарської продукції
<i>t_{c/z}</i>	Обсяг продажу сільськогосподарської продукції на ринках за вибіркоким колом міст за ф.ф. №№ А і 2
<i>K_{c/z}</i>	Коефіцієнт дорахунку обсягів продажу сільськогосподарської продукції до обсягів продажу на усіх ринках
1	2

<i>Про обсяг продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках</i>	
$T_{нф}$	Обсяг продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках
$K_{нф}$	Коефіцієнт обсягу продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках у загальному обсязі продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації

2. Статистичний облік обсягу продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства ($T_{ю}$)

1. Джерелами статистичної інформації про обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, є державні статистичні спостереження, які проводяться в установленому порядку відповідно до статистичної методології. Облік обсягу продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами проводиться органами державної статистики з використанням несуцільного вибіркового (ф. № 1-торг) та суцільного (ф. № 3-торг) методів спостереження.

2. Суцільне державне статистичне спостереження проводиться за формою № 3-торг, квартальна, річна “Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства”.

3. Несуцільне вибіркоче державне статистичне спостереження проводиться за формою № 1-торг, місячна “Звіт про товарооборот”.

4. Респондентами державних статистичних спостережень є:

- суб'єкти господарювання – юридичні особи, основним видом економічної діяльності яких за КВЕД є роздрібна торгівля та ресторанне господарство (коди за КВЕД – 50.10.2, 50.30.2, 50.40.2, 50.50.0, 52.1, 52.2, 52.3, 52.4, 52.5, 52.6, 55.3, 55.4, 55.5);

- суб'єкти господарювання – юридичні особи інших видів економічної діяльності, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства (коди другорядних видів діяльності за КВЕД – 50.10.2, 50.30.2, 50.40.2, 50.50.0, 52.1, 52.2, 52.3, 52.4, 52.5, 52.6, 55.3, 55.4, 55.5).

Перелік звітуючих одиниць формується на основі даних ЄДРПОУ та даних державного статистичного спостереження за формою № 1-підприємство “Звіт про основні показники діяльності підприємства”.

5. Обсяг продажу споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридичними особами визначається як обсяг роздрібного товарообороту за даними державних статистичних спостережень за ф. № 1-торг, місячна “Звіт про товарооборот” (ряд. 03) та ф. № 3-торг, квартальна, річна “Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства” (ряд. 101 розділу I та ряд. 131 розділу II).

6. Дані розробляються на регіональному і державному рівнях.

3. Статистичний облік обсягу продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства (T_{ϕ})

1. Джерелами статистичної інформації про обсяг продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства є:

- дані спеціального суцільного обстеження мережі роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям, проведеного органами державної статистики у вересні 2005р.;
- дані суцільного державного статистичного спостереження за формою № 1-торг (нафтопродукти) місячна "Про продаж світлих нафтопродуктів);
- дані інших державних статистичних спостережень;
- адміністративні дані місцевих органів виконавчої влади щодо розміщення об'єктів роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства;
- дані Державної податкової адміністрації;
- статистична інформація про діяльність суб'єктів малого підприємництва;
- оцінки і розрахунки.

2. Обсяги продажу товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства, визначаються за даними спеціального обстеження, проведеного органами державної статистики у вересні 2005р.

За його результатами на першому етапі визначаються обсяги продажу товарів зазначеними особами на державному та регіональному рівнях.

Обсяги продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають мережу роздрібно́ї торгівлі, розраховуються за формулою:

$$\dot{O}_{\delta\delta.\delta.} = \sum \overline{O}_{kji} \cdot Q_{kji}, \text{ де}$$

Q_{kji} – кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі за видом місця розташування, типами та видами їх спеціалізації;

\overline{T}_{kji} – середній розрахунковий обсяг продажу за даними обстеження на один об'єкт роздрібно́ї торгівлі за видом місця розташування, типами та видами їх спеціалізації;

k – вид місця розташування об'єктів роздрібно́ї торгівлі,

j – тип об'єктів роздрібно́ї торгівлі,

i – вид спеціалізації об'єктів роздрібно́ї торгівлі.

