
Методологические положения по организации и проведению переписи предприятий торговли, гостиничного хозяйства, автозаправочных станций, предприятий по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования¹

1. Общие положения

В условиях рыночных отношений в экономике осуществлены коренные преобразования. Существенно изменились организационно-правовые формы собственности. Интенсивное развитие рынка услуг, значительное увеличение числа хозяйствующих субъектов, определяют необходимость совершенствования методов сбора статистической информации.

Несмотря на применяемые органами статистики меры по обеспечению полноты охвата учетом хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги, проведения систематической работы по актуализации статистического регистра, отмечается недоучет объемов услуг в различных видах экономической деятельности. Существует также проблема определения генеральной совокупности наблюдаемых субъектов, что, в конечном счете, отражается на качестве расчетов макроэкономических показателей.

Одним из возможных направлений совершенствования учета является организация статистического наблюдения методом переписи, которая дает возможность собрать одновременно различные статистические данные по целому ряду показателей.

Для проведения переписи предприятий торговли, гостиничного хозяйства и автозаправочных станций, предприятий оказывающих услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования разработаны настоящие положения, которые предназначены для служб государственной статистики областей, городов Бишкек и Ош, районов и городов республики.

1.1. Цели и задачи переписи

Целью проведения переписи торговых предприятий, гостиничного хозяйства и автозаправочных станций, предприятий, оказывающих услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования является получение и разработка уточненных статистических показателей о числе действующих хозяйствующих субъектов, объемах продаж и услуг, материально-технической базе вышеуказанных предприятий. Также отдельных показателей, характеризующих структурные изменения в отрасли за период между переписями для обеспечения достоверных расчетов объемов продаж и услуг в организованном секторе торговли, гостиничном хозяйстве и сфере видов услуг, относящихся к торговле.

Задача переписи заключается в установлении и актуализации генеральной совокупности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность и оказывающих услуги (юридические лица и индивидуальные предприниматели (физические лица)).

¹ Утверждена постановлением Национального статистического комитета Кыргызской Республики от 25 апреля 2007г. №17.

1.2. Нормативно-правовая база

- Закон Кыргызской Республики от 26 марта 2007 года №40 «О государственной статистике»;
- Государственная Программа дальнейшего развития статистической информационной системы в Кыргызской Республике на 2006-2009 годы, утвержденная постановлением Правительства Кыргызской Республики от 15 марта 2006 года №163;
- Постановление Правительства Кыргызской Республики от 25 ноября 1999 года №640 «О Государственном классификаторе Кыргызской Республики «Виды экономической деятельности»»;
- Программа статистических работ;
- Постановление коллегии Национального статистического комитета Кыргызской Республики от 10 июня 1999 года №14.

1.3. Система классификации и кодирования

Статистика торговли и услуг использует следующие основные государственные классификаторы:

- Государственный классификатор Кыргызской Республики «Виды экономической деятельности» (ГКЭД);
- Государственный классификатор Кыргызской Республики Система обозначений объектов административно-территориальных и территориальных единиц Кыргызской Республики (СОАТЕ);
- Государственный классификатор Кыргызской Республики форм собственности (ГКФС);
- Государственный классификатор Кыргызской Республики организационно-правовых форм (ГКОПФ);
- Государственный статистический классификатор продукции (товаров и услуг) (ГСКП);
- Единый государственный регистр статистических единиц (ЕГРСЕ) и Регистр деловой активности (РДА).

1.4. Основные понятия

Товарооборот - показатель, характеризующий процесс обмена товаров на деньги. Товарооборот отражает стоимость товарной массы, денежную выручку продавцов и одновременно - расходы покупателей на приобретение товаров, а также отражает удовлетворение потребностей населения в товарах.

Оборот розничной торговли - объем выручки от продажи (перепродажи) новых и бывших в употреблении товаров за наличный расчет населению для личного потребления и использования в домашнем хозяйстве.

Оборот оптовой торговли - объем выручки от продажи (перепродажи) новых и бывших в употреблении товаров розничным торговцам, оптовым торговцам, а также лицам, действующим в качестве агентов при покупке товаров от имени таких лиц и компаний для дальнейшей перепродажи товаров.

