

---

# Методика расчета объемов продаж и услуг по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам)<sup>1</sup>

## 1. Общие положения

С целью совершенствования методологии расчетов данных об объемах продаж и услуг и согласно Программе действий по развитию государственной статистики Кыргызской Республики на 2004-2005гг. дополнительно подготовлена методика расчета объемов продаж и услуг отдельно по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам).

Данная методика расчетов продаж и услуг по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), позволит региональным службам государственной статистики обеспечить полноту охвата расчетов, сопоставимость показателей и разработку данных по единой методике.

### 1.1. Предметы и явления статистики потребительского рынка

**Предметом** статистики потребительского рынка является наблюдение объемов продаж и услуг отдельно по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам).

**Статистика** потребительского рынка изучает, с одной стороны, явления, связанные с процессом обмена денег на товары и услуги, отражает финансовый процесс формирования денежной выручки, с другой стороны, как сектор экономики, отражает степень удовлетворения потребностей населения в них. Статистика потребительского рынка также изучает соотношение между производством и потреблением, деятельность, как юридических лиц, так и индивидуальных предпринимателей (физических лиц), а также продажу товаров индивидуальными предпринимателями (физическими лицами) на рынках, оказание индивидуальными предпринимателями (физическими лицами) отдельных видов услуг.

Объекты, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), являются частью сектора экономики торговли и услуг и объемы продаж и услуг по ним также отражают явления, связанные с процессом обмена денег на товары и услуги, участвуют в финансовом процессе формирования денежной выручки.

### 1.2. Цели и задачи

**Целью** подготовки настоящей методики является совершенствование расчетов данных по торговле по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам).

**Основной задачей** является обеспечение качественной, объективной и полной информации в расчетах объемов продаж и услуг по сети предприятий, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) для формирования сводных данных по всем каналам реализации статистическими органами по единой методологии.

---

<sup>1</sup> Утверждена постановлением Национального статистического комитета Кыргызской Республики от 1 апреля 2005г. №8.

---

### 1.3. Нормативно-правовая база

- Закон Кыргызской Республики от 26 марта 2007 года №40 «О государственной статистике»;
- Программа статистических работ;
- Программа действий по развитию государственной статистики Кыргызской республики на 2004-2005 годы, утвержденной постановлением коллегии Нацстаткома Кыргызской Республики от 22 декабря 2003 года №36;
- Постановление Правительства Кыргызской Республики от 25 ноября 1999 года №640 «О Государственном классификаторе Кыргызской Республики «Виды экономической деятельности».

### 1.4. Система классификации и кодирования

При формировании статистических показателей статистика потребительского рынка использует следующие виды основных классификаторов:

- Государственной классификатор Кыргызской Республики «Виды экономической деятельности» (ГКЭД);
- Общего идентификационного кода предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей (ОКПО);
- Государственной классификатор Система обозначений объектов административно-территориальных и территориальных единиц Кыргызской Республики (СОАТЕ);
- Государственной классификатор Кыргызской Республики форм собственности (ГКФС);
- Государственный классификатор Кыргызской Республики организационно-правовых форм (ГКОПФ);
- Государственный статистической классификатор продукции (товаров и услуг) (ГСКП).

### 1.5. 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 степень удовлетворения потребностей населения в товарах.

**Оборот розничной торговли** - продажа (перепродажа) новых и бывших в употреблении товаров за наличный расчет населению для личного потребления и использования в домашнем хозяйстве.

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

**Оборот оптовой торговли** - продажа (перепродажа) новых и бывших в употреблении товаров розничным торговцам, промышленным, учрежденческим или профессиональным пользователям или же другим торговым оптовым торговцам, а также лицам, действующим в качестве агентов при покупке товаров от имени таких лиц и компаний для дальнейшей перепродажи товаров.

**Оборот гостиниц и других мест для краткосрочного проживания** - объем выручки за предоставление места для краткосрочного проживания.

---

**Товарные запасы** - товары, находящиеся в сфере торговли, а также у изготовителя и в пути, рассматриваемые как часть товарных ресурсов страны.

**Индексы физического объема товарооборота** - относительная величина, позволяющая измерять изменения во времени продаж товаров и услуг населению, как по общему объему, так и в разрезе товарных позиций. В фактических ценах он определяется сравнением во времени суммы товарооборота отчетного периода с суммой товарооборота базисного периода и сравнением товарооборота, как отчетного, так и базисного периодов, в сопоставимых ценах - на основании формул Ласпейреса с помощью индексов потребительских цен на товары и услуги.

**Товарная структура товарооборота** - объем продажи каждого товара или товарной группы в общем объеме товарооборота. Дает качественную оценку процесса удовлетворения покупательского спроса и показывает распределение затрат на приобретение различных товаров.