Аналогічно розраховуються обсяги продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають мережу ресторанного господарства, але без визначення їх місць розташування та спеціалізації:

$$T_{\delta\delta.\bar{a}.} = \sum \bar{O}_h \cdot Q_h, \text{ де}$$

\bar{T} – середній розрахунковий обсяг продажу на один об'єкт ресторанного господарства;

h – тип об'єктів ресторанного господарства.

Види місць розташування (k), спеціалізація об'єктів роздрібної торгівлі (i), типи об'єктів роздрібної торгівлі (j) та ресторанного господарства (h) визначаються у відповідності до Додатків 2, 3, 4.

Такий порядок розрахунків дозволить отримувати угруповані дані щодо обсягів продажу споживчих товарів за різними формами торгівлі з урахуванням спеціалізації об'єктів торгівлі (з продажу продовольчих та непродовольчих товарів) та окремо дані щодо обсягів продажу споживчих товарів у ресторанному господарстві.

3. На підставі адміністративних даних місцевих органів виконавчої влади щодо розміщення об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства фізичних осіб-підприємців, яка надається територіальним органам державної статистики у відповідності до розпорядження Кабінету Міністрів України від 22.08.2005 № 352-р, а також даних державних статистичних спостережень уточнюється інформація щодо кількості зазначених об'єктів та здійснюються розрахунки щодо актуалізації обсягів продажу товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, за формулами:

$$\text{для об'єктів роздрібної торгівлі} - T_{\delta\delta.\delta.} = \sum \bar{O}_{kji} \cdot (Q_{kji} \pm \Delta Q_{kji}),$$

$$\text{для об'єктів ресторанного господарства} - T_{\delta\delta.\delta.} = \sum \bar{O}_h \cdot (Q_h \pm \Delta Q_h).$$

4. На наступному етапі розраховуються коефіцієнти.

Коефіцієнт обсягу продажу товарів зазначеними особами у роздрібному товарообороті фізичних осіб-підприємців і юридичних осіб на державному та регіональному рівнях визначається за формулою:

$$\hat{E}_{\delta} = \frac{\dot{O}_{\delta}}{\dot{O}_{\delta} + \dot{O}_p}.$$

Також розраховуються наступні коефіцієнти:

- обсягу продажу продовольчих та непродовольчих товарів у обороті об'єктів торгівлі за відповідним місцем їх розташування за формулою:

$$\hat{E}_{\acute{o}\acute{e}^3} = \frac{\acute{O}_{\acute{o}\acute{e}^3}}{\acute{O}_{\acute{o}}}$$

- обсягу продажу товарів у відповідних місцях розташування об'єктів торгівлі в обороті торгової мережі за формулою:

$$\hat{E}_{\acute{o}\acute{e}} = \frac{\acute{O}_{\acute{o}\acute{e}}}{\acute{O}_{\acute{o}}}$$

- обсягу продажу товарів об'єктами торгівлі у роздрібному товарообороті фізичних осіб-підприємців за формулою:

$$\hat{E}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{\delta}.} = \frac{\acute{O}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{\delta}.}}{\acute{O}_{\acute{o}}}$$

- обсягу продажу товарів об'єктами ресторанного господарства у роздрібному товарообороті фізичних осіб-підприємців за формулою:

$$\hat{E}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{a}.} = \frac{\acute{O}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{a}.}}{\acute{O}_{\acute{o}}}$$

Актуалізація коефіцієнтів здійснюється на підставі розрахунків з урахуванням актуалізованих даних щодо кількості об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства фізичних осіб-підприємців та даних Державної податкової адміністрації (щодо кількості фізичних осіб-підприємців, суми доходів від торгової діяльності фізичних осіб), статистичної інформації про діяльність суб'єктів малого підприємництва (щодо обсягів реалізованої продукції, робіт фізичними особами-підприємцями за видами економічної діяльності).