Оборот ресторанов, баров, столовых и других предприятий по поставкам готовой пищи - объем выручки от продажи готовой пищи и напитков, а также покупных товаров, для потребления, главным образом, на месте.

Оборот гостиниц и других мест для краткосрочного проживания - объем выручки за оказанные услуги по предоставлению места для краткосрочного проживания.

Оборот предприятий, оказывающих услуги по ремонту и техническому обслуживанию автомобилей и ремонту изделий домашнего пользования - объем выручки за оказанные услуги этих видов, часть оборота торговли.

В списочную численность работников включаются все наемные работники, принятые по **трудовому договору (контракту)** на постоянную, временную или сезонную работу на срок один день и более, а также работавшие собственники предприятий, получавшие заработную плату в данном предприятии.

Стоимость основных фондов - показывается стоимость имеющихся основных средств по первоначальной и балансовой стоимости в действующих ценах. *Первоначальная стоимость* основных средств - это стоимость фактически произведенных затрат по приобретению основных средств. *Балансовая (чистая) стоимость* - первоначальная стоимость основных средств за вычетом суммы накопленного износа (то есть с начала эксплуатации или приобретения).

Основные средства - это средства труда, которые участвуют в процессе производства продукции в течение длительного времени, сохраняя свою натурально - вещественную форму. Отнесение отдельных видов средств труда к основным средствам производится в соответствии со сроком полезного использования, который должен быть более одного года, независимо от стоимости основных средств, и в рамках учетной политики субъекта.

Инфраструктура сферы торговли и услуг - торгово-складские помещения (магазины, павильоны, супермаркеты, торговые дома и центры, аптеки, киоски (ларьки), автозаправочные станции, рестораны, бары, столовые и другие предприятия питания, торгово-кассовая техника, отели, гостиницы, общежития, другие места для краткосрочного проживания, мастерские, ателье, цеха, станции техобслуживания и другие объекты, оказывающие услуги по ремонту автомобилей и предметов личного пользования.

1.5. Охват данных

1.5.1. Объекты переписи

Объектами переписи являются:

- количество субъектов;
- торговая площадь;
- специализация предприятий;
- объемы оборота розничной, оптовой торговли по продаже различных товаров;
- объем выручки за оказанные услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей и ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования;
- объем выручки за оказанные услуги по предоставлению услуг гостиницами и другими предприятиями места для краткосрочного проживания;
- объем выручки от продажи готовой пищи и напитков в ресторанах, барах, кафе, столовых и других предприятиях по поставке готовой пищи;
- количество контрольно-кассовых аппаратов;
- численность работников;
- стоимость основных фондов.

1.5.2. Единицы наблюдения переписи

Переписи подлежат следующие местные статистические единицы:

- магазины, павильоны, супермаркеты, торговые дома и центры, аптеки киоски (ларьки), осуществляющие продажу потребительских, фармацевтических товаров, периодической печати и других товаров;
- рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные и другие виды предприятий по поставке готовой пищи;
- предприятия оптовой торговли (включая малые), занимающиеся оптовой, оптово-посреднической, коммерческо-посреднической, снабженческо-сбытовой деятельностью, состоящие на самостоятельном балансе.
- объекты гостиничного хозяйства - отели, гостиницы, общежития и другие предприятия, предоставляющие места для краткосрочного проживания;
- автозаправочные станции, осуществляющие продажу моторного топлива; предприятия, оказывающие техническое обслуживание и ремонт автомобилей, ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования (станции, мастерские, ателье, цеха и другие объекты, оказывающие подобные услуги).

1.5.3. Географический охват

Перепись проводится на всей территории республики.

2. Основное содержание методологического положения и этапы проведения переписи

2.1. Сроки проведения переписи и охват хозяйствующих субъектов

Перепись проводится по состоянию на 1 октября 2007г.