**Объемы выручки** - от оказанных услуг за ремонт и техническое обслуживание автомобилей и ремонт изделий домашнего пользования, за представление мест для краткосрочного проживания - часть товарооборота, характеризующая продажу этих услуг.

## **1.6. Охват данных**

### **1.6.1. Объекты статистического наблюдения**

**Объектами** статистического наблюдения являются:

объемы оборота розничной и оптовой торговли, объем реализации готовой пищи в ресторанах, барах, кафе, столовых и других предприятиях по поставке готовой пищи, объем выручки, от оказанных услуг за техническое обслуживание и ремонт автомобилей, ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования, за предоставление услуг для краткосрочного проживания в стоимостном выражении по сети предприятий, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам).

### **1.6.2. Единицы статистического наблюдения**

**Единицами** статистического наблюдения являются:

магазины, киоски, рынки; рестораны, бары, кафе, столовые и другие предприятия по поставке готовой пищи; предприятия и организации, осуществляющие деятельность по оптовой торговле; предприятия, организации, оказывающие услуги по ремонту и техническому обслуживанию автомобилей; автозаправочные станции; ателье, мастерские, пункты по ремонту одежды, обуви и других предметов домашнего пользования; гостиницы и другие предприятия, предоставляющие места для краткосрочного проживания, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), осуществляющим все перечисленные выше виды деятельности.

### **1.6.3. Географический охват**

Расчет данных об объеме продаж и услуг охватывает все предприятия, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) во всех регионах республики.

---

## **2. Основное содержание методологии расчета**

### **2.1. Инструментарий статистического наблюдения**

Основными источниками информации являются материалы переписи предприятий торговли, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), а также материалы обследований, проводимых органами статистики.

### **2.2. Методологические основы статистического наблюдения**

Расчеты объемов продаж и услуг по объектам, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), базируются на следующих материалах:

Методологические положения по формированию статистических показателей торговли и услуг в соответствии с Государственным классификатором Кыргызской Республики «Виды экономической деятельности» (ГКЭД), утвержденные постановлением Нацстаткома Кыргызской Республики от 25.10.2000г. №39.

Методологические положения по организации и проведению переписи торговых предприятий, гостиничного хозяйства и автозаправочных станций, с учетом дополнений и изменений, утвержденные постановлением Нацстаткома Кыргызской Республики от 02.05.2003г. №15.

Инструкция по учету торговой сети, утвержденная постановлением Нацстаткома Кыргызской Республики от 09.11.1993г. №85.

### **2.3. Методы статистического наблюдения:**

- сплошное наблюдение (переписи);
- несплошное наблюдение (выборочные обследования);
- государственная статотчетность (годовые отчеты).

### **2.4. Методика расчета объемов продаж и услуг**

Следует иметь в виду, что при переходе формирования показателей объемов продаж и услуг в соответствии с Классификатором ГКЭД, секция «Торговля» состоит из розничной торговли, которая распределяется на три вида: торговля автомобилями, мотоциклами и автодетальями (код ГКЭД 50.1,50.3,50.4); розничная торговля моторным топливом (ГСМ) (код ГКЭД 50.5); розничная торговля, кроме торговли автомобилями, мотоциклами и автодетальями и моторным топливом (код ГКЭД 52.1-52.6). Кроме того, в секцию «Торговля» включены оптовая торговля (код ГКЭД 51.1-51.9), услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей (код ГКЭД 50.2), ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования (код ГКЭД 52.7). Также к сфере потребительского рынка отнесена деятельность гостиниц и ресторанов, которая отражается секцией ГКЭД «Гостиницы и рестораны» - предоставление услуг гостиницами и другими местами для краткосрочного проживания (код ГКЭД 55.1-55.2); предоставление услуг ресторанами, барами, столовыми и другими предприятиями по поставке готовой пищи - бывший общепит (код ГКЭД 55.3-55.5).

Объем продаж и услуг в целом по региону по каждому виду экономической деятельности складывается из нескольких каналов (секторов) реализации: организованные торговля и услуги и неорганизованные.

---

**К организованному каналу (сектору) реализации** относятся стационарные предприятия, независимо от того, кому они принадлежат, юридическим или индивидуальным предпринимателям (физическим лицам). Объем продаж и услуг предприятий, принадлежащих юридическим лицам, определяется на основании отчетов №1-ТОРГ «Отчет об объеме продаж (услуг)» (месячная, годовая), № 1-ФХД-МИКРО «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия» (квартальная, годовая).

Кроме того, региональные органы статистики должны осуществлять дорасчеты на предприятия, принадлежащие юридическим лицам, но, по каким-либо причинам, не представившим отчеты.

По индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) расчеты объемов продаж и услуг исчисляются по материалам переписи. Объем продаж и услуг предприятий, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), прибавляется к объему продаж этих товаров на предприятиях, принадлежащих юридическим лицам, и таким образом исчисляется этот канал реализации.

**К неорганизованному каналу (сектору) реализации** относится продажа товаров на рынках и оказание услуг вне предприятия, например, ремонт бытовой техники на дому, оказание других видов услуг без образования предприятия и т.д.

**Объемы продаж и услуг по всем каналам (секторам) реализации** исчисляются путем суммирования объемов продаж и услуг по организованному и неорганизованному каналам реализации.

Расчет объемов продаж и услуг начинается с определения круга предприятий, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), и определения среднемесячной выручки одного предприятия. Эти данные определяются исходя из материалов переписи предприятий торговли, проведенной в 2007г. Также следует использовать материалы переписи сферы услуг, проведенной в 2004г., где были переписаны такие вновь введенные предприятия. Кроме того, объемы продаж следует корректировать через индексы цен на товары текущего месяца к предыдущему. А также использовать данные экспресс обследований, полученных путем косвенного опроса и экспертные оценки.

Для всех видов экономической деятельности торговли, гостиниц и ресторанов исчисление объемов продаж и услуг можно представить в виде следующей формулы:

$V = Q * O * J_{ц}$ , где  $V$  - объем продаж (услуг),  $Q$  - количество предприятий,  $O$  - объем среднемесячной выручки одного предприятия,  $J_{ц}$  - индекс цен на товары или услуги текущего месяца к предыдущему, \* - знак умножения.

**Пример** (данные условные).

В районе при переписи установлено, что индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) принадлежит 20 магазинов, 40 киосков, одна АЗС, 5 столовых, 10 кафе, 2 ресторана, 1 гостиница, 3 станции техобслуживания и 1 ателье по ремонту одежды и обуви. Из 20 магазинов - один продает только запчасти к автомобилям, остальные продают универсальный набор товаров; из 40 киосков - три продают автозапчасти. Далее используя сводные материалы переписи, следует установить среднемесячную выручку одного магазина, киоска, предприятия питания, т.е. отдельно выручку одного предприятия каждого вида деятельности. По материалам переписи установлено: среднемесячная выручка одного магазина автозапчастей составляет 50 тыс. сомов, киоска - 20 тыс. сомов; магазина, торгующего универсальным набором товаров - 10 тыс. сомов, киоска - 5 тыс. сомов и т.д.

**Продажа автомобилей и автозапчастей.** За январь объем продажи автозапчастей, который входит в код ГКЭД 50.1,50.3,50.4 сложится из суммы продаж всех магазинов и киосков, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), относящихся к этому виду деятельности будет равен сумме 110,6 тыс. сомов. (1х 50 тыс. сом + 3 х 20 тыс. сом) х 100,5 процента (индекс цен на товары января к декабрю).

#### **Расчет объемов продаж горюче-смазочных материалов на АЗС.**

Например: По материалам переписи объем продажи горючего на АЗС за месяц составил 40 тыс. сомов. Для исчисления объема продаж за январь 40 тыс. сомов также следует умножить на индекс цен января к декабрю. Исчисленные данные включаются в общий объем продаж, который сложится из данных об объемах продажи горючего на АЗС, принадлежащих как юридическим, так и индивидуальным предпринимателям (физическим лицам). Эти данные входят в код ГКЭД 50.5 секции «Торговля». Также возможна проверка общего объема реализации ГСМ по всем каналам реализации методом, описанным в Методологических положениях по ГКЭД.

**Розничная торговля, кроме торговли автомобилями, мотоциклами и автодеталями и моторным топливом.** Для этого кода ГКЭД (52.1-52,6) следует рассчитывать объем по магазинам, торгующим универсальным набором товаров, исходя из выручки одного магазина и киоска, а затем данные умножать на число таких магазинов и киосков и индекс цен. Таким образом, этот объем будет равен 376,9 тыс. сомов (19 х 10 тыс. сомов + 37 х 5 тыс. сомов) х 100,5. Следует также помнить, что к данному виду деятельности относится сеть аптек и киосков, реализующих лекарственные препараты. Эти предприятия должны представлять отчетность по форме № 1-ТОРГ «Отчет об объеме продаж (услуг)» (месячная, годовая). В случае, если такие предприятия, принадлежащие индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), отчеты не представляют расчеты объемов продаж делаются на основании материалов переписи вышеуказанным способом.

Таким образом, делаются расчеты объемов продаж и услуг по предприятиям, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) по каждому виду экономической деятельности, относящимся к секциям ГКЭД «Торговля» и «Гостиницы и рестораны».