В разі отримання регіональними управліннями статистики адміністративної інформації щодо відкриття (закриття) об'єктів торгівлі та ресторанного господарства коефіцієнти перераховуються ними протягом року за наведеними вище формулами.

5. Обсяг продажу споживчих товарів фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, охоплює продаж через мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належить/орендується фізичним особам-підприємцям (крім торгівлі на ринках), і розраховується за формулою:

$$\acute{O}_{\acute{o}} = \frac{\acute{O}_p \cdot \hat{E}_{\acute{o}}}{1 - \hat{E}_{\acute{o}}}$$

6. За аналогічними формулами в разі потреби розраховуються обсяги продажу споживчих товарів окремо по роздрібній торгівлі та ресторанному господарству, а загальний обсяг розраховується за формулою:

$$\acute{O}_{\acute{o}} = \acute{O}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{\delta}.} + \acute{O}_{\acute{o}\acute{\delta}.\acute{a}.}$$

7. Розрахунки обсягів продажу споживчих товарів по регіонах і Україні проводяться Держкомстатом, а також регіональними управліннями статистики щомісячно.

8. Розрахунки в розрізі районів та міст обласного підпорядкування в разі потреби проводяться регіональними управліннями статистики за вищевказаними формулами щоквартально.

4. Статистичний облік обсягу продажу на організованих ринках сільськогосподарської продукції громадянами ($T_{c/r}$)

1. Джерелами статистичної інформації про обсяг продажу на ринках сільськогосподарської продукції є:

- дані щомісячного обстеження на ринках за вибіркоvim колом міст за ф.ф. №№ А і 2 про продаж та ціни сільгосппродуктів і худоби господарствами, селянами та іншими громадянами. Респонденти – суб'єкти господарювання, які мають ринки з продажу сільськогосподарської продукції;
- суцільне річне обстеження за ф. № 12-торг “Про наявність і використання торгової мережі на ринках та реалізацію сільськогосподарської продукції на них”. Респонденти – суб'єкти господарювання, які мають ринки. Для визначення сукупності одиниць спостереження використовується інформація місцевих органів державної влади щодо зареєстрованих ринків;
- оцінки і розрахунки.

2. Обсяг продажу на ринках сільськогосподарської продукції розраховується за формулою:

$$\dot{O}_{\bar{n}/\bar{a}} = \frac{t_{c/\bar{a}}}{\hat{E}_{\bar{n}/\bar{a}}}, \text{ де}$$

$t_{c/2}$ – обсяг продажу сільськогосподарської продукції на ринках за вибіркоvim колом міст за ф.ф. №№ А і 2;

$K_{c/2}$ – коефіцієнт дорахунку обсягів продажу сільськогосподарської продукції до обсягів продажу на усіх ринках.

3. Коефіцієнт $K_{c/2}$ визначається як частка продажу чотирьох товарних груп (“м'ясо, сало, птиця”, “картопля”, “овочі”, “фрукти та ягоди свіжі”, які становлять три чверті обсягу продажу сільськогосподарської продукції на ринках) на ринках вибіркового кола міст за ф.ф. №№ А і 2 за рік у загальному обсязі їх реалізації на усіх ринках за ф. № 12-торг.

4. Розрахунок коефіцієнту $K_{c/2}$ проводиться за формулою:

$$K_{\bar{n}/\bar{a}} = \frac{\sum q_i p_i}{\sum Q_i p_i}, \text{ де}$$

q – кількість проданого сільгосппродукту на ринках вибіркового кола міст;

Q – кількість проданого сільгосппродукту на усіх ринках;
 p – середня ціна проданого сільгосппродукту на ринках вибіркового кола міст;
 i – відповідна товарна група (“м’ясо, сало, птиця”, “картопля”, “овочі”, “фрукти та ягоди свіжі”).

Приклад розрахунків наведено у додатку 5.