2.2. Инструментарий переписи

Инструментарий переписи включает:

- бланк №1 - бланк переписи предприятий розничной торговли;
- бланк №2 - бланк переписи ресторанов, баров, кафе, столовых и других;
- бланк №3 - бланк переписи заправочных станций;
- бланк №4 - бланк переписи оптовых предприятий;
- бланк №5 - бланк переписи гостиничного хозяйства;
- бланк №6 - бланк переписи предприятий, осуществляющих техническое обслуживание и ремонт автомобилей;
- бланк №7 - бланк переписи предприятий, осуществляющих ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования;
- приложение к бланкам переписи предприятий торговли;
- памятка инструктора контролера;
- записная книжка счетчика;
- письмо-обращение Нацстаткома Кыргызской Республики к респондентам о проведении переписи сферы торговли и услуг;
- карточка контролера для проведения контрольного обхода.

2.3. Краткое описание видов предприятий (хозяйствующих субъектов), подлежащих переписи

К сфере торговли; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования относятся предприятия, ведущие оптовую и розничную торговлю (продажу без изменения) всеми видами товаров и предоставление услуг, связанных с распределением товаров. Также включен ремонт автотранспортных средств, а также установка и ремонт изделий и предметов личного пользования.

К розничной торговле относятся предприятия, осуществляющие перепродажу (продажу без изменения) новых и бывших в употреблении товаров для личного потребления или домашнего пользования магазинами, универмагами, палатками, киосками, а также продажа (моторного топлива) горючего на автозаправочных станциях.

К магазинам относятся розничные торговые предприятия, занимающие обособленное здание или помещение и имеющие торговый зал для покупателей. Магазин, занимающий несколько обособленных помещений в одном здании, управляемый одной администрацией, учитывается как один магазин. Если магазин занимает несколько обособленных помещений в разных зданиях, то каждое помещение учитывается как самостоятельный магазин, даже в том случае, если магазин, размещенный в нескольких помещениях, управляется одной администрацией.

Магазины, как основной тип розничного предприятия, группируются по признаку товарной специализации по следующим основным группам:

- а) продовольственные;
- б) непродовольственные;
- в) смешанные;
- г) универмаги и дома торговли;
- д) супермаркеты и приравненные к ним магазины.

К продовольственным магазинам, относятся магазины, торгующие только продовольственными товарами. Если в продовольственном магазине основной владелец в небольших размерах торгует некоторыми непродовольственными товарами сопутствующего ассортимента (например, табачными изделиями, спичками, мылом, мелкой галантереей, хозяйственными и некоторыми другими товарами), то его следует учитывать как продовольственный магазин.

К непродовольственным относятся магазины, торгующие только непродовольственными товарами. Непродовольственные магазины могут в незначительных размерах реализовать отдельные продовольственные товары (кондитерские товары, вино-водочные изделия и т.п.).

Вид товарной специализации магазина определяется по основному товару, для торговли которым предназначен магазин.

К специализированным относятся магазины, торгующие широким ассортиментом одной группы или несколькими родственными группами товаров, к неспециализированным - магазины, торгующие ассортиментом нескольких разнородных видов продовольственных и непродовольственных товаров.

Вид товарной специализации магазина определяется по основному товару, для торговли которым предназначен магазин.

Если специализированный магазин, кроме основной группы товаров, в незначительных количествах также торгует сопутствующими товарами, то такой магазин следует считать специализированным.

В том случае, если специализированный магазин торгует одновременно двумя группами товаров, например, тканями и одеждой, или тканями и обувью и т.п., то такой

магазин должен быть учтен в числе специализированных магазинов тканей, или одежды, или обуви (это зависит от товара, торговля которым преобладает). При этом за основу необходимо взять торговую площадь, занимающую большую долю в общей торговой площади магазина по продаже соответствующего товара.

К смешанным - относятся магазины, в которых основной владелец одновременно (практически площади распределены в равной мере) осуществляет торговлю продовольственными и непродовольственными товарами.

К универсамам следует относить крупные непродовольственные магазины с большой площадью торгового зала, торгующие универсальным ассортиментом товаров, в основном непродовольственными, причем торговля отдельными ассортиментными группами осуществляется через обособленные отделы или секции. В составе универсамов учитываются также универсальные магазины по торговле детскими товарами.