Кроме того, расчет объемов продаж и услуг также можно представить в следующей разработочной таблице:

Наименование объекта	Вид деятельности по ГКЭД	Количество предприятий	Средняя выручка одного предприятия тыс.сомов	Объем продаж, услуг за месяц, по всем предприятиям тыс. сомов	И цен к предыдущему месяцу	Объем продаж, услуг, с учетом I цен
1	2	3	4	5 (гр.3хгр.4)	6	7 (гр5х гр.6)
1. Станция обслуживания	50.2	1	20,0	20,0	100,7	20,1
2. Магазин автозапчастей	50.1,50.3, 50.4	1	50,0	50,0	100,5	50,3
3. Киоск автозапчастей	50.1,50.3, 50.4	3	20,0	60,0	100,5	60,3
4. Всего торговля автомобилями и запчастями (стр.2+3)	50.1,50.3, 50.4	4	X	x	x	110,6

продолжение

Наименование объекта	Вид деятельности по ГКЭД	Коли- чество пред- приятий	Средняя выручка одного пред- приятия тыс.сомов	Объем продаж, услуг за месяц, по всем предприятиям тыс. сомов	И цен к преды- дущему месяцу	Объем продаж, услуг, с учетом I цен
1	2	3	4	5 (гр.3хгр.4)	6	7 (гр5х гр.6)
5. АЗС (продажа горючего)	50.5	1	40	40	100,8	40,3
6. Магазины, торгующие универсальным набором товаров	52.1-52.6	19	10	190	100,5	191,0
7. Киоски, торгующие универсальным набором товаров	ГКЭД (52.1- 52,6)	37	5	185	100,5	185,9
8. Итого розничная торговля, кроме торговли автомобилями и продажа горючего (6+7)	52.1-52.6	56	х	Х	х	376,9
9. Ателье по ремонту одежды	ГКЭД 52.7-	1	10	10	100,8	10,1
10. (стр.1+стр4+стр.5+с тр.8+стр.9)	Торговля всего-Г	68	х	х	х	558,0
11. Столовые	ГКЭД (55.5)	5	40	200	100,4	200,8
12. Кафе	ГКЭД (55.4)	10	60	600	100,9	605,4
13. Рестораны	ГКЭД (55.3)	2	95	190	100,7	191,3
14. Рестораны	ГКЭД (55.3,55.4,55.5)	17	х	х	х	997,5
15. Гостиницы	ГКЭД (55.1)	1	100	100	100,5	100,5
<b>16. Всего (стр14+15)</b>	<b>Рестораны и гостиницы - Н</b>	<b>18</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>209,5</b>

Полученные данные по каждому виду деятельности суммируются с объемами продаж и услуг по юридическим лицам и объемами продаж и услуг неорганизованного сектора. Таким образом, получаем данные по всем каналам реализации.

Такие основательные расчеты необходимо в обязательном порядке проводить за первый месяц года, а затем расчеты по предприятиям, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), можно осуществлять в целом по каждому виду экономической деятельности, используя индексы цен текущего месяца к предыдущему.

В период между переписями рекомендуется проводить отдельные выборочные обследования таких предприятий для уточнения среднемесячного объема продаж (услуг) одного предприятия.

Следует также иметь в виду, что в числе предприятий необходимо учесть число индивидуальных предпринимателей (физических лиц), арендующих торговые площади в крупных магазинах. Например, в ЦУМе - 100 индивидуальных предпринимателей (физических лиц), кроме того, ЦУМ сам осуществляет продажу товаров, таким образом, в число магазинов следует добавить арендаторов ЦУМа, т.е. показать при расчете 101 магазин.

---

Данные о числе индивидуальных предпринимателей (физических лиц)-арендаторов в переписи определяются на основании приложений к бланкам переписи.

В период между переписями рекомендуется проводить отдельные выборочные обследования предприятий, осуществляющих вышеуказанные виды деятельности для уточнения среднемесячного объема продаж (услуг) одного предприятия, а также для уточнения круга предприятий. Для уточнения круга вновь введенных предприятий рекомендуется использовать материалы отдела инвестиций (капитального строительства), отдела Регистра о вновь зарегистрированных предприятиях, принадлежащих индивидуальным предпринимателям (физическим лицам) и пожелавшим зарегистрироваться, а также различные административные источники.

Объемы продаж и услуг по предприятиям, принадлежащим индивидуальным предпринимателям (физическим лицам), включается в структуру товарооборота по организованной торговле и всем каналам реализации, и распределяются по группам товаров удельными весами, складывающимися из отчетов предприятий, принадлежащих юридическим предприятиям.