5. Розрахунок коефіцієнтів проводиться в рамках КЕОІ за ф. № 12-торг на регіональному і державному рівнях. При цьому здійснюється коригування розрахованих коефіцієнтів зберігаючи тенденцію їх змін з урахуванням експертної оцінки.

6. Розрахунки в розрізі районів та міст обласного підпорядкування в разі потреби проводяться регіональними управліннями статистики щоквартально на основі даних ф. № 12-торг та з урахуванням експертної оцінки щодо темпів зростання обороту міських ринків з продажу сільськогосподарської продукції.

5. Статистичний облік обсягу продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках ($T_{нф}$)

1. Джерелами статистичної інформації про обсяг продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках є:

- дані обстеження умов життя домогосподарств;
- оцінки і розрахунки.

2. Оборót неформального ринку визначається за формулою:

$$\hat{O}_{i\phi} = \hat{O} \cdot \hat{E}_{i\phi}, \text{ де}$$

$K_{нф}$ – коефіцієнт обсягу продажу споживчих товарів громадянами на неформальних ринках у загальному обсязі продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації.

3. Коефіцієнт $K_{нф}$ розраховується на підставі даних обстеження умов життя домогосподарств шляхом співставлення обсягів витрат населення на придбання товарів на неформальних ринках у громадян (згідно з номенклатурою товарів за ф. № 3-торг) із загальною сумою витрат на усі товари за формулою:

$$\hat{E}_{i\phi} = \frac{\hat{A}_{i\phi}}{\hat{A}}, \text{ де}$$

$B_{нф}$ – обсяг витрат населення на придбання товарів на неформальних ринках,

B – загальний обсяг витрат на усі товари.

4. Розрахунок коефіцієнтів проводиться Держкомстатом по регіонах і Україні і направляється регіональним управлінням статистики.

6. Формування зведеної статистичної інформації

1. Використання різних джерел інформації при формуванні зведеної статистичної інформації представлено схематично у Додатку 1.

2. Базовий розрахунок обсягу продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібною торгівлю проводиться за рік у травні місяці. При цьому уточнюються дані за попередній рік тільки для співставлення (розрахунку темпів росту у порівнянних цінах) даних звітного року і попереднього року.

3. Поточні розрахунки проводяться щомісячно наростаючим підсумком з початку року за даними оперативної звітності (ф. № 1-торг) і коефіцієнтів та даних базового розрахунку з можливим коригуванням їх з урахуванням сезонних коливань і змін мережі юридичних осіб (особливо супер- та гіпермаркетів тощо) та мережі фізичних осіб-підприємців на ринках. За даними квартальної звітності за ф. № 3-торг проводяться перерахунки за I квартал, I півріччя і 9 місяців.

4. При використанні даних обстеження умов життя домогосподарств перелік товарів і товарних груп приводиться у відповідність з переліком, який врахований у роздрібному товарообороті, тобто за номенклатурою ф. № 3-торг.

5. У зв'язку з тим, що такі джерела інформації, як результати обстеження умов життя домогосподарств, дані Державної податкової адміністрації, інші розрахунки не завжди відслідковують міжобласний обмін і обмін за видами економічної діяльності, тобто мають по окремих регіонах відносно низький ступінь надійності, дані спеціальних обстежень зі статистики торгівлі не відслідковують сезонні зміни як обсягів продажу окремих товарних груп, так і мережі на ринках, усі коефіцієнти є рекомендованими і при здійсненні розрахунків коригуються, зберігаючи тенденцію їх змін з урахуванням експертної оцінки.

6.1. Обсяг продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації (T)

1. Обсяг продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації визначається як сума обсягів продажу споживчих товарів:

- суб'єктами господарювання – юридичними особами, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлю та ресторанного господарства;
- фізичними особами-підприємцями, які мають/орендують мережу роздрібною торгівлю та ресторанного господарства;
- громадянами на неформальних ринках.

