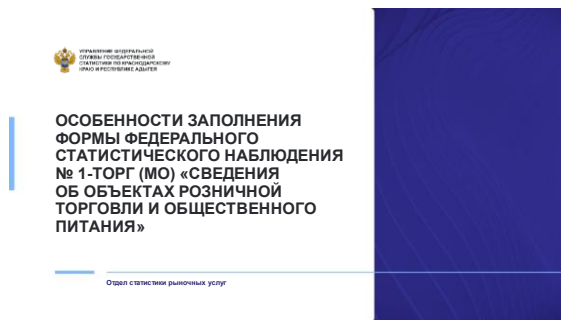


Разъяснения по форме № 1-ТОРГ(МО) «Сведения об объектах розничной торговли и общественного питания»



Слайд 1

Добрый день, уважаемые участники вебинара!

В соответствии с Производственным планом статистических работ Росстата, Краснодарстат в 2024 году проводит федеральное статистическое наблюдение по форме федерального статистического наблюдения № 1-ТОРГ(МО) «Сведения об объектах розничной торговли и общественного питания», утвержденной приказом Росстата от 31 июля 2023 года № 368.



Слайд 2

Срок предоставления респондентами сведений по форме № 1-ТОРГ(МО) – с 1-го по 5-й рабочий день после отчетного периода.

Форму предоставляют исполнительно-распорядительные органы муниципальных образований, исполнительно-распорядительные органы федеральной территории «Сириус», органы исполнительной власти города федерального значения или территориальные органы при наличии.

По муниципальным образованиям, наделенным статусом муниципального района, имеющим в своем составе городские и сельские поселения и не имеющим собственной территории, представляется сводный отчет, обобщающий входящие в его состав городские и сельские поселения. Данные заполняются по всем объектам торговли и общественного питания, находящимся на территории муниципального образования и функционирующим по состоянию на конец квартала (**1 апреля, 1 июля, 1 октября 2024 года, 1 января 2025 года**).

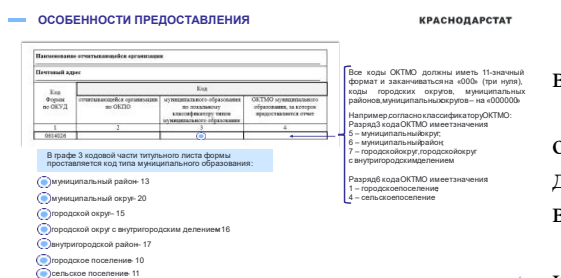
Респонденты могут предоставлять отчетность только в электронном виде по сети ИНТЕРНЕТ с применением средств электронной подписи и криптографической защиты информации.

Отчетность, предоставленная по сети ИНТЕРНЕТ с применением электронной почты или на бумажном носителе – **не считается предоставленной**.



Слайд 3

Непредоставление или несвоевременное предоставление, либо предоставление недостоверных первичных статистических данных влечет ответственность, установленную ст.13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.



Слайд 4

При заполнении титульного листа формы хочу обратить ваше внимание на следующее:

- в адресной части указывается полное наименование отчитывающейся организации в соответствии с учредительными документами, зарегистрированными в установленном порядке, а затем в скобках – краткое наименование;
- в графе 2 кодовой части формы титульного листа проставляется код отчитывающейся организации по Общероссийскому

классификатору предприятий и организаций (ОКПО);

- в графе 3 кодовой части формы титульного листа проставляется код типа муниципального образования: муниципальный район – 13, муниципальный округ – 20, городской округ – 15, городской округ с внутригородским делением – 16, внутригородской район – 17, городское поселение – 10, сельское поселение – 11;

- в графе 4 кодовой части формы титульного листа проставляется код ОКТМО муниципального образования, за которое предоставляется отчет. Обращаем Ваше внимание, что все коды ОКТМО должны иметь 11-значный формат и заканчиваться на «000» (три нуля). Причем коды городских округов, муниципальных районов, муниципальных округов – на «000000» (шесть нулей).

