

## **INSTRUCȚIUNI METODOLOGICE** **privind evidența rețelei unităților** **de comerț cu amănuntul**

Raportul statistic privind rețeaua unităților de comerț cu amănuntul se prezintă în adresa organului teritorial de statistică de către toți agenții economici care practică comerțul cu amănuntul, nu mai târziu de termenul indicat pe formularul statistic.

Datele pe unitățile teritoriale (filiale, secții etc.) care nu au bilanț autonom și sînt amplasate pe teritoriul aceluiași raion (municipiu) cu întreprinderea de bază, se includ în raportul întreprinderii de bază. Unitățile teritoriale (filialele, secțiile etc.) care nu sînt amplasate pe teritoriu aceluiași raion (municipiu) cu întreprinderea de bază, trebuie să întocmească raportul de sine stătător și să-i prezinte organului teritorial de statistică (ca subiect al raionului, municipiului respectiv) și întreprinderii sale de bază. Totodată întreprinderea de bază prezintă raportul organelor teritoriale de statistică fără datele unităților teritoriale (filiale, secții etc.) care au prezentat raportul organelor de statistică de sine stătător.

În raport se indică numărul unităților de comerț care funcționează și anume unitățile care desfășoară activitate de comerț cu amănuntul la data raportării, precum și cele care și-au întrerupt activitatea pe o perioadă limitată de timp și urmează să-și preia activitatea. Nu se includ în această categorie unitățile sezoniere, precum și unitățile ce se află la conservare. Unități sezoniere sînt unitățile care funcționează numai o anumită perioadă a anului – vara, primăvara sau iarna.

Rețeaua de comerț cu amănuntul cuprinde toate magazinele, chioșcurile și gheretele utilizate pentru comercializarea mărfurilor alimentare și nealimentare către populație.

Unitate de comerț cu amănuntul – unitate care comercializează mărfuri cu amănuntul și prestează servicii anexe comerțului.

**Magazin** se consideră unitatea de comerț cu amănuntul amplasată într-o clădire sau încăpere separată, cu o sală specială pentru comercializarea produselor specifice unității. Magazinul care are mai multe încăperi într-o clădire și este condus de o administrație unică se consideră o singură unitate de comerț. Dacă magazinul deține cîteva încăperi separate

în clădiri diferite, atunci fiecare încăpere se consideră ca magazin de sine stătător, chiar și în cazul în care este condus de o singură administrație.

**Magazin** – spațiu sau o parte din acesta, special amenajat și utilat, destinat pentru comercializarea mărfurilor cu amănuntul și prestarea serviciilor către consumatori; dispune de încăperi auxiliare pentru recepționarea, depozitarea și pregătirea prealabilă a mărfurilor spre vânzare.

**Centrul comercial** întrunește mai multe unități de comerț și unități prestatoare de servicii, cu funcții centralizate de gestionare a activității comerciale, oferind consumatorilor un sortiment larg de mărfuri și servicii și este amplasat într-un teritoriu corespunzător. Centrul comercial trebuie să dispună, de asemenea, de parcaj auto.

**Magazin universal** – unitate de comerț cu un sortiment vast de mărfuri nealimentare, dispunând de o suprafață comercială de cel puțin 850 m<sup>2</sup>, cu utilizarea unei părți din suprafața comercială pentru desfacerea unor mărfuri alimentare de cerere curentă de primă necesitate.

**Hipermagazin** – unitate de comerț dintre cele mai mari cu autoservire, destinată desfacerii tuturor grupelor de mărfuri alimentare, precum și celor nealimentare, ce constituie 25-30% din volumul circulației mărfurilor.

**Supermagazin** – unitate de comerț ce comercializează un sortiment larg de mărfuri alimentare, îndeosebi prin autoservire, precum și de mărfuri nealimentare de cerere curentă (15-20% din volumul desfacerilor).

**Magazin specializat** – unitate de comerț cu amănuntul care comercializează un sortiment larg de mărfuri dintr-o singură grupă, sau a unei părți a acesteia.

**Magazin cu sortiment combinat de mărfuri** – unitate de comerț care comercializează mărfuri ce fac parte din două sau mai multe grupe înrudite din punctul de vedere al consumului sau al caracterului cererii de mărfuri, sau pe baza asortării unor subgrupe de mărfuri pe categorii de utilizatori.

**Magazin cu sortiment mixt de mărfuri** – unitate de comerț ce comercializează unele tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare.