2. Обсяг продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації розраховується за формулою:

$$\dot{O} = \frac{\dot{O}_p + \dot{O}_\delta + \dot{O}_{\tilde{n}/\tilde{a}}}{1 - \hat{E}_{i\delta}}$$

6.2. Обороти роздрібною торгівлю (O_{p.m.})

1. Оборот роздрібної торгівлі визначається як обсяг продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації мінус оборот ресторанного господарства за формулами:

$$\hat{I}_{\delta.\delta.} = \hat{O} - \hat{I}_{\delta.\tilde{a}.} \quad \text{або}$$

$$\hat{I}_{\delta.\delta.} = \hat{O}_{p\delta.\delta.} + \hat{O}_{\delta\delta.\delta.} + \hat{O}_{\tilde{n}/\tilde{a}} + \hat{O}_{i\delta}$$

2. Оборот ресторанного господарства визначається як сума обсягів роздрібного товарообороту ресторанного господарства суб'єктів господарювання – юридичних осіб за даними державного статистичного спостереження на суцільній основі за ф. № 3-торг, квартальна, річна “Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства” (ряд. 131 розділу II) та роздрібного товарообороту ресторанного господарства фізичних осіб-підприємців за даними спеціального суцільного обстеження мережі роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям, за формулою:

$$\hat{I}_{\delta.\tilde{a}.} = \hat{O}_{p\delta.\tilde{a}.} + \hat{O}_{\delta\delta.\tilde{a}.}$$

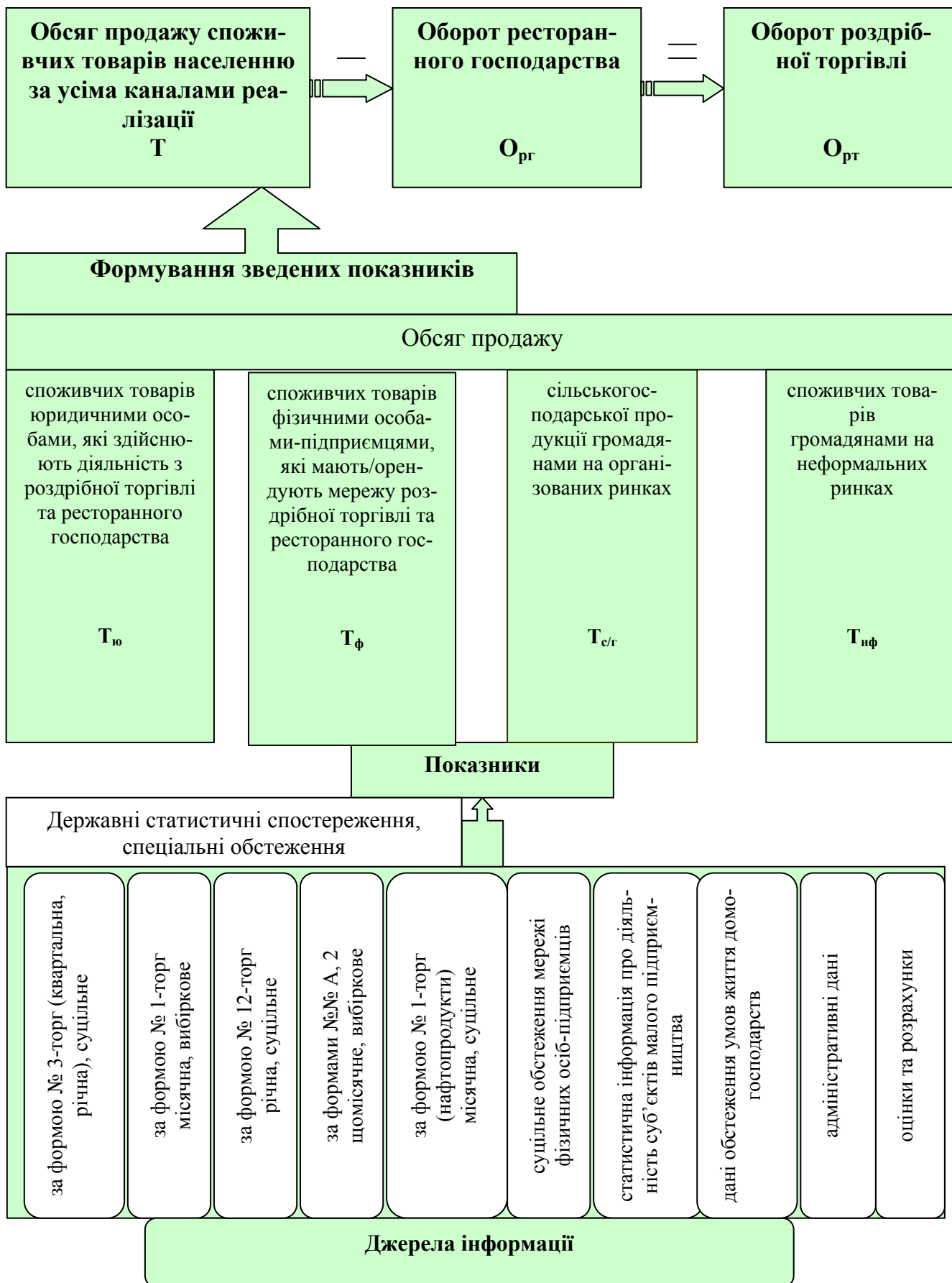
Для щомісячних розрахунків використовується частка роздрібного товарообороту ресторанного господарства суб'єктів господарювання – юридичних осіб у загальному обсязі роздрібного товарообороту суб'єктів господарювання – юридичних осіб за даними ф. № 3-торг, квартальна та коефіцієнт обсягу продажу товарів об'єктами ресторанного господарства, що належать фізичним особам-підприємцям, у роздрібному товарообороті фізичних осіб-підприємців.