К универсамам и супермаркетам относятся крупные магазины, имеющие большую торговую площадь, подсобные помещения, осуществляющие продажу как продовольственных, так и непродовольственных товаров в широком ассортименте и применяющие прогрессивные технологии товародвижения и обслуживания покупателей, чаще всего торгующие по методу самообслуживания.

Магазином самообслуживания считается магазин, в котором покупатели имеют свободный доступ ко всем товарам (товары открыто, выложены в торговом зале на при стенном и островном оборудовании, включая и тарооборудование) и могут самостоятельно их отбирать в инвентарные корзины или тележки и оплачивать стоимость покупки в узле расчета на выходе из магазина. Самообслуживание, также не исключает возможности отпуска продавцами товаров, требующих нарезки и взвешивания, после чего покупатели оплачивают покупке также в узле расчета.

Показателем, характеризующим мощность магазинов, является торговая площадь магазинов.

Под торговой площадью магазина понимается площадь для торговли и обслуживания населения, включая сданную в аренду (кроме площади сданных в аренду обособленных помещений, т.к. она будет учтена по вновь созданному магазину), т.е. сумма площадей, на которых производится продажа товаров и площадей для размещения служб по дополнительному обслуживанию покупателей (отдел заказов, кафетерий, демонстрационный зал, бюро обслуживания, камера хранения, упаковочная для обслуживания покупателей, граверная, площади для подгонки одежды по фигуре покупателей, раскрой тканей, мелкий ремонт обуви, сумок, бытовых приборов, оформление продажи в кредит и другие службы по дополнительному обслуживанию покупателей).

При этом в торговую площадь магазина включается площадь, занятая под прилавками, стеллажами и другими оборудованием, установленным в торговом зале.

В торговую площадь комиссионного магазина включается также площадь для комитентов, ожидающих приема (комитентская комната), и площадь обособленного помещения приема вещей на комиссию.

В торговую площадь магазина не включаются: помещения для приема и хранения товаров, помещения для подготовки товаров к продаже, подсобные, административные и бытовые, технические помещения.

К киоскам (ларькам) относятся торговые предприятия, занимающие обособленные помещения, но не имеющие торгового зала для покупателей. Если киоски (ларьки) принадлежат одной организации, но расположены в помещении магазина другой организации (например, киоски «Союзпечати» - в универсаме), то их учитывают как

самостоятельные торговые предприятия. Киоски (ларьки), прикрепленные к магазину и состоящие на его балансе также учитывают как самостоятельные торговые предприятия.

В переписи также должны быть учтены торговые точки производственных, сельскохозяйственных, других предприятий и организаций, осуществляющих торговую деятельность. Например, магазины и киоски цехов по производству хлеба, колбасы, магазины молочных комбинатов, табачной фабрики, камвольно-суконного комбината, магазинов и киосков на автозаправочных станциях и т.д., так как органам статистики необходимо знать всю материально - техническую базу торговли.

К предприятиям, осуществляющим, оптовую торговлю относятся предприятия, осуществляющие продажу (перепродажу) новых и бывших товаров розничным торговцам, промышленным, учрежденческим или профессиональным пользователям или же другим торговым оптовым торговцам (коммерческо-комиссионные предприятия), а также лицам, действующим в качестве агентов при покупке товаров от имени таких лиц и компаний для последующей перепродажи товаров.

Ремонт автомобилей и техническое обслуживание включает: механический ремонт, ремонт двигателей, ремонт электрооборудования, текущее обслуживание, ремонт кузовов, ремонт деталей транспортных средств, мойку, полировку и т.д., окраску и распыление красок, ремонт ветровых стекол и окон.

Станцией технического обслуживания считаются предприятия, имеющие обособленное здание, имеющие специальное оборудование для технического обслуживания и ремонта автомобилей, как правило, несколько рабочих мест и площадь не менее 200 квадратных метров. Предприятия, называемые станцией технического обслуживания, но имеющие площадь менее 200 квадратных метров, и не имеющие специального оборудования для технического обслуживания и ремонта автомобилей, следует отнести к мастерским.

Ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования включает: ремонт обуви и прочих изделий из кожи, ремонт бытовых электрических изделий, ремонт часов и ювелирных изделий и др.