**Magazin de consignație** – magazin ce comercializează mărfuri recepționate conform contractului de consignație.

**Magazin discount** – magazin cu un sortiment restrâns de mărfuri nealimentare de cerere curentă, care se comercializează la prețuri reduse din contul circulației rapide și reducerii cheltuielilor pentru depozitarea și comercializarea lor.

**Secție de mărfuri (butic)** - varietate a unității de comerț, amplasată de regulă pe suprafețele comerciale arendate ale magazinului sau centrului comercial, cu o suprafață totală de peste 20 m<sup>2</sup>.

**Pavilion** – construcție utilată, cu o suprafață totală de peste 12 m<sup>2</sup>, care dispune de spațiu pentru depozitarea mărfurilor și are două sau mai multe locuri de lucru.

**Chioșc** – construcție mică utilată, ce nu dispune de spațiu pentru păstrarea mărfurilor, cu o suprafață totală de pînă la 12 m<sup>2</sup>, fiind destinat pentru un loc de lucru.

**Gheretă** – construcție ușor demontabilă, care nu dispune de sală comercială și spațiu pentru păstrarea mărfurilor, este destinată pentru unul sau două locuri de lucru și dispune de un stoc de mărfuri pentru o zi.

**Tarabă** – o masă pliantă de 2 m<sup>2</sup>. Este interzisă instalarea tarabei fără suporturi pliante, direct de caldarîm, pămînt sau trotuar.

**Automat pentru vînzări** – unitate de comerț cu amănuntul ce desface unele mărfuri și produse (băuturi nealcoolice, articole de tutungerie, ziare etc.).

La rîndul „**Farmacii**” se includ toate farmaciile și filialele acestora, precum și farmaciile autogestionare spitalicești și interspitalicești, care eliberează populației contra plată medicamente și alte produse farmaceutice. Punctele farmaceutice existente se includ la rîndul „Chioșcuri”.

Capacitatea magazinelor este determinată după suprafața lor comercială. **Suprafață comercială** se consideră spațiul pentru activitate comercială și deservire a populației, adică totalitatea spațiilor pe care se realizează comercializarea mărfurilor și spațiile unde sînt amplasate serviciile pentru deservirea suplimentară a cumpărătorilor (secția de comenzi, cofetării, sala de expoziții, biroul de deservire, camera de păstrare a bagajelor, camera pentru ambalarea mărfurilor cumpărate, chioșcul gravorului, croitoria, sala pentru ajustarea confecțiilor la dimensiunile solicitate, biroul de întocmire a vînzărilor în rate și alte servicii). Totodată în suprafața comercială se includ și suprafețele ocupate de rafturi, stelaje și alte utilaje instalate în sala de comerț.

În suprafața comercială a magazinului nu se includ încăperile destinate primirii, păstrării și sortării mărfurilor pentru vînzare, încăperile auxiliare, administrative și tehnice.

**Notă:** În cazul depistării greșelilor e necesar să se facă urgent corectările respective în raportul statistic cu o remarcă corespunzătoare, comunicînd datele corectate pe toate adresele stabilite.

Neprezentarea la timp a datelor statistice, prezentarea de date eronate sau în volum incomplet constituie contravenție și se sancționează conform legislației în vigoare.

***Direcția statistică comerțului  
exterior și serviciilor***

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

### **по учету сети предприятий розничной торговли**

Статистический отчет о сети предприятий розничной торговли представляют все экономические агенты, занимающиеся розничной торговлей, в адрес территориального органа статистики не позднее срока, указанного на бланке статистического отчета.

Данные по территориальным единицам (филиалам, отделениям и т. п.), не имеющим самостоятельного баланса и расположенным с головным предприятием в пределах одного района (муниципия), включаются в отчет головного предприятия. Территориальные единицы (филиалы, отделения и т. п.), расположенные не в одном районе (муниципии) с головным предприятием, составляют отчет самостоятельно и представляют его в адрес территориального органа статистики (как субъект данного района, муниципия) и своему головному предприятию. В то же время, головное предприятие представляет отчет статистическим органам без данных территориальных единиц (филиалов, отделений и т. п.), представивших отчет в статистические органы самостоятельно. В отчете отражается число действующих на отчетную дату предприятий розничной торговли. Под действующими торговыми предприятиями понимаются фактически торгующие на отчетную дату розничные предприятия, а также предприятия, временно не работающие и с последующим возобновлением деятельности. Не учитываются в числе действующих предприятия, временно не работающие по сезонным причинам, а также предприятия, находящиеся на консервации. Сезонной считается сеть, работающая в определенном сезоне года – летом, весной или зимой.