Приклад алгоритму розрахунків наведено у додатку 6.

7. Розрахунки темпів зростання обсягу продажу споживчих товарів за усіма каналами реалізації та обороту роздрібної торгівлі

При розрахунках темпів зростання обсягу продажу споживчих товарів за усіма каналами реалізації та обороту роздрібної торгівлі використовуються "Методичні рекомендації розрахунків індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту", затверджені наказом Держкомстату від 06.11.2000р. № 353.

Джерела інформації та формування показників обсягу продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібною торгівлі



Коди та види місць розташування об'єктів

Код	<u>Види місць розташування об'єктів</u>
01	ринок
02	торгово-сервісний центр
03	торгові ряди
04	магазини спільного користування ¹
05	об'єкт ресторанного господарства спільного користування ¹
10	окремо розташовані магазини
11	АЗС
12	окремо розташовані кіоски
13	окремо розташовані палатки, лотки, розкладки, стенди тощо
14	окремо розташовані об'єкти ресторанного господарства
15 – 19	резерв кодів для інших видів місць розташування об'єктів

¹ Площа об'єкта знаходиться в спільному користуванні юридичної особи та фізичних осіб-підприємців або декількох фізичних осіб-підприємців.

Типи та коди об'єктів роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства

Код	Типи об'єктів	Пояснення
11	магазин	стаціонарна окрема будівля або відокремлене приміщення в стаціонарній будівлі, що має торговий зал для покупців
12	кіоск, контейнер (крім АЗС)	стаціонарне відокремлене приміщення, що, як правило, не має торгового залу
13	автозаправна станція	АЗС, які здійснюють відпуск нафтопродуктів і газу в якості моторного палива
14	палатка, лоток, розкладка, стенд тощо	нестационарні пункти продажу товарів, що розташовані на вулиці, у підземних переходах, на ринках, у приміщеннях кіно-театрів, магазинів тощо, які, як правило, на ніч розбираються
15	орендовані секції, кутки, прилавки, столи тощо	як правило, розміщуються в інших підприємствах торгівлі (магазинах, універмагах, складських приміщеннях тощо), а також криті та відкриті столи на ринках, місця у павільйонах і критих ринках
16	продаж з машин	місця для торгівлі з транспортних засобів на ринках
21	ресторан	об'єкт ресторанного господарства з широким асортиментом страв, напоїв, кулінарних та кондитерських виробів складного приготування, виробництвом та реалізацією страв на замовлення та фірмових страв, вино-горілчаних та тютюнових виробів, підвищеним рівнем обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку та розваг споживачів
22	кафе (закусочна, пиріжкова, шашлична тощо)	об'єкт ресторанного господарства, що реалізує широкий асортимент гарячих та холодних напоїв, солодких страв, хлібобулочних та кондитерських виробів, кисломолочних продуктів, включаючи вироби на замовлення та фірмові, і обмежений у порівнянні з рестораном асортимент перших, других, холодних страв, та закуски нескладного приготування в поєднанні з організацією відпочинку та розваг споживачів
23	бар	реалізує широкий асортимент алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв і закусок до них, десертів, борошняних кондитерських та булочних виробів тощо