Например, согласно классификатору ОКТМО:

Разряд 3 кода ОКТМО имеет значения: 5 – муниципальный округ; 6 – муниципальный район; 7 – городской округ, городской округ с внутригородским делением

Разряд 6 кода ОКТМО имеет значения: 1 – городское поселение; 4 – сельское поселение

Слайд 5

Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими предоставление отчетности по форме № 1-ТОРГ(МО) являются:

- Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
- Федеральный закон от 29.11.2007 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации»
- Постановление Правительства Российской Федерации от 18.08.2008 № 620 «Об условиях предоставления в обязательном порядке первичных статистических данных и административных данных субъектам официального статистического учета»

в Российской Федерации»;

3. Положение об условиях предоставления в обязательном порядке первичных статистических данных субъектам официального статистического учета, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 18.08.2008 № 620.

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

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

Специализированные продовольственные магазины – магазины, в которых осуществляется продажа товаров одной продовольственной группы или ее части («рыба», «мясо», «колбасы», «хлеб», «минеральные воды», «овощи-фрукты» и т.д.).

Специализированные непродовольственные магазины – магазины, в которых осуществляется продажа товаров одной непродовольственной группы или ее части («одежда», «обувь», «ткани», «мебель», «книжки», «зоотовары», «семена», «цветы» и т.д.).

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.

КРАСНОДАРСТАТ

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.

Закусочная – предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд изделий несложного приготовления и предназначено для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.

Кафе – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

Слайд 6

Остановимся на основных понятиях формы 1-ТОРГ(МО):

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.

Специализированные продовольственные магазины – магазины, в которых осуществляется продажа товаров одной продовольственной группы или ее части («рыба», «мясо», «колбасы», «минеральные воды», «хлеб», «овощи-фрукты» и так далее).

Специализированные непродовольственные магазины – магазины, в которых осуществляется продажа товаров одной непродовольственной группы или ее части («одежда», «обувь», «ткани», «мебель», «книжки», «зоотовары», «семена», «цветы» и так далее).

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 осуществляют хранение товарного запаса.

Закусочная – предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд изделий несложного изготовления и предназначено для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.

Кафе – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

ОСОБЕННОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ

КРАСНОДАРСТАТ

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

Супермаркет (универсам) – магазины с площадью торгового зала от 400 м², в которых осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания.

Гастроном – магазин с площадью торгового зала от 400 м², в котором осуществляют продажу продовольственных товаров универсального ассортимента с преобладанием гастрономических товаров (например, сыры, колбасных изделий, фруктов, вино-водочных изделий и безалкогольных напитков) преимущественно с использованием индивидуального обслуживания покупателей через прилавок.

Универсам – магазины с совокупной площадью торговых залов от 3500 м² в городских населенных пунктах и от 650 м² в сельском населенном пункте, в которых осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

Аутлет-центр – торговый центр с общей площадью свыше 5000 м², в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров из коллекций (групп товаров, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой), не проданных в течение сезона или нескольких сезонов в торговых предприятиях первоначального размещения коллекций, по цене, ниже установленной при продаже товаров в сезон распродаж.

Площадь торгового зала – включается установочная площадь магазина (площадь торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей), площадь контрольнокассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей.

Не включается площадь для приема, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административных помещений.

Слайд 7

При заполнении формы № 1-ТОРГ(МО) необходимо учитывать площадь магазина.

Так, гипермаркеты – магазины с площадью торгового зала от 5000 м², в которых осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания.

Супермаркеты (универсамы) – магазины с площадью торгового зала от 400 м², в которых осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров

повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания.

Гастроном – магазин с площадью торгового зала от 400 м², в котором осуществляют продажу продовольственных товаров универсального ассортимента с преобладанием гастрономических товаров (например,

сыров, колбасных изделий, фруктов, вино-водочных изделий и безалкогольных напитков) преимущественно с использованием индивидуального обслуживания покупателей через прилавок.

Универмаги – магазины с совокупной площадью торговых залов от 3500 м² в городском населенном пункте и от 650 м² в сельском населенном пункте, в которых осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

Аутлет-центр – торговый центр с общей площадью свыше 5000 м², в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров из коллекций (групп товаров, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой), не проданных в течение сезона или нескольких сезонов в торговых предприятиях первоначального размещения коллекций, по цене, ниже установленной при продаже товаров в сезон распродажи.

В строках 02, 04, 06, 08, 10, 12, 14, 16, 18, 22 указываются данные о площади торгового зала (зала для обслуживания покупателей). В нее включается 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. Не включается площадь для приема, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административно-бытовых помещений.

ОСОБЕННОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ КРАСНОДАРСТАТ



Слайд 8

Типы объектов торговли и общественного питания используются исключительно для целей заполнения настоящей формы и приведены на основе «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» и «ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования».

ОСОБЕННОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ КРАСНОДАРСТАТ

Графа 2 раздела 1 заполняется только:

- администрациями муниципальных районов;
- администрациями муниципальных округов;
- администрациями городских округов

По графе 2 раздела 1 показываются сводные данные по сельским территориям, в соответствии с «Перечнем сельских территорий», утвержденным Министерством Минсельхозом России.

По всем строкам в обязательном порядке проводить сравнение с данными предыдущего периода, при наличии расхождений необходимо направить пояснение в адрес Краснодарстата.

Слайд 9

В форме приводятся данные по организациям, расположенным на территории муниципального образования, независимо от подчиненности и источников финансирования, находящимся на территории муниципального образования и функционирующим по состоянию на отчетную дату.

В разделе 1 учитываются собственные и арендованные объекты розничной торговли и общественного питания организаций, независимо от их организационно-правовой формы, индивидуальных предпринимателей и самозанятых.

По графе 2 раздела 1 показываются сводные данные по сельским территориям, в соответствии с «Перечнем сельских территорий», утвержденным Министерством сельского хозяйства Российской Федерации.

По строке 01 указывается общее количество магазинов, из строки 01 выделяется:

Строка 03 гипермаркеты – магазины с площадью торгового зала от 5000 м².

Строка 05 супермаркеты (универсамы) – магазины с площадью торгового зала от 400 м². По данной строке также учитываются магазины «Гастроном».

Строка 07 специализированные продовольственные магазины.

Строка 09 специализированные непродовольственные магазины.

Строка 13 – универмаги – магазины с совокупной площадью торговых залов от 3500 м² в городском населенном пункте и от 650 м² в сельском населенном пункте.

Строка 15 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».

По строке 17 указывается количество павильонов.

По строке 19 указывается количество палаток, по строке 20 – количество киосков.

Данные о количестве передвижных палаток и киосков (например, по продаже кваса, кур-гриль, мороженого), а также палаток и киосков, реализующих проездные билеты на все виды транспорта, в строках 19 и 20 не отражаются.

По строке 21 учитываются аптеки и аптечные магазины, включая магазины «Оптика». По данной строке не учитываются ветеринарные аптеки, которые отражаются по строкам 15 и 16.

Объекты розничной торговли, расположенные в торговых центрах, торговых комплексах, аутлет-центрах и моллах, учитываются в строках 01–23.

В строках 02, 04, 06, 08, 10, 12, 14, 16, 18, 22 указываются данные о площади торгового зала (зала для обслуживания покупателей). В нее включается 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.

По строкам 24 и 27 указывается количество столовых и закусочных.

По строке 27 указывается количество столовых учебных заведений, промышленных предприятий, организаций социальной сферы (например, больниц, детских домов, домов-интернатов) и других организаций. В случае, если организации социальной сферы организуют потребление продукции общественного питания, но при этом не имеют специально отведенных для этих целей помещений, то данные по ним в строке 27 не включаются.

По строке 30 показывается количество ресторанов, кафе и баров.

Объекты общественного питания, расположенные в торговых центрах, торговых комплексах, аутлет-центрах и моллах, учитываются в строках 24-32.

По всем строкам в обязательном порядке проводить сравнение с данными предыдущего периода, при наличии расхождений необходимо направить пояснение в адрес Краснодарстата.

ПУБЛИКАЦИЯ ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

КРАСНОДАРСТАТ

Слайд 10

Показатели официальной статистической информации, подлежащие публикации в соответствии с Федеральным планом статистических работ размещаются на официальном сайте Краснодарстата, в базе данных Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС), в базе данных показателей муниципальных образований (БД ПМО).



Бланк формы № 1-ТОРГ(МО)
<https://rosstat.gov.ru/monitoring>
или

23.rosstat.gov.ru / Респондентам / Формы федерального статистического наблюдения и формы бухгалтерской (финансовой) отчетности / Альбом форм федерального статистического наблюдения / Поиск по формам / 2024 / 1-ТОРГ(МО)

10

Слайд 11

По всем вопросам предоставления и заполнения формы № 1-ТОРГ(МО) Вы можете обращаться по указанным телефонам или электронной почте.

Благодарю за внимание.