К ателье следует отнести предприятия, осуществляющие несколько видов услуг, например, ремонт одежды, трикотажных изделий, обуви, ремонт электробытовых предметов, других бытовых изделий и предметов личного пользования. Такие ателье, состоящие из нескольких мастерских (цехов), если у них одна администрация, следует отнести к одному предприятию по преобладающему виду услуг. Если каждая мастерская (цех) имеет свою администрацию, следует показать их как самостоятельные предприятия. Не подлежат переписи цеха, осуществляющие массовый пошив одежды для дальнейшей ее продажи.

К мастерским следует отнести предприятия, осуществляющие более мелкий ремонт определенного профиля, например, ремонт обуви, ремонт электробытовых предметов, ремонт замков, зонтов и т.д.

Не подлежат переписи промышленные предприятия, осуществляющие, например, выпечку хлеба, тандыры, лепешечные цеха, цеха, осуществляющие массовый пошив одежды для продажи. Переписи подлежат только их торговые точки, осуществляющие продажу товаров.

Не подлежит переписи материально-техническая база рынков, например, контейнеры, крытые павильоны по продаже мясных продуктов, тканей и т.д., а подлежат только магазины и киоски, принадлежащие рынкам.

Индивидуальные предприниматели (физические лица), осуществляющие продажу горючего из бутылок, банок, канистр, а также осуществляющие деятельность по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования в собственных жилых квартирах,

например, сапожник в своей квартире, ремонт утюгов на дому, телевизоров и т.д., переписи не подлежат.

Предоставление услуг гостиницами включает: предоставление места для краткосрочного проживания в отелях, мотелях и гостиницах; в отелях с условиями для проведения конференций, услуги ресторанов, оказываемые совместно с предоставлением места для проживания, услуги спальных вагонов, если они предоставляются отдельными фирмами.

Отели и гостиницы - это предприятия, чаще всего находятся в обособленных зданиях, состоят из номеров (комнат), представляют различные гостиничные услуги, которые не ограничиваются ежедневной заправкой постелей, уборкой номеров и санузлов, включая обслуживание в номерах, имеют самостоятельную администрацию или лицо, выполняющее ее функции, сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и имеющимся оборудованием.

Другие аналогичные предприятия, предоставляющие места для краткосрочного проживания также обладают следующими признаками: состоят из номеров (комнат), или из единиц типа жилища (квартиры, сдаваемые под гостиницы), имеют самостоятельную администрацию или лицо, выполняющее ее функции, предоставляют ограниченный набор услуг.

Предоставление услуг ресторанами включает: продажу готовой пищи для потребления, главным образом, на месте, продажу напитков, потребляемых одновременно с потреблением пищи, в сопровождении или без развлекательной программ предприятиями следующих типов: ресторанами; ресторанами и кафетериями самообслуживания; ресторанами с отпуском пищи на вынос; услуги вагонов-ресторанов железнодорожных компаний, ресторанов на борту судов и услуги других транспортных организаций обслуживания пассажиров.

К ресторанам относятся комфортабельные предприятия. Рестораны имеют зал и все необходимые производственные, административные помещения, изготавливают и реализуют продукцию в широком ассортименте, главным образом, заказные (порционные) блюда, а также большой ассортимент холодных, первых, вторых, сладких блюд, горячих и холодных напитков и вино-водочных изделий. В ресторанах - повышенный уровень обслуживания, специальная сервировка столов.

К кафе относятся предприятия, которые имеют производственные помещения (кухню и др.), зал для посетителей и реализуют блюда и кулинарные изделия несложного приготовления, хлебобулочные и мучные кондитерские изделия, горячие и холодные напитки, кисломолочные продукты и покупные товары. По этой строке рекомендуется учитывать также специализированные кафе, имеющие ограниченный ассортимент: кафе-кондитерские, кафе-мороженое, кафе-молочные, молодежные кафе, детские кафе, как имеющие, так и не имеющие кухни.

К столовым относятся предприятия питания, предоставляющие потребителям разнообразный ассортимент блюд массового спроса и имеющие залы для посетителей, другие необходимые производственные, складские, административно - бытовые помещения. По этой же строке учитываются столовые, размещаемые в сборно - разборных зданиях.