Сеть предприятий розничной торговли – это совокупность магазинов, киосков и палаток для продажи населению продовольственных и непродовольственных товаров.

Предприятие розничной торговли – это торговое предприятие, которое осуществляет продажу товаров в розницу и оказывает услуги, сопутствующие торговле.

К **магазинам** относятся различные торговые предприятия, занимающие обособленное здание или помещение и имеющие торговый зал для покупателей. Магазин, занимающий несколько обособленных помещений в одном здании, управляемых 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.

**Магазин** – помещение или его часть, специально оборудованное и оснащенное, предназначенное для розничной торговли товарами и оказания услуг потребителям; располагает вспомогательными помещениями для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

**Торговый центр** объединяет несколько торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг с централизованными функциями по управлению торговой деятельностью, предлагающих потребителям широкий ассортимент товаров и услуг и расположенных на соответствующей территории. Торговый центр должен иметь также стоянку для автомашин.

**Универсам** – торговое предприятие с широким ассортиментом непродовольственных товаров, имеющее торговую площадь не менее 850 кв. м, с использованием части торговой площади для продажи некоторых продовольственных товаров для повседневной потребности.

**Гипермаркет** – наиболее крупное торговое предприятие с самообслуживанием, предназначенное для реализации всех групп продовольственных товаров, а также непродовольственных товаров, составляющих 25-30% от объема товарооборота.

**Супермаркет** – торговое предприятие, реализующее широкий ассортимент продовольственных товаров, в частности методом самообслуживания, а также непродовольственных товаров первой необходимости (15-20% от общего объема продаж).

**Специализированный магазин** – предприятие розничной торговли, реализующее широкий ассортимент товаров одной группы или ее части (узкоспециализированное).

**Магазин с комбинированным ассортиментом товаров** – предприятие торговли, реализующее товары, составляющие часть двух или нескольких групп, сходных по потребительским свойствам или характеру предъявляемых к ним требований, либо подгруппы товаров, подобранных по категориям пользователей.

**Магазин со смешанным ассортиментом товаров** – предприятие торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

**Комиссионный магазин** – магазин, осуществляющий продажу товаров, принятых по комиссионному договору.

**Дисконтный магазин** – магазин с ограниченным ассортиментом ходовых непродовольственных товаров, реализуемых по сниженным ценам, обусловленным их быстрой оборачиваемостью и сокращением затрат на их хранение и реализацию.

**Товарный отдел (бутик)** – разновидность торгового предприятия, размещаемого, как правило, на арендуемых торговых площадях магазина или торгового центра, общей площадью более 20 кв. м.

**Павильон** – оборудованное строение общей площадью более 12 кв. м, имеющее помещения для хранения товаров и два или более рабочих мест.

**Киоск** – небольшое оборудованное строение общей площадью до 12 кв. м., не имеющее помещений для хранения товаров и рассчитанное на одно рабочее место.

**Палатка** – легкая сборноразборная конструкция, не имеющая торгового зала и помещения для хранения товаров, рассчитанная на одно или два рабочих места и имеющая однодневный товарный запас.

**Лоток** – складывающийся 2-метровый столик. Устанавливать лотки без складных подставок непосредственно на мостовой, земле или тротуаре запрещается.

**Торговый автомат** – мелкорозничная торговая единица, через которую осуществляется продажа отдельных товаров и продуктов (безалкогольных напитков, табачных изделий, газет и т. д.).

По строке «**Аптеки**» учитываются все аптеки и их филиалы, а также больничные хозрасчетные аптеки и межбольничные аптеки, которые отпускают медикаменты и другие фармацевтические препараты населению за плату. Существующие аптечные пункты учитываются по строке «**Киоски**».

Показателем, характеризующим мощность магазинов, является торговая площадь магазинов. Под **торговой площадью** понимается площадь для торговли и обслуживания населения, т. е. сумма площадей, на которых производится продажа 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, оформление продажи в кредит и др. службы). При этом в торговую площадь магазина включается площадь, занятая под прилавки, стеллажи и другое оборудование, установленное в торговом зале.

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

**Примечание:** В случае обнаружения ошибок необходимо безотлагательно внести исправления в отчет, сделав соответствующие примечания и сообщить исправленные данные во все установленные адреса.

Непредставление в установленный срок статистических данных, представление недостоверных данных или в неполном объеме является правонарушением и санкционируется в соответствии с действующим законодательством.

**Управление статистики  
внешней торговли и услуг**