24	кіоск ресторанного господарства, буфет	призначений для швидкого обслуговування споживачів з віконної вітрини обмеженого асортименту страв і закусок нескладного приготування, гарячих і прохолодних напоїв без столиків для відвідувачів або наявності обмеженої їх кількості
25	палатка, пересувний лоток ресторанного господарства	нестационарний пункт ресторанного господарства, призначений для швидкого обслуговування споживачів з прилавку обмеженого асортименту страв (хот-доги, чебуреки, пиріжки, напої тощо)
26	орендовані кутки, прилавки тощо ресторанного господарства	об'єкти ресторанного господарства (як правило, кафе), які розташовані на площах об'єктів ресторанного господарства підприємств – юридичних осіб

**Види та коди спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі
та основні товарні групи**

Код	Види спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі	Код	Види спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі
1000	<i>продовольчий неспеціалізований (продаж більше 4-х видів товарних груп)</i>	3000	<i>непродовольчий неспеціалізований (продаж більше 4-х видів товарних груп)</i>
	<i>продовольчий спеціалізований (продаж 4-х і менше видів товарних груп):</i>		<i>непродовольчий спеціалізований (продаж 4-х і менше видів товарних груп):</i>
	Основні продовольчі товарні групи (види спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі)		Основні непродовольчі товарні групи (види спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі)
2010	хлібобулочні вироби	4010	тканини
2020	молоко і молочні продукти	4020	одяг
2030	м'ясо копчене, солоне та ковбасні вироби	4030	взуття
2040	кондитерські вироби	4040	косметичні вироби
2050	м'ясо та птиця свіжі та заморожені	4050	меблі
2060	овочі, фрукти	4060	посуд
2070	баштанні	4070	текстильні вироби для домашнього вжитку та інтер'єру
2080	тютюнові вироби	4080	електротовари
2090	рибні продукти	4090	годинники
2100	алкогольні напої	4100	телерадіотовари
2110	чай, кава	4110	канцтовари
2120	яйця	4120	друковані видання
2999	інші продовольчі товари	4130	фотокіновари
		4140	ювелірні вироби
		4150	аптеки
		4160	будматеріали
		4170	господарчі та інструментальні товари
		4180	бензин, дизпаливо, газ в якості моторного палива
		4190	автозапчастини
		4999	інші непродовольчі товари

**Приклад розрахунку обсягів продажу на ринках
сільськогосподарської продукції по чотирьох товарних групах за рік**

(дані умовні)

	Кількість, тонн, ф. № 12- торг	Середня ціна, коп. за кг, розрахунок за рік за ф.ф. №№ А і 2	Оборот усіх ринків, тис.грн.	Оборот ринків за вибірковою колою, тис.грн., розрахунок за рік за ф.ф. №№ А і 2
А	1	2	3=1×2:100	4
М'ясо, сало, птиця	22506	489	110054	54128
Картопля	54246	68	36887	29550
Овочі	45836	92	42169	28284
Фрукти та ягоди свіжі	26356	161	42433	29486
Усього	х	х	231543	141448

1. Розрахунок частки продажу чотирьох товарних груп на ринках вибіркового кола міст (які підлягають щомісячному обстеженню) у загальному обсязі реалізації на усіх ринках (див. таблицю - гр.4: гр.3×100 по рядку усього):

$$K_{c/r} = 141448 : 231543 \times 100 = 61\%$$

2. Розрахунок обсягу продажу сільгосппродуктів на усіх ринках регіону селянами та іншими громадянами, фермерськими господарствами тощо.