К закусочным относятся предприятия, имеющие и не имеющие производственных помещений, которые изготавливают блюда и закуски несложного приготовления, горячие и холодные напитки. По этой строке учитываются также специализированные закусочные: шашлычные, котлетные, сосисочные, пельменные (вареничные), чебуречные, чайные, пирожковые, блинные, пончиковые, бутербродные, гамбургерные, закусочные с национальной кухней, чайханы и т.п.

К барам относятся предприятия, расположенные в отдельно стоящих зданиях (павильонах), в комплексных предприятиях, во встроено-пристроенных к зданиям помещениях, имеющие зал и организующие обслуживание посетителей напитками и закусками за барной стойкой, наряду с обслуживанием за столиками. В зависимости от вместимости зала и ассортимента реализуемых напитков и закусок, бары подразделяются на пивные, винные, коктейль-бары, коктейль-холлы, молочные бары, гриль-бары. В этих строках не учитываются бары, если вход в них предусмотрен из зала ресторана и др.

К буфетам относятся предприятия, не имеющие кухни, предназначенные для быстрого обслуживания потребителей горячими и прохладительными напитками, бутербродами, холодными блюдами и закусками, хлебобулочными и кондитерскими изделиями и некоторыми горячими и сладкими блюдами несложного приготовления. Буфеты организуются при производственных предприятиях, учреждениях, школах и других учебных заведениях, при гостиницах, зрелищных предприятиях и спортивных сооружениях, на вокзалах, речных и морских судах, в зонах массового отдыха. В числе буфетов учитываются предприятия по реализации мороженого типа «Пингвин», кафетерии при магазинах, организованные от предприятий общественного питания.

Здесь же учитываются и железнодорожные буфеты при вокзалах, имеющие кухню. Следует различать внутренние буфеты, организуемые внутри помещения столовой и внешние, организуемые столовой за пределами своего помещения. В отчете учитываются только внешние буфеты, являющиеся обособленным предприятием общественного питания. Внутренние буфеты являются частью столовой, поэтому как самостоятельные предприятия они не учитываются.

По каждому типу предприятий указывается фактическое число мест, т.е. число посетителей, на одновременное фактическое обслуживание которых рассчитано предприятие (а не проектное число мест).

В тех случаях, когда торговый зал предприятия питания оборудован только столиками, при определении числа мест следует считать, что 1 столик равен 4 местам.

Если в зале предприятий питания устанавливают столы для приема пищи стоя или барную стойку, количество мест в зале определяется из расчета 0,6 погонных метра длины стола или барной стойки на одного потребителя.

Число мест в чайханах, школьных столовых и буфетах, где вместо стульев используются ковры или скамейки, определяется исходя из среднего числа лиц, на одновременное фактическое обслуживание которых рассчитано это предприятие.

2.4. Методы проведения переписи

Перепись проводится путем опросного метода хозяйствующих субъектов, подлежащих переписи.

При проведении переписи используются два основных метода проведения переписей:

Опросный метод - метод сплошного обхода объектов и записей данных интервьюером (счетчиком), назначенным ответственным.

Метод самоисчисления, когда бланки переписи направляются по почте и предприятия представляют их районным статистическим органам по месту нахождения.

2.5. Порядок проведения переписи

Работа по организации и проведению переписи проводится в соответствии с планом мероприятий по организации и проведению переписи, настоящей методологией и инструментарием.

Статистические органы районов, городов, областных центров перед началом переписи должны изучить методологические положения по проведению переписи торговых предприятий, гостиничного хозяйства, автозаправочных станций, предприятия, оказывающие услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования, дополнительные указания, связанные с проведением переписи. Также для успешного проведения переписи необходимо провести подготовительную работу.

Основным источником для определения перечня юридических лиц, подлежащих переписи, является ЕГРСЕ и Регистр Деловой Активности (РДА). Источником для определения перечня физических лиц являются также данные ЕГРСЕ и РДА, информация налоговых органов о выдаче лицензий и патентов, департаментов пожарной службы МЧС, торговли и услуг, других организаций, дающих разрешения на право ведения деятельности по оказанию услуг.

