

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

КРАСНОДАРСТАТ

<p>Магазин – стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров оказания услуг покупателям, в составе которого имеются торговые залы, подсобные административно-бытовые помещения, складские помещения.</p> <p>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.).</p> <p>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.).</p> <p>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.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Закусочная – предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд изделий несложного приготовления и предназначено для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.</p> <p>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.</p>
---	---

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).

«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

<p>Гипермаркеты – магазины с площадью торгового зала от 5000 м², в которых осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания</p>	<p>Универсамы – 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</p>
<p>Супермаркеты (универсамы) – магазины с площадью торгового зала от 400 м², в которых осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания</p>	<p>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.</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p> <p>Не включается площадь для приема, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административных помещений.</p>

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.



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

Рисунок 1. Общественный порядок и обслуживание клиентов

Наименование объекта	Итого	Сельские территории	Городские округа	Муниципальные районы
Магазины	1234	123	456	655
Супермаркеты	567	56	234	277
Универсамы	890	89	345	456
Специализированные продовольственные магазины	112	11	56	45
Специализированные непродовольственные магазины	345	34	123	188
Универмаги	678	67	234	377
Прочие магазины	901	90	345	466
Магазины-склады	234	23	89	122
Павильоны	56	5	23	28
Палатки	78	7	34	37
Киоски	123	12	45	66
Передвижные палатки	45	4	12	29
Передвижные киоски	67	6	23	38
Аптеки	89	8	34	47
Аптечные магазины	101	10	45	46
Ветеринарные аптеки	12	1	5	6

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 сельского хозяйства России.

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

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.

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)

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

По вопросам сдачи и заполнения формы Вы можете обращаться по указанным телефонам:

Исполнитель (Ф.И.О.)	Контактный телефон
Каторгин Александр Сергеевич	8(861)-262-17-16