Якщо оборот усіх товарів за вибірковою колою ринків за рік становив 172429 тис.грн., то по усіх ринках він буде дорівнювати:

$$T_{c/r} = 172429 : 61 \times 100 = 282670 \text{ тис.грн.}$$

Аналогічно розраховується оборот по усіх ринках регіону у поточному періоді. Наприклад, якщо за січень-лютий поточного року оборот усіх товарів по обстежених ринках становив 28819 тис.грн., то по усіх ринках він буде дорівнювати 47244 тис.грн. (28819 : 61×100).

**Приклад розрахунку загального обсягу продажу споживчих товарів
за усіма каналами реалізації за 2005 рік**

(тис.грн.)

Назва показника	№ рядка	Вхідні дані та коефіцієнти	Алгоритм розрахунку	Вихідні дані
А	Б	1	2	3
Загальний обсяг роздрібного товарообороту юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців ($T_{ю+T_{ф}}$)	01		$p.02 \text{ гр.3} + p.05 \text{ гр.3}$	180 502 342,7
Роздрібний товарооборот торгової мережі підприємств – юридичних осіб ($T_{ю}$)	02	$\phi.№3\text{-торг}$	$p.03 \text{ гр.3} + p.04 \text{ гр.3}$	94 332 451,2
Роздрібний товарооборот торгової мережі підприємств – юридичних осіб ($T_{ю \text{ р.т.}}$)	03	$\phi.№3\text{-торг}$ 90 004 943,7		90 004 943,7
Роздрібний товарооборот ресторанного господарства підприємств – юридичних осіб ($T_{ю \text{ р.г.}}$)	04	$\phi.№3\text{-торг}$ 4 327 507,5		4 327 507,5
Обсяг продажу споживчих товарів фізичних осіб-підприємців ($T_{ф}$)	05	$K_{\phi}=0,427$	$p.02 \text{ гр.3} * 0,4275 / (1-0,4275)$	70 440 389,3
Оборот торгової мережі фізичних осіб-підприємців ($T_{ф \text{ р.т.}}$)	06		$p.05 \text{ гр.3} - p.07 \text{ гр.3}$	67 237 868,1
Оборот ресторанного господарства фізичних осіб-підприємців ($T_{ф \text{ р.г.}}$)	07	$K_{\phi \text{ р.г.}}=0,425$	$p.04 \text{ гр.3} * 0,4253 / (1-0,4253)$	3 202 521,2
Оборот організованих ринків з продажу сільгосппродуктів ($T_{с/г}$)	08	місячне обстеження ринків $t_{с/г}=3 \text{ 105 469,3}$ $K_{с/г}=0,312$	$p.08 \text{ гр.1} / 0,312$	9 953 427,2
Оборот неформальних ринків ($T_{нф}$)	09	$K_{нф}=0,032$	$p.10 \text{ гр.3} * 0,032$	5 776 075,0
Загальний обсяг продажу споживчих товарів (T)	10		$(p.01 \text{ гр.3} + p.05 \text{ гр.3} + p.08 \text{ гр.3}) / (1 - p.09 \text{ гр.1})$	180 502 342,7
Оборот ресторанного господарства ($O_{\text{р.г.}}$)	11		$p.04 \text{ гр.3} + p.07 \text{ гр.3}$	7 530 028,7
Оборот роздрібної торгівлі ($O_{\text{р.т.}}$)	12		$p.03 \text{ гр.3} + p.06 \text{ гр.3} + p.08 \text{ гр.3} + p.09 \text{ гр.3}$	172 972 314,0