Для уточнения полного круга предприятий, предоставляющих услуги, следует использовать также и периодическую печать, где указывается большое число объявлений об оказании различных видов услуг. В основном, это предприятия, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), занимающихся предпринимательской деятельностью.

Взаимодействие с различными ведомствами в период подготовки и проведения переписи позволит, с одной стороны, информировать их о проведении переписи, с другой - получить от них помощь и поддержку в организации и проведении переписи.

Кроме того, в рамках проводимой переписи респонденты должны быть проинформированы о целях переписи, гарантиях органов государственной статистики в вопросах соблюдения конфиденциальности полученной информации.

В первую очередь статистические органы направляют бланки предприятиям юридических лиц, отчитывающимся по формам №1-ТОРГ «Отчет об объеме продаж и услуг», №1-ФХД-МИКРО «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия» (квартальная, годовая). Затем следует направить бланки крупным предприятиям физических лиц, на которые есть информация в органах статистики.

Рассылку бланков вышеуказанным предприятиям и организациям статорганам следует осуществить заранее, до 15 сентября.

Особое внимание следует уделить обследованию предприятий, оказывающих услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования, т.к. материально-техническая база этих предприятий ранее в отрасли торговля учитывалась только один раз (перепись 2007г.), и за последние годы эти виды услуг получили широкое распространение.

Согласно настоящей методологии предприятия и организации, принадлежащие юридическим лицам, заполненные бланки представляют в комитеты по статистике районов (городов) областей. Юридическое лицо (владелец) заполняет сводную анкету переписи и анкеты по каждой местной статистической единице (магазин, ресторан, АЗС и т.д.) и представляет анкеты переписи органам статистики по месту нахождения.

По предприятиям, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), статорганами проводится сплошной обход, за исключением предприятий, представивших бланки переписи.

В случае если отчет заполняет головное предприятие, оно должно представить на каждую точку отдельный бланк, а также по предприятию в целом. Предприятия, представившие отчеты, в которых показана площадь, сданная в аренду, должны вместе с бланками переписи представить списки всех арендаторов. Затем арендаторы должны

заполнить приложения к бланкам переписи. Приложения следует использовать для выверки регистра хозяйствующих субъектов с целью полноты охвата переписью всех субъектов, а также для использования данных об объемах товарооборота, указанных в приложении, особенно это касается предприятий, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) в ежемесячных расчетах товарооборота.

Статистические органы получают и проверяют представленные отчеты по имеющимся у них спискам. После получения бланков переписи от основного круга предприятий, переписчики должны обойти места массового скопления торговых точек, в городах - в жилых микрорайонах, и выявить торговые точки, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), особенно в г. Бишкек, областных центров и крупных райцентров.

Перед началом механизированной разработки, отчеты проверяются на предмет заполнения всех показателей и затем передаются на механизированную разработку, предусматривающую получение сводных итогов в различных разрезах.

Для этих целей будет доработана постановка задачи по обработке материалов переписи, где будет предусмотрен порядок механизированной разработки. Комплекс ЭОИ будет направлен в адрес территориальных органов статистики дополнительно.

Статистические органы областей, получив сводные итоги в целом по области, направляют выходные таблицы, а также файл первичных отчетов в адрес ГВЦ Нацстаткома до 10 декабря вместе с объяснительными записками, в которых следует отразить изменения о состоянии торговой сети, подробного описания проблем и хода переписи, кому и когда направлены итоги переписи.

При представлении предварительных итогов переписи следует в справочном виде представить количество объектов (магазины, киоски, аптеки, предприятия общественного питания, гостиницы, автозаправки, станции, мастерские и т.д.), которые не работали в течение года.

ГВЦ разрабатывает итоги по республике и представляет итоги переписи в Нацстатком до 25 декабря 2007г.

Для успешного проведения переписи статистические органы должны провести подготовительную работу, направить письма в местные административные органы, областные, районные администрации, сельсоветы, айильные округа целью оказания ими помощи в проведении переписи.

Обеспечение статистических органов на местах бланками производится Национальным статистическим комитетом через областные статистические управления.